



**POTENCIALIDADES AGROCOMERCIALES Y DE GESTIÓN
DE LAS EMPRESAS ASOCIATIVAS CAMPESINAS PARA LA
INCORPORACIÓN DE PROGRAMAS DE BUENAS PRÁCTICAS
AGRÍCOLAS (BPA's): CASO DE ESTUDIO PRODUCTORES
FRAMBUESEROS DE LA VII REGIÓN DE CHILE.**

**ROBERTO ANDRÉS IBARRA CASTRO
INGENIERO AGRONOMO**

RESUMEN

En vista de la creciente preocupación que existe por la sanidad de los alimentos, la propagación de enfermedades producidas por ellos, cada vez más se aplica controles de aseguramiento que garanticen un producto inocuo.

Es así como a nivel mundial y nacional las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA's), están tomando una relevante importancia. Las BPA's consisten en un conjunto de principios, normas y recomendaciones, que se aplican a lo largo del proceso productivo con el fin de asegurar la calidad y un producto inocuo, además de contribuir a un manejo amistoso con el medio ambiente y de la preocupación de la seguridad y bienestar de los trabajadores, incorporándose mecanismos de rastreo o trazabilidad de la producción desde el campo a la mesa del consumidor final.

La implementación de BPA's se hace necesaria en especial en la producción de frambuesas, debido a las exigencias de los principales mercados que son Estados Unidos de América para la producción en fresco y la Unión Europea para la procesada.

El objetivo general de esta investigación fue estudiar y analizar las potencialidades agrocomerciales y de gestión de las empresas asociativas campesinas que comercializa frambuesas, para la incorporación en sus procesos productivos, de programas de Buenas Prácticas Agrícolas. Mediante la realización de un análisis estratégico de competitividad, a 5 empresas asociativas campesinas, se determinaron los principales factores que afectan la incorporación de programas de Buenas Prácticas Agrícolas. Del mismo modo, en función de este análisis se delinearon cuatro áreas de intervención para mejorar la gestión de las empresas, estas fueron: Aseguramiento de la calidad, asociatividad, diferenciación del producto vía precios y diversificación de mercados.

Conjuntamente se realizó la tipificación y caracterización de 40 productores (proveedores) de las empresas asociativas, mediante un análisis tipológico. Dicho análisis permitió determinar la existencia de cuatro tipos de Productores-proveedores, diferenciándose cada uno de ellos en función al grado de compromiso con la empresa, el nivel de asociatividad y su disposición de implementar recomendaciones técnicas.

ABSTRACT

In view of the increasing preoccupation that exists by the health of foods, the propagation of diseases produced by them, more and more securing controls are applied that guarantee an innocuous product.

It is as well as at world-wide and national level the Good Agricultural Practices (GAP), are taking an excellent importance. The GAP consists of a set of principles, norms and recommendations, that are applied throughout the productive process with the purpose of assuring the quality and innocuous product, besides to contribute to a friendly handling with the environmental and of the preoccupation of the security and well-being of the workers, getting up itself mechanisms of tracking or trazabilidad of the production from the field to the table of the final consumer.

The implementation of GAP becomes necessary in special in the production of raspberries, due to the exigencies of the main markets that are the United States of America for the production in fresh and the European Union for the processing.

The general mission of this investigation was to study and to analyze the agrocomerciales potentialities and of management of the associative companies that they commercialize farmers of raspberries, for the incorporation in its productive processes, of programs of Good Agricultural Practices. By means of the accomplishment of a strategic analysis of competitiveness, to 5 associative companies farmers determined the main factors that affect the incorporation of programs of Good You practice Agricultural. In the same way, based on this analysis was delineated four areas of intervention to improve the management of the companies, these were:

Securing of the quality, asociatividad, differentiation of the product via prices and diversification of markets.

Jointly it was made the tipification and characterization of 40 producers (suppliers) of the associative companies, by means of a cluster analysis. This analysis allowed to determine the existence of four types of Producer-suppliers, being different itself each one from them in function to the degree of commitment with the company, the level of asociatividad and its disposition to implement technical recommendations.