



VALPARAÍSO, 22 de diciembre de 2021

RESOLUCIÓN N° 1036

La Cámara de Diputados, en sesión 115° de fecha de hoy, ha prestado aprobación a la siguiente

RESOLUCIÓN

**S. E. EL
PRESIDENTE DE
LA REPÚBLICA** Considerando que:

Chile, se encuentra en el extremo suroccidental de América y presenta una geografía extraordinaria con más de 4.200 km de longitud, con un ancho máximo de 375 km y mínimo de 90 km. Esto permite, una gran variedad de formas de vida animal y vegetal, que son la base del diversificado desarrollo agrícola y forestal del país.

Según los datos levantados por el Censo 2017, el Instituto Nacional de Estadísticas, INE, califica como rurales a las personas que habitan en localidades con menos de 2.000 habitantes. Sin embargo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), ha desarrollado criterios más comprensivos que combinan la densidad poblacional con factores como la distancia respecto de centros urbanos. Por lo tanto, de acuerdo con este nuevo criterio, la población rural alcanzaría al 25,5% de la población nacional, donde en la región del Maule, particularmente se utilizan 41.904 predios y alrededor de 1.752.936 hectáreas de la superficie total para desarrollo agropecuario.

La Agricultura Familiar Campesina (AFC) es un segmento de gran significación en el medio rural. Considerando datos del Censo 2017, el total de unidades productivas alcanzaron un total de 296.351. Desde un punto de vista territorial, casi el 70% se concentra entre las regiones del Libertador General Bernardo O'Higgins y Los Lagos, teniendo un mayor peso relativo en las regiones de Bío Bío y La Araucanía. Según datos del Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), la AFC contribuye con una parte importante de la producción agrícola total, particularmente en productos hortícolas para consumo doméstico. En términos de rubros agroalimentarios, la AFC controla el 54% de la producción de hortalizas, más del 40% de cultivos anuales y flores y el 30% de las villas viníferas. En rubros pecuarios, es responsable del 94% de la producción caprina, un 76% de la producción de miel y un 54% de las existencias de bovinos (1).

INDAP, es el organismo del Ministerio de Agricultura



que atiende a este sector, principalmente brindando asistencia técnica y financiera para lo cual dispone de personal y oficinas en todas las comunas agrícolas del país. Sus potenciales usuarios, son quienes cumplen formalmente con la condición de ser pequeño productor agrícola (con superficie inferior a 12 hectáreas de riego básico), y de trabajadores cuyo ingreso provenga fundamentalmente de la actividad silvoagropecuaria. Según datos del Balance de Gestión Integral de INDAP, en el 2018, se atendieron 155.889 agricultores (RUT único), de los cuales el 44,7% son mujeres y el 40% pertenece a algún pueblo originario². Por otra parte, el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), es una institución del Estado cuya misión es promover el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, además de fortalecer la capacidad de gestión de sus empresarios.

Por lo tanto, para el desarrollo y fomento de la ruralidad en Chile, se requiere de políticas públicas que promuevan el desarrollo integral de las personas que viven en zonas rurales e incluyan al sector privado y a la sociedad civil como actores relevantes en la generación de acciones concretas. En este contexto y para favorecer el desarrollo integral de todos sus habitantes, el Gobierno de Chile ha puesto en marcha la Política Nacional de Desarrollo Rural (2014 - 2024), que busca mejorar la calidad de vida y el "acceso a oportunidades de los habitantes rurales, a través de 5 Ejes: revalorización de la ruralidad; construcción de una institucionalidad; acción coordinada de los distintos sectores en el mundo rural; incorporación de la perspectiva rural en distintos niveles, y monitoreo de las distintas acciones.

Es, en este último aspecto, donde es necesario plantear una mirada de lo rural, planteándolo como sinónimo de oportunidades y no solo de pobreza, donde los pequeños productores tengan herramientas para mejorar la productividad, competitividad y alcanzar mayor cercanía con nuevos compradores, y a su vez, nuevos mercados.

Al inicio de la década del 2000, Jack Ma, fundador y CEO de Alibaba (plataforma de compras en línea), evaluó un problema en el mercado nacional chino, la llegada de EBAY gigante de ventas online, con la aparición de una nueva plataforma. Por parte de Jack Ma, nace la iniciativa de TaoBao, un sitio de ventas en línea totalmente caracterizada y familiarizada con el contexto cultural chino, entendiendo las peculiaridades del país. Siendo una plataforma gratuita, enfocada en la clase media del país, con publicidad accesible desde la Televisión. Taobao, se centra en las ventas comerciales directas, instaurando una plataforma de rápido acceso, con mensajería instantánea para favorecer la comunicación directa entre compradores y vendedores (similar a las aplicaciones de delivery que existen actualmente), el crecimiento exponencial del negocio en línea y su capacidad de acceso lo transformaron en un motor de crecimiento económico, sobre todo para el área rural de China (3).



En consecuencia, ¿Qué se entiende por una Taobao Village?. Según lo definido por AliResearch, investigación del Grupo Alibaba, una Taobao Village es un grupo de minoristas electrónicos rurales dentro de una aldea o comunidad administrativa donde: los residentes se iniciaron en el comercio electrónico con el uso de Taobao Marketplace; el volumen total de transacciones de comercio electrónico es de al menos 10 millones de RMB (Moneda oficial de la república popular de China) por año (\$ 1,6 millones); al menos el 10% de los hogares de las aldeas, participan activamente en el comercio electrónico o los aldeanos han abierto al menos 100 tiendas en línea activas.

A finales de 2015, el número de aldeas de Taobao identificadas en China, creció un 268% interanual a 780, en comparación con 212 a finales de 2014 y 20 a finales de 2013. De esas 780 aldeas, hay más de 200.000 tiendas activas en línea, que abarcan 17 provincias y municipios. Por consiguiente, las provincias costeras de Zhejiang, Guangdong y Jiangsu representaron el mayor número de pueblos de Taobao. Mientras tanto, siete provincias y municipios hicieron la lista de pueblos de Taobao por primera vez en 2015.

Como ejemplo de esto, durante el 2008, Dongfeng, una pequeña aldea agrícola, de la provincia rural de Minan, se convirtió en la primera aldea de China en participar del comercio electrónico a gran escala. Particularmente fue iniciado por un habitante de Dongfeng de 30 años, Sun Han, quien tuvo el primer computador del pueblo conectado a internet. Sun Han, comenzó un negocio minorista vendiendo productos pequeños en línea. Al año siguiente, lanzó su propia tienda de muebles en la plataforma Taobao, y en coordinación con carpinteros locales, comenzó la producción de todo tipo de muebles de bajo costo, cumpliendo con docenas de pedidos todos los días. Esto fue replicándose por otros miembros del pueblo, los cuales establecieron sus propias tiendas de muebles. Ya a principios del 2009, las tiendas de muebles en línea, estaban abriéndose en el pueblo de Dongfeng y sus alrededores, a razón de una nueva tienda por día. Así, ese mismo año, Dongfeng fue nombrada la primera aldea de Taobao en China.

Pero, ¿qué son exactamente los pueblos de Taobao?. Según Alibaba, las aldeas de Taobao son lugares donde más del 10% de los hogares rurales se dedican al comercio electrónico, logrando colectivamente al menos 10 millones de yuhan, equivalente a 1,211,287,089.5796 pesos chilenos en transacciones anuales en la plataforma Taobao. Taobao ofrece a estas comunidades rurales, una plataforma en línea para lanzar nuevos negocios a costo cero, y con esto, aumentar el alcance de negocios locales. Si bien cada pueblo de Taobao es único, su evolución a menudo sigue un patrón similar al de la aldea Dongfeng. Un emprendedor local lanza un negocio en línea. y se vuelve exitoso usando Taobao. Al ver su éxito, otros en el pueblo pronto seguirán su ejemplo, abriendo sus propias tiendas en línea, muchas veces produciendo y vendiendo productos muy similares.



Estos empresarios locales comparten el conocimiento entre ellos_ y enseñan a otros miembros de la comunidad cómo establecer sus propios negocios digitales, gestionar inventarios y red con proveedores. A la vez, son apoyados por el estado en las capacitaciones, tanto por iniciativas públicas y/o privadas, evaluando y asistiendo, el desarrollo de los negocios y su sostenimiento. Las aldeas de Taobao son, por lo tanto, productos de innovación empresarial de base e intercambio local de conocimientos. Al mismo tiempo, a medida que más empresarios rurales abren tiendas en Taobao, la expansión del comercio electrónico ha impulsado el crecimiento de iniciativas público privadas para apoyar a las empresas. Y junto con ello, el crecimiento de público objetivo en la venta de productos que pueden aspirar las personas viviendo en ruralidad.

Por otra parte, se plantea una generación de empleos en el área a partir de elementos tales como: las agencias de diseño web, las cuales ayudan a los minoristas de Taobao a optimizar sus tiendas digitales. Los fotógrafos locales, fotografían nuevas líneas de productos, mejorando la conveniencia de los bienes que se venden. Y, las empresas de mensajería, gestionan la logística, entregando paquetes dentro de China y el extranjero. En definitiva, el desarrollo de estas empresas de apoyo, aumentan la competitividad de la economía, y el costo de la aldea (o zona rural en nuestro caso) y los costos de producción, a medida que el pueblo alcanza mayor escala, bajan. Economías locales enteras renacen así dentro de un sistema nacional de comercio electrónico,

Donde el estado y gobiernos locales juegan roles claves, además de regular la industria y desarrollar infraestructura comercial, muchos pueblos y regiones están animando activamente a sus residentes a lanzar negocios en línea. Incluso, algunos lugares han ofrecido a los residentes internet inalámbrico sin costo, créditos fiscales, y espacio comercial gratuito para abrir tiendas físicas. Pero no solo eso, aún más, les han ofrecido fondos de capacitación y plataformas de capacitación gratuita, con asistencia 24/7 para ver el avance en la venta de los productos. Otras localidades patrocinan seminarios abiertos sobre .comercio electrónico rural, contratación de emprendedores y consultores experimentados para dar presentaciones sobre las últimas tendencias en retail digital. De esta manera se han hecho parte universidades financiadas con fondos públicos, apodados universidades de Taobao, que enseñan de todo, desde habilidades informáticas básicas hasta diseño web y servicio al cliente.

Desde que surgió la primera generación de pueblos de Taobao el 2008, los grupos de negocios electrónicos han surgido en el este y sur de China. Han aumentado el empleo rural y han estado aumentando las ganancias. El pueblo de Zhejiang, por ejemplo, se ha enriquecido vendiendo arbustos y flores de jardinería en Taobao. Shandong, ha experimentado un éxito similar especializándose en artículos tradicionales de cestería, y las aldeas de Taobao en Hebei, ahora comercializan la mayor parte de los productos de cachemir de China. Entre el 2013 y 2014, el número total de aldeas de Taobao aumentó de solo 20 a unas 200. Y así, en el 2015, el



número aumentó más del triple, a 780. Durante el mismo período, el número total de tiendas en línea y sus operaciones en la China rural, aumentaron de medio millón a más de un millón, siendo todo un éxito. Por último, ya a finales del 2014, Alibaba ha lanzado Rural Taobao, una iniciativa de 10 mil millones de RMB, el cual tuvo como objetivo establecer 100.000 servicios rurales de Taobao a nivel de aldea con centros en toda China dentro de tres a cinco aulas. Por consiguiente, según Taobao, los centros de servicio sirven para promover el comercio bidireccional entre las regiones rurales y urbanas de China.

A modo de conclusión, Taobao está transformando la China rural. A través de su estrategia de expansión rural, Taobao ha ayudado a elevar la calidad de vida y la conveniencia para millones de chinos rurales. El advenimiento de las plataformas digitales, ha estimulado el crecimiento de las empresas rurales y la forma en que los ciudadanos chinos rurales consumen y producen. En el campo chino, cada vez más personas encuentran información en línea, ordenan productos en mercados digitales, e incluso venden sus propios productos en plataformas de comercio electrónico como Taobao. Los agricultores de toda China están dejando sus arados.

Finalmente, y tomando como ejemplo el modelo comercial, chino rural, no cabe duda que podría implementarse y replicarse en nuestro país, Su aplicación sería de tremenda utilidad no solo en tiempo sin pandemia, sino por sobretodo, durante la contingencia.

Si el estado aportara insumos a agricultores para el desarrollo de la política antes presentada y capacitación de procesos de venta en línea, con su seguimiento correspondiente, los beneficios serían: aumento del crecimiento y transformación de la agricultura familiar en Chile por medio de la incidencia de impacto que tiene el comercio electrónico sobre la economía; acercar el comercio electrónico desde las ciudades urbanas hasta las comunidades rurales donde se produce la producción primaria; crear nuevas oportunidades para mejorar el nivel de vida y proporcionar un nuevo mercado en tiempos de contingencia, y establecer plataformas viables y seguras, resguardadas en su desarrollo y licitadas por el Estado.

Por último, en cuanto a la institucionalidad, debiera plantearse una de tipo intersectorial, que permita coordinar esfuerzos entre los distintos servicios y organismos llamados a dar respuesta a estas situaciones, evitando la burocratización que implica la dispersión de funciones y atribuciones entre diversos órganos y entes. Ello implica, generar un sistema respaldado por el Ministerio de Agricultura, repartición que debiera actuar en la coordinación y conducción de las políticas y medidas que se implementen. Por cierto, para que una propuesta sea completa, deben considerarse elementos como financiamiento, regulación normativa, planes de formación y capacitación, además de modificaciones a



algunos servicios públicos como INDAP, SERCOTEC y MINAGRO. Todo lo cual esperamos sea parte del debate político y técnico que se dé en su momento.

LA CÁMARA DE DIPUTADOS RESUELVE:

Solicitar a S. E. el Presidente de la República considerar el estudio, formulación e implementación de un Sistema de Capacitación y entrega de tecnologías, para la venta y entrega de productos agropecuarios mediante la coordinación de SERCOTEC, INDAP, MINAGRO u otros servicios públicos que se estimen, incluyendo el establecimiento de alianzas público privadas, nutriéndose para ello de la experiencia comparada, tal como el modelo de China, así como de otras experiencias que puedan aportar elementos relevantes para la elaboración de una propuesta de política pública en la materia.

Lo que me corresponde poner en conocimiento de V.E.

Dios guarde a V.E.,

**FRANCISCO UNDURRAGA
GAZITÚA**
Primer Vicepresidente de la Cámara
de Diputados

LUIS ROJAS GALLARDO
Prosecretario de la Cámara de
Diputados

Anexo

Notas

1.- Fuente: elaborado por ODEPA con información del VII Censo Nacional Agropecuario y Forestal; ODEPA INE, 2007. Source: prepared by ODEPA with information supplied by the VII National Agricultural, Livestock and Forestry Census; ODEPA-INE 2007. (1) Incluye plantaciones forestales y no considera superficie de bosque nativo.

2.- Panorama de la agricultura Chilena, Gobierno de Chile, Extraído el 22 de abril del 2020.

<https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2019/09/panorama2019Final.pdf>

3 Taobao vs. Ebay China ByWilliam Barnett, Mi Feng, Xiaoqu Luo 2010 [Case No.IB88] Length.17 pgs.