



Proyecto:
***Puntos de venta con
fortalecimiento de productores
locales Paisaje de Conservación
Valle Río San Pedro***

Mandante: Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación para la Biodiversidad de la Región de Los Ríos.

Ejecuta: SiempreVerde Consultores

INFORME N° 3



Los Lagos, 22 de noviembre de 2016

Índice

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	3
2. INTRODUCCIÓN.....	4
3. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA	5
4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS ETAPAS N°3 Y N°4	5
5. METODOLOGÍA.....	5
5.1. CREACIÓN PLAN DE NEGOCIOS.....	6
5.1.1. Diseño metodológico	7
5.2. SISTEMATIZACIÓN DE BRECHAS.....	8
5.2.1 Diseño metodológico	8
5.3. CREACIÓN PLAN DE MARKETING	9
5.3.1. Diseño metodológico	9
6. RESULTADOS	10
6.1. CREACIÓN PLAN DE NEGOCIOS.....	10
6.2. SISTEMATIZACIÓN DE BRECHAS.....	13
6.3. CREACIÓN PLAN DE MARKETING	17
6.3.1. Las 4P (producto, precio, promoción, punto de venta)	17
6.3.2. Público Objetivo	17
6.3.3. Objetivos del Plan de Marketing.....	18
6.3.4. Estrategia.....	19
6.3.5. Tácticas.....	19
6.3.6. Hitos Comunicacionales	23
7. CONCLUSIONES	24
PLAN DE NEGOCIOS.....	24
BRECHAS DE CUMPLIMIENTO.	25
PLAN DE MARKETING	25

1. RESUMEN EJECUTIVO

El informe N° 3 da cuenta de los avances realizados en el marco de la ejecución de la consultoría del proyecto “Puntos de venta con fortalecimiento de productores locales Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro”, entre los meses de abril y noviembre del año 2016 .

El propósito del proyecto es ***difundir e incentivar la utilización de buenas prácticas productivas en el territorio del Paisaje de Conservación, de tal manera que se estimule el desarrollo sustentable del mismo y a la vez se fortalezcan las dinámicas de coordinación, entre los servicios públicos y productores para la protección del territorio.***

La estrategia de intervención se basa en la instalación de capacidades en los productores locales, que permitan fortalecer las economías familiares de los habitantes del territorio de una manera sustentable, de acuerdo a lo establecido en los objetivos específicos de los estatutos de la Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación para la Biodiversidad de la Región de Los Ríos.

El proyecto se desglosa en 4 componentes, que se resumen a continuación:

Componente 1: Creación de alianzas estratégicas con servicios públicos y privados, que permitan difundir la iniciativa PCVS, para facilitar la introducción del *Sello del Paisaje* en el mercado.

Componente 2: Diseño de estándar del “*sello del paisaje*”. Para ello se diseñará y aplicará una ficha de identificación de productores de diversos rubros presentes en el PCVS y se diseñará un el estándar, protocolo y manual de administración del sello. Adicionalmente, se definirá un emblema figurativo que represente dicho sello.

Componente 3: Asesoramiento técnico que permita mejorar prácticas productivas y cumplir con el sello del PCVS. Para ello, se apoyará a los productores en la postulación a diversos fondos de fomento que permitan financiar las tecnologías o medios para disminuir brechas.

Componente 4: Diseño de plan de negocios y plan de márketing para el sello del PCVS. Adicionalmente contempla la ejecución y/o participación de productores en una feria del PCVS y/o una feria regional.

El presente informe da cuenta de los avances asociados a los componentes N° 3 y N° 4. Entre los principales productos destacan la asesoría técnica y análisis de brechas de los 27 agricultores certificados; diseño Plan de Negocios del Sello del Paisaje de Conservación; y diseño del Plan de Marketing del Sello del Paisaje de Conservación.

2. INTRODUCCIÓN

La iniciativa antes identificada y descrita, fue creada por la Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación para la Biodiversidad de la Región de Los Ríos, con el objetivo de destacar el trabajo de un grupo de agricultores que habitan el territorio del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, compartido por las comunas de Los Lagos y Máfil en la Región de Los Ríos.

Entre los resultados de las etapas 2 y 3 se cuentan un Plan de Negocios y un Plan de Márketing. Destacable respecto a esto, es el diseño de una imagen, descrita como un *emblema figurativo* en la redacción del componente 2 de la iniciativa. Esta imagen está asociada a un nombre del sello, que se trabajó participativamente, arrojando la frase “Sello Territorio Sustentable”, que acompañará dicha imagen.

El “Sello Territorio Sustentable” representa un compromiso de los productores por el cuidado de la biodiversidad, por la utilización de técnicas productivas no contaminantes y por ofrecer alimentos tradicionales limpios y sanos. Se trata de la oferta de un grupo de agricultores familiares certificados en las comunas de Los Lagos y Máfil, que desarrollan múltiples actividades productivas de pequeña escala en los rubros de hortalizas, ganadería, productos procesados, forestal, artesanía y servicios de turismo rural.

Para certificarse, los productores debieron acreditar que habitan el territorio del PCVS, asistir a un ciclo de capacitaciones y demostrar la implementación de una serie de principios de *buenas prácticas productivas*.

Al comenzar el desarrollo de los principales productos comprometidos para este informe, se cuenta con un grupo de 27 productores certificados. Son estos agricultores quienes fueron sujetos del análisis de brechas y además participaron en la creación del Plan de Negocios y del Plan de Marketing.

La etapa 2 finaliza con la implementación de algunas acciones definidas participativamente con los productores certificados y estipuladas tanto en el Plan de Negocios como en el Plan de Marketing.

3. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA

La consultoría para la ejecución del proyecto *Puntos de venta con fortalecimiento de productores locales Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro*, tiene por objetivo desarrollar los 4 componente comprometidos, en forma y tiempo de tal manera que se cumpla con el propósito y objetivos definidos en la formulación del proyecto, los que se señalaron en el Resumen Ejecutivo del presente informe.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS ETAPAS N°3 Y N°4

- Generar recomendaciones técnicas a los productores certificados para mejorar sus prácticas productivas.
- Diseñar e implementar un Plan de negocios para el sello del PCVS
- Diseñar e implementar un Plan de márketing para el sello del PCVS.

5. METODOLOGÍA

En el desarrollo de las etapas 3 y 4 participó el siguiente equipo de profesionales:

Nombre	Función	Profesión
<i>Natalia Campos</i>	<i>Coordinar Proyecto Innovación.</i>	<i>Geógrafa.</i>
<i>Francisco Torres</i>	<i>Apoyar técnicamente la coordinación del Proyecto Innovación.</i>	<i>Agrónomo.</i>
<i>Cristóbal Romero</i>	<i>Asesorar la elaboración del Plan de Marketing. Proyecto Innovación.</i>	<i>Publicista.</i>
<i>Alejandra Vilches</i>	<i>Crear diseño de productos para implementación Plan de marketing sello PC. Proyecto Innovación</i>	<i>Diseñadora gráfica.</i>
<i>Katherine Lineros</i>	<i>Apoyar administrativamente el desarrollo del Proyecto.</i>	<i>Asistente.</i>

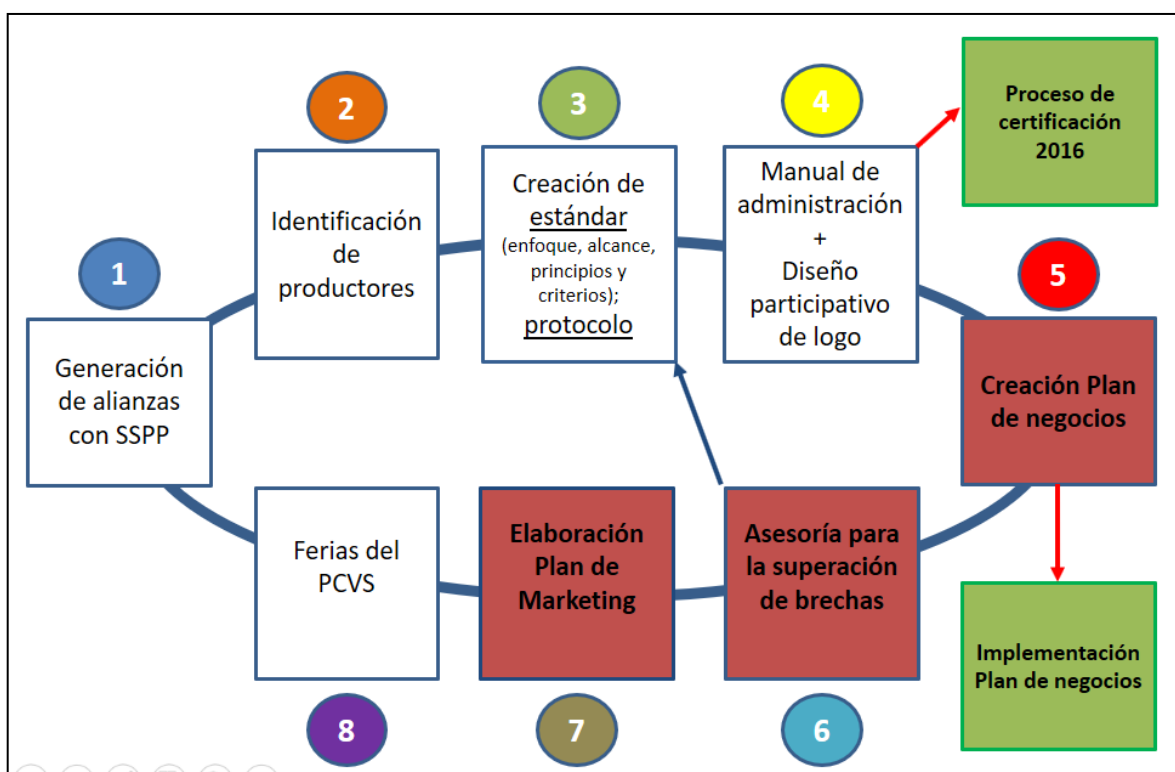
Las contrapartes técnicas de la Asociación de Municipalidades continúan siendo la Sra. Natalia Canihuante, Encargada Paisaje de Conservación Máfil - Secretaria Ejecutiva de la Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación para la Biodiversidad de la Región de Los Ríos (en adelante la "Asociación"), de profesión Médico Veterinario y la Srta. Fabiola Rivas, bióloga, Coordinadora de la Oficina Técnica Paisaje de Conservación de la Municipalidad de Los Lagos y

además Secretaria Ejecutiva del Consejo de Desarrollo Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro.

La metodología de trabajo se ha basado en la construcción colectiva de productos, entre el equipo técnico de SiempreVerde Consultores, las contrapartes técnicas de la Asociación y los profesionales de los Programas territoriales de fomento.

A continuación se presenta un flujograma que muestra las etapas desarrolladas en el marco de la implementación del proyecto. Los cuadros coloreados con rojo, corresponden a los productos desarrollados durante este último periodo.

Figura 1: Flujograma etapas del proyecto.



5.1. CREACIÓN PLAN DE NEGOCIOS

Para potenciar la comercialización de los productos y/o servicios certificados se elaboró el “Plan de Negocio del Sello del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro”, como instrumento clave de planificación para la toma de decisiones comerciales tendientes a aprovechar oportunidades de negocio.

5.1.1. Diseño metodológico

Los objetivos específicos de dicho Plan de Negocios y la metodología para lograrlo se describen a continuación:

Objetivo a. Describir la orgánica y la estructura organizativa del Sello del Paisaje de Conservación.

Lo anterior se realizó analizando información secundaria como el protocolo del sello, el estándar de buenas prácticas productivas del PCVS e información comercial de los productores obtenida de las fichas de productores y diagnósticos PRODESAL cuando fue necesario.

Objetivo b. Identificar con los actores de la iniciativa oportunidades de posibles negocios para los próximos 3 años. Analizar las posibles amenazas que se puedan presentar al sello.

Para alcanzar este objetivo se recopiló información primaria a través de un análisis FODA con actores claves, lo cual fue apoyado por el análisis de información secundaria y apoyado en entrevistas abiertas a informantes calificados.

Objetivo c. Realizar un análisis interno, incluyendo la descripción de los objetivos, definiendo quién forma parte de su plan de negocios y las funciones de sus integrantes, evaluando sus fortalezas y debilidades.

Para alcanzar este objetivo se recopiló información primaria a través de un análisis FODA con actores claves, apoyado en entrevistas abiertas a informantes calificados.

Objetivo d. Priorizar los productos y/o servicios de la iniciativa para los próximos 3 años.

Para cumplir dicho objetivo se recopiló información primaria a través de un Focus Group con actores clave de la iniciativa.

Objetivo e. Realizar una investigación del entorno de mercado para los productos y/o servicios priorizados, definiendo el área de influencia del negocio, describiendo el perfil de los potenciales clientes y de la competencia que en esa área encuentra.

Para ello se recopiló y analizó información primaria a través de una encuesta estructurada aplicada a productores y comerciantes, más el análisis de información secundaria.

Objetivo f. Describir los aspectos económico-financieros de la iniciativa: costos de inversión, operación y administración; fuentes y usos de fondos; necesidades de financiamiento futuro.

Para ello se analizó información secundaria obtenida en pasos anteriores y se levantó un instrumento tipo encuesta estructurada, con el fin de obtener la información primaria que se necesita.

5.2. SISTEMATIZACIÓN DE BRECHAS

Para fomentar la mejora continua de los productores en cuanto al cumplimiento de buenas prácticas se identificaron, en las pautas de autoevaluación, aquellos indicadores en que los productores presentaban incumplimiento.

El conjunto de principios¹ definidos por el Paisaje de Conservación (estándar), aplicados a la producción, permiten garantizar que se utilizan técnicas productivas no contaminantes y que se cuida de la biodiversidad presente en sus predios. Por otra parte, las brechas son el margen de diferencia entre una situación actual y la situación ideal respecto de la misma.

El objetivo de esta etapa fue identificar y sistematizar las brechas en el cumplimiento del estándar por parte de los productores certificados en el 2016 con el Sello Territorio Sustentable y con respecto a ello asesorarlos para levantar un plan de trabajo con el propósito de implementar mejoras que permitan acortar y/o superar las brechas detectadas.

Objetivos específicos:

- a) Revisar el grado de cumplimiento que tiene cada uno de los 27 productores certificados con el Sello respecto del protocolo de certificación y el estándar de buenas prácticas.
- b) Detectar las brechas existentes en relación al estándar.
- c) Elaborar 27 planes de trabajo para mejorar la implementación del estándar, incorporando recomendaciones de mejora.
- d) Socializar las recomendaciones con los productores y validar el plan de trabajo.
- e) Realizar una sistematización de la información sobre las brechas del grupo.

5.2.1 Diseño metodológico

Para iniciar el análisis de brechas se comenzará visitando a los productores en sus predios en dos oportunidades; la primera al comienzo para diagnosticar en terreno y la segunda al final para entregar recomendaciones de mejora.

En la primera visita individual a los predios se evaluaron los antecedentes que permitan alcanzar los **objetivos a y b**, utilizando para ello una copia de la pauta de evaluación completada por los productores en la postulación al sello. La pauta fue revisada y discutida con cada productor, lo que permitió conocer mejor las causales que originan las brechas y priorizar las acciones de mejora a incluir en el plan de trabajo. Para cada plan de trabajo se priorizaron al menos 5 acciones relacionadas a criterios no-conformes con el estándar.

¹ Principios: ideas orientadoras como elementos esenciales que rigen la conducta en los predios que se desea certificar a través del sistema.

Posteriormente, la información recopilada en las visitas fue utilizada para elaborar un plan de trabajo con recomendaciones de mejora, en función de los criterios seleccionados y priorizados por los productores. Una vez terminados los planes de trabajo, se procedió a coordinar una segunda visita a los predios.

En la segunda visita se informó a los productores de los principales hallazgos de la consultoría y se validó el plan de trabajo con ellos, incorporando las modificaciones por ellos solicitados, con el objetivo de hacerlos más pertinentes.

Con el total de la información recopilada se sistematizó la situación del cumplimiento del estándar del grupo de productores, relevando las brechas de mayor importancia y las más comunes entre el grupo.

5.3. CREACIÓN PLAN DE MARKETING

El Plan de Marketing busca estructurar objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado y detalla las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto.

Objetivos específicos:

- a) Proponer metodología para la creación del Plan de marketing del Sello del Paisaje de Conservación.
- b) Revisar avances del Plan, generando recomendaciones de ajustes y entregando orientaciones.
- c) Revisar informe versión final del Plan de marketing y entregar observaciones.

5.3.1. Diseño metodológico

Objetivo a. *Proponer una metodología que facilite la participación de los actores para la creación del Plan de marketing del Sello del Paisaje de Conservación.*

Objetivo b. *Revisar avances del Plan, generando recomendaciones de ajustes y entregando orientaciones.* Para la creación del Plan trabajaron en conjunto un asesor experto (publicista) y un profesional del agro (agrónomo).

Se generaron 3 reuniones de trabajo para revisar los avances del Plan y socializar los avances del mismo, con el objetivo de velar por la correcta implementación y logro del impacto esperado.

Objetivo c. *Testear objetivos comunicacionales y comerciales del Plan de marketing para generar ajustes de mejora.* Se coordinó un Focus Group con consumidores locales para socializar algunos subproductos del Plan. Los comentarios de los participantes, hombres y mujeres adultos/as, entre los 35 y los 60 años de edad, fueron considerados para generar ajustes en la “Estrategia” y la “Táctica”.

6. RESULTADOS

6.1. CREACIÓN PLAN DE NEGOCIOS

El “Sello Territorio Sustentable” es una iniciativa que busca distinguir a un grupo de productores destacados del territorio Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, en las comunas de Los Lagos y Máfil, y es un sistema de certificación privado dependiente de la Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación para la Biodiversidad de la Región de los Ríos.

Los portadores del “Sello Territorio Sustentable” son pequeños agricultores y habitantes rurales de diversos rubros y múltiples actividades productivas de pequeña escala, insertos en una matriz de paisaje sureño dominado por importantes porciones de biodiversidad y bosque nativo, así como también compuesto por áreas forestales y grandes predios ganaderos.

En el Paisaje de Conservación la oferta de los pequeños productores incluye hortalizas, berries, chacras, así como ganadería ovina, quesos, artesanías e incluso servicios de turismo rural. Para conocer la oferta de los productores certificados se aplicó una ficha a cada uno de ellos. Los productores indicaron el precio esperado por la venta de cada producto e indicaron si contaban con resolución sanitaria y con formalización de ventas.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Encuestado								
	Nombre	Sector	Donde Vende?	Le interesa ampliar?	Formalizarse?	Variable	Lechuga (un)	Cilantro (at)	Perejil (at)
2									
3	Herman Peña Riquelme	Malihue	En su predio	sí	Esta formalizado	CANTIDAD			
4						PRECIO			
5	Olga Venegas	Ustaritz	Vecinos Ustaritz	sí	no	CANTIDAD	100	500	
6						PRECIO	500	500	
7	Sonia Barrientos Pino	Pancul	Ferías, en su predio, reparto	sí	sí	CANTIDAD	3.000		
8						PRECIO	850		
9	Otilia Solís	Tomén	En su casa, reparte Los Lagos	sí	Esta formalizado	CANTIDAD			
10						PRECIO			
11	Isolina Sepulveda	Las Lomas	Reparte vecinos	sí	sí	CANTIDAD	400	800	
12						PRECIO	600	500	
13	Eleticia Muñoz	Las Lomas	Feria de los Lagos y en casa	sí	sí	CANTIDAD		1.000	500
14						PRECIO		500	500
15	Maricel Ibañez	Pancul	En oficinas (Municipalidad, consultorio), vecinos, reparto	sí	sí	CANTIDAD			
16						PRECIO			
17	Victor Muñoz	Las Lomas	Feria los Lagos, en casa	sí	Esta formalizado	CANTIDAD			
18						PRECIO			
19	Silvia Muñoz	Las Lomas	Feria los Lagos, en casa	sí	sí	CANTIDAD			
20						PRECIO			
21	Dagoberto Catalan	Pancul	Feria Costumbrista los Lagos	sí	sí	CANTIDAD			
22						PRECIO			
23	Vanessa Ojeda	Malihue	En casa	sí	sí	CANTIDAD			
24						PRECIO			

A partir de los datos recopilados fue posible concluir que la oferta se encuentra principalmente en el mercado informal de las respectivas localidades, con una baja proporción de personas que venden fuera de sus comunas. La mayor parte de los productores no cuenta con inicio de actividades ni resolución sanitaria, lo que limita su potencial inserción en mercados formales más dinámicos.

Adicionalmente, se realizó un análisis FODA focalizado en la comercialización de los productos, que fue realizado con la participación de 30 agricultores y profesionales de la red de fomento del Paisaje de Conservación, arrojando los resultados que se muestran en el siguiente cuadro.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buen sabor de los productos	Volúmenes muy bajos
Buena calidad - higiene	Bajo nivel de formalización
Los productos tienen buena presentación	Exceso de oferta en verano y escasez en invierno
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Crear red de puntos de entrega comunal	Altos costos para cumplir resolución sanitaria
Ferias de productos locales	Alto costo para formalización tributaria
Trabajar asociados, crear red de productores	Bajos precios ofrecidos por las fruterías en la comuna

Fuente: Talleres FODA en Los Lagos y Máfil, junio 2016.

Los resultados fueron utilizados para definir mercados objetivo entre las oportunidades detectadas y priorizadas por los productores, considerando también sus debilidades y amenazas, en especial el bajo nivel de formalización sanitaria y tributaria del grupo. Se descartaron oportunidades como la demanda fuera de la comuna y puntos de venta fijos. Los mercados priorizados en cada comuna fueron los siguientes:

MÁFIL	LOS LAGOS
Reparto a funcionarios de servicios (Municipalidad, consultorio, liceo, etc.)	Reparto a funcionarios de servicios (Municipalidad, consultorio, banco, etc.)
Ferias temáticas (costumbristas, expo-mundo rural)	Ferias temáticas (costumbristas, expo-mundo rural)
Punto de venta en Recinto Festival	Feria Hortofrutícola Los Lagos
Restaurantes locales (Rincón Mafileño)	Restaurantes locales (Plaza Vieja, Bocados, Café Laguino)

Fuente: Talleres FODA en Los Lagos y Máfil, junio 2016.

Sondeo Rápido de Mercado. En el contexto de los mercados priorizados expuestos anteriormente, para efectos del Plan de Negocio se priorizó un mix de productos en base al cruce oferta-demanda, donde la oferta fue caracterizada por la información de los productores certificados, y la demanda a través de la metodología de “Sondeo Rápido de Mercado” realizando encuestas y entrevistas a la demanda directa. Con dicha información se elaboró el cuadro con los productos

priorizados para el plan de negocio, ordenados por su porcentaje de preferencia expresada por la potencial demanda.

PRODUCTO O SERVICIO	% Preferencia consumidores	¿CUÁNTOS PRODUCTORES LO OFRECEN?	¿FORMALIZADOS?	CANTIDAD OFRECIDA	Precio promedio esperado por el productor
Frambuesa fresca por kilo	97	4	1	1.200	2.000
Huevos de campo (docena)	95	6	2	1.020	2.100
Cilantro (atado)	92	12	0	14.640	508
Lechuga (un)	89	12	0	16.900	728
Nalcas (un)	86	1	0	30	1.500
Zanahoria (kg)	84	2	0	600	625
Papas (kg)	84	9	0	39.320	425
Queso mantecoso (kg)	81	1	1	1.400	4.000
Miel (kg)	81	4	1	1.340	3.625
Mermelada mosquito (500 gr)	81	3	0	80	5.250

Fuente: elaboración propia.

Al ser consultados por el atributo más importante para elegir los productos de su interés, los funcionarios de servicios indicaron al “buen sabor” y la “calidad” de los productos como lo más relevante.

Característica deseada	% Preferencia
Buen sabor	65
Fácil de adquirir	41
Bajo precio	38

Fuente: elaboración propia

En Los Lagos, se estima un lugar existente (la Feria Hortofrutícola) como el mejor lugar para adquirir los productos provenientes del campo, aunque también fue recurrentemente mencionada un lugar que no está habilitado como tal (Plaza de Los Lagos) como un potencial lugar para ubicar un punto de venta. En Máfil, no existe un punto de venta estable para los productos del campo local, como una feria o un local, ya que el comercio hortofrutícola se hace a través de fruterías y almacenes.

Mejor Punto de venta en Máfil	Mejor Punto de Venta en Los Lagos
Recinto Festival	Feria Hortofrutícola
Fuera del consultorio	Plaza de los Lagos

Fuente: elaboración propia

Al plantear la pregunta “¿Qué sugiere para mejorar la venta de los productos locales?”, los encuestados manifestaron lo siguiente: en Máfil es necesaria una feria estable en un punto específico, donde los productores puedan ofrecer sus productos. Además, se sugiere que se

establezca un sistema de reparto de canastas para funcionarios y empleados de la comuna. En Los Lagos, los encuestados manifestaron que para mejorar la venta de los productos del campo local lo mejor sería ampliar el funcionamiento de la Feria Hortofrutícola de Los Lagos, para que abra en otros días y horas establecidas (actualmente funciona los días miércoles y sábado).

En cuanto a los restaurantes, el 100% de los entrevistados se mostró interesado en comprar los productos con el sello (Plaza Vieja, Café Laguino, Restobar Bocados, Cuartel 50, Rincón Mafileño), siempre que puedan adquirirse mediante factura. Los restaurantes tienen una demanda constante por alimentos de buen sabor, sus propietarios buscan facilitar sus compras por lo que sugieren un sistema de entregas programado con proveedores estables y que se pueda crear una agrupación que les facilite abordar los temas tributarios y sanitarios. Los productos más demandados por restaurantes locales fueron hortalizas y papas, frambuesas y frutillas, huevos de campo, queso mantecoso y mermelada.

En cuanto a las ferias temáticas, se entrevistó a los encargados municipales de la organización de ferias costumbristas, y también se obtuvo información de la Dirección Regional de SERNATUR. A las principales ferias regionales a las cuales potencialmente pueden asistir los productores son:

REGIONAL	LUGAR	FECHA	CONTACTO
Expo-Mundo Rural Los Ríos	Rotativo	Enero	Ejecutivo Área INDAP
Feria Expo-Lana	Futrono	Enero	contacto@munifutrono.cl
Feria Muévete por los Ríos	Valdivia	Septiembre	cberoisa@munivaldivia.cl
Mercados de la Tierra	Rotativo	Todo el año	mercadosdelatierralosrios@gmail.com
Expo-Descubre Los Ríos	Santiago	Abril	jleiva@sernatur.cl

Fuente: elaboración propia

(VER ANEXO 1: PLAN DE NEGOCIOS. SELLO TERRITORIO SUSTENTABLE)

6.2. SISTEMATIZACIÓN DE BRECHAS.

Los resultados de incumplimiento de los productores certificados por indicadores y promedios son los siguientes:

Principio 1. Cuidado de la Biodiversidad (10,4% promedio)

Crea o mantiene corredores biológicos para conectar parches de vegetación nativa.	19 %
Mantiene al ganado fuera de las áreas de conservación de bosque nativo	15 %
Mantiene en buen estado sus animales domésticos, evitando ataques o contagio de enfermedades a la fauna silvestre	7 %
Protege las áreas de bosque nativo, las quebradas, los cursos de agua y los humedales	7 %
Adopta medidas de control ante Especies Exóticas Invasoras	4 %
Promedio	10,4%

Principio 2. Cuidado de los suelos (20,5% promedio)

Incorpora materia orgánica al suelo, residuos de cosecha, guano, compost, humus, abonos verdes u otros	4%
Cuando es recomendado utiliza las siguientes prácticas: control de cárcavas, terrazas, cortinas cortavientos, cubiertas de suelo tipo "mulch".	37%
La labranza de suelo se realiza evitando producir erosión.	51%
Promedio	20,5%

Principio 3. Cuidado de las Aguas (6,3% promedio)

Utiliza el agua de manera eficiente, no desperdiciando agua en el riego	4%
Utiliza los agroquímicos mediante prácticas que aseguren que los cursos de agua no se contaminen	4%
Provee de lugares adecuados y limpios para el consumo de agua del ganado, controlando su acceso a los cursos de agua	11%
Promedio	6,3%

Principio 4. Manejo de residuos y contaminantes (15,1% promedio)

Nunca quema basura y plásticos	25%
Reutiliza los materiales inorgánicos cuando es posible	22%
Separa plástico, papel, vidrio y metal en origen para asegurar su correcto reciclaje en contenedores dispuestos por el Municipio	22%
Hace un correcto manejo y disposición de envases vacíos de agroquímicos y de medicamentos veterinarios.	11%
Transforma los residuos orgánicos en abono	7%
Nunca vierte al ambiente sustancias químicas peligrosas como residuos de medicamentos veterinarios o restos de agroquímicos	4%
Promedio	15,1%

Principio 5. Buen uso de la energía. (86,7% promedio)

Consumo leña seca, acopiándola en un lugar adecuado para evitar su humedad (bodega, leñera, etc.)	7%
Utiliza biodigestor	100%
Utiliza turbinas eólicas.	100%
Utiliza rueda hidráulica o mini-hidro	100%
Tiene registros escritos de su consumo energético mensual (de al menos 12 meses), incluyendo electricidad, leña y combustibles fósiles (gasolina, parafina, diésel, gas).	100%
Cuentan con una guía, programa o sistema de gestión para el buen uso de la energía en el recinto	100%
Utiliza tecnología solar en el predio (paneles – termos).	100%
Promedio	86,7%

Principio 6. Bienestar animal (15,25% promedio)

Las instalaciones para el ganado (establos, corrales, mangas, etc) se mantienen en buenas condiciones higiénicas	4%
Atiende de manera rápida a animales enfermos o lastimados	4%
Cercos perimetrales e instalaciones en buen estado permiten proteger al ganado de ataques de carnívoros.	11%
Tiene corrales, mangas y cargaderos para el manejo de los animales, que permiten realizar en forma expedita la toma de muestras y acciones sanitarias, evitando daño de los mismos.	11%
Evita hacer mutilaciones que no tengan fines terapéuticos, procedimientos quirúrgicos o invasivos, como amputación de la cola de las borregas y despicado de aves de corral	15%
Mantiene registro del estado sanitario, reproductivo, ingresos, egresos de animales, nacimientos, mortalidad y tratamientos veterinarios.	22%
Tiene una sección cerrada para los productos químicos (desinfectantes, insecticidas, rodenticidas, fungicidas y herbicidas), que evita riesgos de intoxicación del ganado	22%
Tiene un lugar, área o sección para mantener los medicamentos de uso veterinario del predio, y en el caso de existir más de una especie se encuentran separados. Posee una unidad de refrigeración donde se mantienen los productos que requieran cadena de frío.	33%
Promedio	15,25%

Principio 7. Manejo forestal sostenible (8% promedio)

La extracción de árboles se encuentra respaldada por un Plan de Manejo aprobado por CONAF	7%
Respeto siempre la vegetación natural en áreas adyacentes a los cursos de agua, no realizando plantaciones exóticas, ni roces, ni extracción de leña.	7%
Practica el enriquecimiento de las áreas de bosques, plantando especies de valor o interés para la conservación.	7%
Recibe asesoría técnica para plantar bosque nativo, implementar sistemas silvopastoriles o agroforestales.	11%
Promedio	8%

Principio 8. Cosecha y almacenamiento limpio (15% promedio)

Mantiene un programa de control de roedores en el almacén pos-cosecha	4%
Dispone de agua potable o clorada para el lavado y detergentes inocuos adecuados para alimentos o con limpiador sanitizante.	26%
Promedio	15%

Principio 9. Higiene en el procesamiento (28,5% promedio)

No se permite el ingreso de animales al local de procesamiento durante las operaciones	4%
Los operarios de la sala de procesamiento están capacitados en manejo alimentario.	22%
Los operarios utilizan vestuario adecuado para manejo alimentario durante el procesamiento	26%

de alimentos.	
El teléfono celular se mantiene apagado y fuera del local durante el procesamiento de alimentos	33%
El local de procesamiento cuenta con baño con pozo séptico	37%
Para todos los procesos, incluyendo el lavado se utiliza agua potable o potabilizada con una dosis adecuada de cloro, dejando registro.	37%
Se cuenta con un programa de limpieza, desinfección y control de plagas vectores de enfermedades infecciosas.	41%
Promedio	28,5%

Principio 10. Salud y seguridad de las personas (52% promedio)

Utiliza agroquímicos con recomendación técnica, en correcta dosificación y dejando registro	52%
Promedio	52%

A continuación, y a modo de resumen, se presentan los incumplimientos de los principios en orden creciente. Esta información es clave para la toma de decisiones estratégicas acerca del futuro énfasis en capacitación y/o apoyo técnico, ya que refleja con claridad las deficiencias más notorias del sistema productivo.

N°	Principios	Porcentajes promedio
1	Principio 3. Cuidado de las Aguas	6,3%
2	Principio 7. Manejo forestal sostenible	8%
3	Principio 1. Cuidado de la Biodiversidad	10,4%
4	Principio 8. Cosecha y almacenamiento limpio	15%
5	Principio 4. Manejo de residuos y contaminantes	15,1%
6	Principio 6. Bienestar animal	15,25%
7	Principio 2. Cuidado de los suelos	20,5%
8	Principio 9. Higiene en el procesamiento	28,5%
9	Principio 10. Salud y seguridad de las personas	52%
10	Principio 5. Buen uso de la energía	86,7%

Los principios 9, 10 y 5, son los que exhiben mayor porcentaje de incumplimiento, por lo que se sugiere entregar asesoría técnica al grupo de 27 productores certificados en estas materias y alentarlos a postular a proyectos si fuera necesario con el fin de acortar las brechas.

Para mayores detalles del análisis de brechas y recomendaciones de mejora ver "ANEXO 2: SISTEMATIZACIÓN DE BRECHAS".

6.3. CREACIÓN PLAN DE MARKETING

En concordancia con los resultados del Plan de Negocios, que fue elaborado de manera participativa, como ha quedado indicado en el punto 6.1 del presente informe, se desarrolló la consultoría para la elaboración del Plan de Marketing. Este producto fue elaborado en coordinación por Cristóbal Romero y Francisco Torres durante los meses de octubre y noviembre.

A continuación, se presentan los aspectos más relevantes de dicho documento, el que se incluye como anexo.

6.3.1. Las 4P (producto, precio, promoción, punto de venta)

a. Producto

La oferta de los pequeños productores certificados con el Sello del Paisaje de Conservación incluye hortalizas, berries, chacras, así como ganadería ovina, quesos, artesanías, y servicios de turismo rural y alimentación.

b. Precio

Previo a la obtención del sello, los productores de hortalizas informan precios bajos para sus productos, acusando la mayoría una fuerte competencia de las fruterías que venden productos provenientes del norte del país. En general en todos los productos tienen bajo nivel de valor agregado, lo que redundaría la mayor parte de las veces en bajos precios.

c. Promoción

Previo a la creación del sello, los productos no contaban con ningún tipo de promoción. El “Sello del Paisaje de Conservación” es una certificación que busca realizar promoción a un grupo de productores comprometidos por la conservación del territorio del Valle Río San Pedro, en las Comunas de Los Lagos y Máfil, para apoyarlos a través de acciones de marketing y difusión a nivel regional con el propósito de que puedan ampliar sus posibilidades de mercado.

d. Punto de Venta

La oferta de productos certificados con el Sello del Paisaje se encuentra principalmente en el mercado informal de las respectivas comunas, con solo una baja proporción de personas que venden fuera de sus comunas. La mayor parte de los productores no cuenta con inicio de actividades ni con resolución sanitaria, lo que limita su potencial inserción en mercados formales más dinámicos.

6.3.2. Público Objetivo

La definición del público objetivo arrojó que se cuenta con dos principales públicos objetivos:

a. Consumidor doméstico local

Es el principal grupo de consumidores que orienta al presente plan, de acuerdo a lo definido en las primeras etapas de participación del Proyecto SUBDERE. En Los Lagos y Máfil fueron encuestados consumidores domésticos para conocer su percepción de los productos agrícolas ofrecidos por los agricultores locales. El 100% de los encuestados se manifestó interesado en comprar productos directo de los agricultores locales. Al ser consultados por el atributo más importante para elegir los

productos que de su interés, indicaron al “Buen sabor” y la “calidad” de los productos como lo más relevante al momento de preferir el producto local.

b. Turistas

Los visitantes de las comunas de Los Lagos y Máfil, particularmente quienes visiten alguna de las ferias temáticas es el segundo público objetivo de este plan de marketing.

Dicho mercado observa espacios de venta a nivel regional, como la Feria Expo-Mundo Rural Los Ríos de INDAP y la Feria Muévete por Los Ríos que organiza la Municipalidad de Valdivia. Son canales de venta con alta afluencia de público, donde en la mayoría de los casos se requiere formalización tributaria y resolución sanitaria como condición mínima para poder exponer, lo que deja afuera a una gran proporción de los productores con el Sello Territorio Sustentable.

Por lo anteriormente mencionado, es que este canal de venta se visualiza como una alternativa atractiva a mediano-largo plazo, una vez que los productores superen las brechas de formalización. El Proyecto SUBDERE financió la implementación de un stand para atender ferias, adquiriendo toldo, mesas y sillas y pendones para disponerlo a los agricultores certificados con el sello a través de la Asociación de Municipios.

A nivel comunal en Los Lagos y en Máfil existe una nutrida oferta de ferias, fiestas y eventos costumbristas orientadas a la gastronomía, ocio y turismo local y regional, los cuales son organizados en algunos casos por organizaciones sociales con el apoyo de la municipalidad y en otros casos son organizadas solo por la Municipalidad. En ambos casos representan una alternativa atractiva de corto plazo para los productores que cuentan con el Sello Territorio sustentable, ya que no es necesaria la formalización para participar.

6.3.3. Objetivos del Plan de Marketing

a. Objetivos comunicacionales

- Distinguir el esfuerzo que realizan los productores certificados respecto de otros productores por mejorar sus prácticas para conservar el territorio.
- Posicionar los productos y servicios certificados por el Paisaje de Conservación como un referente de compromiso ambiental en Los Lagos y Máfil.
- Informar a la comunidad de Los Lagos y Máfil que el Paisaje de Conservación es un beneficio para todos los que habitan en el lugar, considerando ámbitos como la educación, turismo, desarrollo productivo, etc.
- Mayor cantidad de personas interesadas en participar de las actividades del Paisaje de Conservación.
- Aumentar la cantidad de personas interesadas en certificarse con el Sello del Paisaje de Conservación.

b. Objetivos comerciales

- Aumentar el volumen de ventas de los productos y servicios asociados al Sello del Paisaje de Conservación
- Aumentar la valorización de los productos

6.3.4. Estrategia

El Paisaje de Conservación busca proteger la biodiversidad del Valle del Río San Pedro. Nuestra estrategia debe estar enfocada en comunicar los beneficios que entrega un producto o servicio elaborado dentro de este territorio bajos los estándares del Sello del Paisaje.

Por lo anterior, se debe fortalecer comunicacionalmente que *“somos pioneros en el compromiso de conservar el patrimonio natural y cultural de Chile”*. Cualquier consumidor que compre los productos o servicios asociados al Sello del Paisaje debe ser informado de que está apoyando a la conservación del patrimonio natural y cultural de su territorio.

a. Concepto Comunicacional

“Comprometidos con el patrimonio natural y la cultura campesina del territorio”

b. Slogan

“¡Súmate tú también!”

c. Bajada

“Al comprar productos o servicios con este Sello estás aportando en la conservación del patrimonio natural y cultural del Valle Río San Pedro”.

6.3.5. Tácticas

a. “La Tiendita” en Los Lagos

Activar un nuevo punto de venta en la plaza central de la comuna de Los Lagos donde se ofrezcan los distintos productos y servicios elaborados dentro del Paisaje de Conservación.

Para potenciar la comunicación y lograr un buen enganche con los consumidores finales se sugiere realizar las siguientes acciones:

Generar días temáticos de ventas con algún beneficio o descuento asociado. Como por ejemplo los lunes verdes, martes del queso, miércoles de huevos, jueves cerveceros, etc.

Crear una canasta familiar con una variedad de productos que busque satisfacer las necesidades básicas de alimentación: verduras, frutas, quesos, etc.

Incentivar la compra en “La Tiendita” con una promoción exclusiva apuntando al estilo de vida sustentable. Por compras superiores a \$5.000 se lleva gratis una bolsa ecológica del Paisaje de Conservación.

b. Redes Sociales

Actualizar la Web www.valleriosanpedro.cl con información sobre los productos, los puntos de venta y material gráfico que se desarrolle destacando la oferta del sello.

Activar el fan page de Facebook del Paisaje de Conservación con un plan comunicacional que permita resaltar dos aspectos fundamentales: el compromiso por la protección del patrimonio del lugar y las ofertas que las personas asociadas al Sello estén produciendo.

Para esto se sugiere generar una pauta mensual de contenidos para que los usuarios puedan informarse e interactuar de forma orgánica dentro de la red social. En paralelo se deben promocionar campañas pagadas a través de Facebook enfocadas en potenciar la venta de productos y servicios de las personas asociadas al Sello, como las siguientes:

- *Aumentar la comunidad de Facebook con publicidad de pago segmentada a personas que estén en Los Lagos, Máfíl y Valdivia.*
- *Promocionar publicaciones relacionadas a los beneficios exclusivos que entrega el Paisaje de Conservación*

Tipo de Publicidad en Facebook	Inversión Sugerida	Resultado Esperado *
Like Ads (Aumento de Fans)	\$30.000 por campaña	+400 fans nuevos
Lead Ads (Base de Datos)	\$50.000 por publicación	+150 contactos nuevos
Promoted Posts (Interacción)	\$10.000 por publicación	+4.000 interacciones

c. Campaña Radial

Crear cápsulas radiales invitando a la comunidad de Los Lagos y Máfíl a los diferentes puntos de venta donde se ofrecerán los productos y servicios elaborados dentro del Paisaje de Conservación: La Tiendita, Feria Hortofrutícola, Ferias del Paisaje y otras ferias. Algunos ejemplos de posibles capsulas radiales:

1. Sello del Paisaje de Conservación, destacando a los pioneros en el compromiso de conservar el patrimonio natural y cultural de Chile. Actívate tú también, apoyando a los productores con el sello del paisaje y serás parte de la conservación del patrimonio natural y cultural del sur de Chile. Un mensaje del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, juntos integrando naturaleza y desarrollo.

2. Los productos con el sello del paisaje de conservación puedes encontrarlos en la Tiendita, en la Feria Hortofrutícola de Los Lagos o comprando directamente de los agricultores. Súmate tú también, apoyando a los productores con el sello del paisaje y serás parte de la conservación del patrimonio natural y cultural del sur de Chile. Más información en Facebook o en la página web www.valleriosanpedro.cl
3. En nuestro campo está el patrimonio natural y cultural de Chile. Cuidar y manejar adecuadamente el bosque nativo y el agua, produciendo alimentos sanos y limpios, es conservar el patrimonio. Compra los productos certificados con el sello del paisaje en la Tiendita, y miércoles y domingo en la feria hortofrutícola de los Lagos. ¡Súmate tú también! ...un mensaje del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, juntos integrando naturaleza y desarrollo.

d. Gráfica e impresión

Elaboró material gráfico para ser utilizado en la difusión visual de la campaña: faldones para el stand, letreros para la tiendita, calendarios y bolsas ecológicas.

El material gráfico debe resaltar el lado humano detrás del Paisaje de Conservación, utilizando el set de material fotográfico existente de los productores, además entregando información básica de los productores certificados (nombre, productos que ofrece, datos de contacto).

El material gráfico incluyó alusiones al concepto comunicacional:

“Comprometidos con el patrimonio natural y cultural del Paisaje. ¡Súmate tú también!”.

En calendarios y mini pendones se invita a la comunidad local a visitar los diferentes puntos de venta donde se ofrecerán los productos y servicios asociados al Sello del Paisaje: La Tiendita, Feria Hortofrutícola de los Lagos, otras ferias.

Un punto relevante que se consideró al momento de definir el material de difusión impreso es que no sea contaminante, idealmente material reciclado o que genere un mínimo impacto medioambiental al Paisaje de Conservación que estamos protegiendo.

Productos de diseño gráfico

PAISAJE DE CONSERVACIÓN VALLE RÍO SAN PEDRO

2017

COMPROMETIDOS CON EL PATRIMONIO NATURAL Y LA CULTURA CAMPESINA DEL TERRITORIO

¡SÚMATE TÚ TAMBIÉN!

Al comprar productos o servicios con este Sello estás aportando en la conservación del patrimonio natural y la cultura campesina del Valle del Río San Pedro

Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación para la biodiversidad de la Región de Los Ríos, Comunas de Los Lagos y Mafil.

Coordenamos en www.vallecosanpedro.cl y en [Facebook](https://www.facebook.com/vallecosanpedro)

Paísaje de Conservación Valle Río San Pedro

Calendario 2017. (37*47 cm)
Sello Paisaje de Conservación

La Tiendita

Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro

Municipio de la Municipalidad de Los Lagos
Comuna de Los Lagos - Comandante Lira y Mafil

Letrero punto de venta. Comuna Los Lagos

COMPROMETIDOS CON EL PATRIMONIO NATURAL Y LA CULTURA CAMPESINA DEL TERRITORIO

¡SÚMATE TÚ TAMBIÉN!

Contáctanos en www.vallecosanpedro.cl

Municipio de la Municipalidad de Los Lagos
Comuna de Los Lagos y Mafil

Diploma para productores certificados
(20*30 cm)

PRODUCTOS CERTIFICADOS DEL PAISAJE DE CONSERVACIÓN

Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación para la biodiversidad de la Región de Los Ríos, Comunas de Los Lagos y Mafil.

Faldón cubre mesas. Stand Paisaje de Conservación
(244*122 cm)

COMPROMETIDOS CON EL PATRIMONIO NATURAL Y LA CULTURA CAMPESINA DEL TERRITORIO

¿QUÉ ES?

El Sello del Paisaje de Conservación certifica el compromiso por el cuidado del patrimonio natural, la utilización de técnicas no contaminantes y la generación de una oferta amigable con el medio ambiente y beneficiosa para la comunidad local.

¡SÚMATE TÚ TAMBIÉN!

Al comprar productos o servicios con este Sello estás aportando en la conservación del patrimonio natural y la cultura campesina del Valle del Río San Pedro

Coordenamos en www.vallecosanpedro.cl y en [Facebook](https://www.facebook.com/vallecosanpedro)

Oficina Municipal Paisaje Conservación Los Lagos 065-2482316 - Oficina Municipal Paisaje de Conservación Mafil 065-2411724

Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación para la biodiversidad de la Región de Los Ríos, Comunas de Los Lagos y Mafil.

Lienzo de fondo. Stand Paisaje de Conservación
(3*2 metros)

6.3.6. Hitos Comunicacionales

Los hitos comunicacionales buscan generar un impacto mediático sobre las actividades realizadas por el Paisaje en Conservación. Para eso debemos considerar que nuestro mensaje sea emitido en la mayor cantidad posible de medios de difusión local y regional que se encuentren a nuestro alcance: radios, prensa, portales de noticias online, redes sociales, etc.

a. Lanzamiento de La Tiendita

Se generará un impacto comunicacional con la apertura de este nuevo punto de venta que se abrirá en el corazón de la ciudad de Los Lagos.

Para promocionar el lanzamiento de “La Tiendita” se podrá inventar una oferta o descuento exclusivo por motivos de la inauguración como, por ejemplo: “Toda la Tiendita con 20% de descuento”. Esta oferta se tendrá que definir directamente con los emprendedores del paisaje.

Con al menos 7 días de anticipación se debe comenzar a promocionar la inauguración de “La Tiendita”. Los medios considerados para estos son: radios locales, redes sociales y entrega de volantes en el centro de la ciudad.

También se deben considerar letreros y carteles comunicando el lanzamiento en el mismo punto de venta.

Se sugiere poder realizar un registro audiovisual de la inauguración del evento, rescatando los testimonios de las personas que van a comprar y compartan su experiencia al consumir los productos o servicios del Sello del Paisaje. Luego, este video puede ser usado en los medios de difusión del Paisaje: sitio web, redes sociales, publicidad de pago online, etc.

(VER DOCUMENTO COMPLETO EN ANEXO N° 3: PLAN DE MARKETING).

7. CONCLUSIONES

Las conclusiones colegidas del proceso y resultados de la consultoría en las etapas 3 y 4, que arrojaron los productos Plan de Negocios, Plan de Marketing y Brechas de Cumplimiento, se presentan a continuación, a modo de resumen. Dichas conclusiones podrán ser tomadas en consideración a la hora de tomar decisiones acerca de las acciones que den continuidad a la iniciativa que impulsa el Sello Territorio Sustentable.

PLAN DE NEGOCIOS

- Los productores en general están en una situación interna más bien desventajosa, porque perciben más debilidades que fortalezas, considerando que la calidad higiénica y la buena presentación de los productos, aspectos considerados por los productores como fortalezas, es baja en relación a las condiciones que ofrece la competencia.
- Se observa que en el entorno perciben más oportunidades que amenazas en el ámbito productivo y comercial, relevando muchas oportunidades comerciales como por ejemplo la importancia de aprovechar las instancias de organización para desarrollar mercados.
- En cuanto a las amenazas, la preocupación de los productores gira en torno a las dificultades de mantener una formalización tributaria, y en algunos casos el alto costo de implementar los requisitos para obtener la resolución sanitaria.
- Considerando la situación interna de los productores, sus fortalezas y debilidades, así como las preferencias de demanda expresadas por consumidores encuestados acerca de la oferta fue posible elaborar una priorización de las oportunidades comerciales, basado en lo que los propios agricultores expresaron.
- Las principales oportunidades tienen relación con mejorar la inserción en los mercados locales de productos como la frambuesa, los huevos de campo, las hortalizas frescas, el queso mantecoso, la miel y la mermelada de mosqueta. La prioridad definida para el plan de negocios es desarrollar una combinación de canales de venta local donde los productores puedan comercializar directo sin intermediario, tanto a la población de la comuna como a los visitantes, ya sean trabajadores dependientes o turistas.
- La priorización de la oferta y de las oportunidades comerciales detectadas fueron claves a la hora de investigar el entorno de mercado, lo que permitió concentrar esfuerzos en conocer la demanda por productos campesinos por parte de trabajadores dependientes, restaurantes de turismo local y en ferias temáticas. Al respecto, se observan interesantes perspectivas de demanda por productos y servicios locales, ya que todos los potenciales clientes en los distintos segmentos manifestaron un marcado interés por los productos de campo.

BRECHAS DE CUMPLIMIENTO.

- En relación a las brechas en el cumplimiento de buenas prácticas, asociadas al “Estándar” es posible señalar que en general los cumplimientos promedios de los Principios son buenos, ya que 8 de 10 presentan porcentajes inferiores al 50%. Sin embargo, se observan 2 Principios que presentan niveles preocupantes de incumplimiento promedio: “Principio 10. Salud y seguridad de las personas” (52%) y “Principio 5. Buen uso de la energía” (86,7%).

Por lo anterior, es fundamental definir estrategias de apoyo en estas materias para facilitar la mejora continua de los productores certificados. En este sentido, se recomienda acompañar a la Agrupación de Productores Certificados del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro² para generar alianzas con Servicios Públicos, que les permitan capacitarse y contar recursos financieros y técnicos.

PLAN DE MARKETING

- El uso de fotos de los productores, sus familias y sus campos es visto como la mejor opción para dar a conocer la propuesta del sello, complementado con imágenes de productos, servicios y paisajes, por lo que es fundamental que sean incorporados en futuras campañas. Las fotos a utilizar deben tener colores vivos, que evoquen alegría y no de días nublados y melancólicos. Asimismo, al introducir conceptos nuevos para el público objetivo de la campaña, hay que ser explícito en cuanto al objetivo comunicacional.
- El testear los resultados del Plan de Marketing con consumidores locales permitió conocer las ideas que evocaban las fotografías disponibles y realizar ajustes que le dieran mayor valor a la propuesta.

² Recientemente creada con apoyo del equipo técnico del PVCS.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	1
--	---	--	------------------	---

PLAN DE NEGOCIOS

SELLO TERRITORIO SUSTENTABLE

PAISAJE DE CONSERVACION VALLE RIO SAN PEDRO



2016

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	2
--	---	--	------------------	---

INDICE DE CONTENIDOS

	Resumen	3
1	INTRODUCCIÓN	7
2	ORGANICA	8
2.1	SOBRE EL SELLO “TERRITORIO SUSTENTABLE”	8
2.2	UN VISTAZO AL TERRITORIO	10
2.2.1	La Comuna de Los Lagos	10
2.2.2	La Comuna de Máfil	10
2.2.3	El Paisaje de Conservación Valle Rio San Pedro	11
2.3	LA AGRICULTURA FAMILIAR DEL PAISAJE DE CONSERVACION	11
2.3.1	Características de los productores del Paisaje de Conservación	12
3	ANALISIS ESTRATEGICO: MATRIZ FODA	15
3.1	Análisis interno: fortalezas y debilidades	15
3.2	Análisis del entorno: oportunidades y amenazas	16
4	PRIORIZACION	18
4.1	Productos priorizados	18
4.2	Canales de venta priorizados	19
5	INVESTIGACION DEL ENTORNO DE MERCADO	20
5.1	Área de Influencia del negocio	20
5.2	El funcionario de servicio municipal como cliente	20
5.3	Las ferias temáticas	21
5.4	Restaurantes de Turismo Local	22
6	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN	23
7	CONCLUSIONES	24
	Anexos	25

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	3
--	---	--	------------------	---

Resumen

La iniciativa “Sello Territorio Sustentable” fue creada por la **Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación de la Biodiversidad de la Región de los Ríos**, con el objetivo de destacar el trabajo de un grupo de agricultores familiares que habitan el territorio del “Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro”, compartido por las comunas de Los Lagos y Máfil en la Región de los Ríos.

El “Sello Territorio Sustentable” representa un compromiso de los productores por el cuidado de la biodiversidad, por la utilización de técnicas productivas no contaminantes y por ofrecer alimentos tradicionales limpios y sanos. Se trata de la oferta de un grupo de agricultores familiares certificados en las Comunas de Los Lagos y Máfil, que desarrollan múltiples actividades productivas de pequeña escala en los rubros de hortalizas, ganadería, productos procesados, forestal, artesanía y servicios de turismo rural.

Para certificarse, los productores deben acreditar que habitan el territorio “Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro”, para luego asistir a una serie de capacitaciones y demostrar la implementación de una serie de principios de Buenas Prácticas Productivas.

En cuanto a la producción y ventas en los últimos años, el grupo de 25 productores que postularon a la certificación del sello en el 2016 observan una oferta anual diversificada, centrada en hortalizas y chacras (destacando 20.000 unidades de lechuga, 18.000 unidades de cilantro, 30 toneladas de papa), alrededor de 1.000 docenas de huevos de campo, 100 corderos vivos, 3.000 kg de queso, 600 m³ de leña, 1.000 lts. de chicha de manzana y 4.000 lts. de cerveza artesanal, solo por mencionar los productos más abundantes. La oferta también incluye otros productos tradicionales de la zona como mermeladas, conservas, tejidos, productos de recolección silvestre, así como también servicios relacionados al turismo rural tal como restaurantes, hospedajes, arriendo de cabañas, rutas turísticas y servicio de alimentación a grupos.

Su mercado fue esencialmente local y comunal, con un 80% de los productores que venden solo dentro de su comuna. El canal de venta más frecuente fue la venta en el predio, con una alta frecuencia de productores que comercializaron su producción en varios puntos de la comuna. Solo una baja proporción de los productores se encuentra formalizado tributariamente y cuenta con autorización del servicio de salud para procesar productos, lo que limita su acceso a mercados formales.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	4
--	---	--	------------------	---

Una matriz de análisis FODA enfocada en la comercialización de los productos fue realizada con la participación de 30 agricultores y profesionales de la red de fomento del Paisaje de Conservación, arrojando los resultados que se muestran en el siguiente cuadro:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buen sabor de los productos	Volúmenes muy bajos
Buena calidad - higiene	Bajo nivel de formalización
Los productos tienen buena presentación	Exceso de oferta en verano y escasez en invierno
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Crear red de puntos de entrega comunal	Altos costos para cumplir resolución sanitaria
Ferias de productos locales	Alto costo para formalización tributaria
Trabajar asociados, crear red de productores	Bajos precios ofrecidos por las fruterías en la comuna

Fuente: Talleres FODA en Los Lagos y Máfil, junio 2016.

Posteriormente los resultados fueron utilizados para definir mercados objetivo entre las oportunidades detectadas y priorizadas por los productores, considerando también sus debilidades y amenazas, en especial el bajo nivel de formalización sanitaria y tributaria del grupo. Se descartaron oportunidades como la demanda fuera de la comuna y puntos de venta fijos. Los mercados priorizados fueron los siguientes:

MÁFIL	LOS LAGOS
Reparto a funcionarios de servicios (Municipalidad, consultorio, liceo, etc.)	Reparto a funcionarios de servicios (Municipalidad, consultorio, banco, etc.)
Ferias temáticas (costumbristas, expo-mundo rural)	Ferias temáticas (costumbristas, expo-mundo rural)
Punto de venta en Recinto Festival	Feria Hortofrutícola Los Lagos
Restaurantes locales (Rincón Mafileño)	Restaurantes locales (Plaza Vieja, Bocados, Café Laguino)

Fuente: Talleres FODA en Los Lagos y Máfil, junio 2016.

Sondeo de Rápido de Mercado. En el contexto de los mercados priorizados expuestos anteriormente, para efectos del presente plan de negocio se priorizó un mix de productos en base al cruce oferta-demanda, donde la oferta fue caracterizada por la información de los productores certificados, y la demanda a través de la metodología de “Sondeo Rápido de Mercado” realizando encuestas y entrevistas a la demanda directa. Con dicha información se elaboró el cuadro con los productos priorizados para el plan de negocio, ordenados desde por su porcentaje de preferencia expresada por la potencial demanda:

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	5
--	---	--	------------------	---

PRODUCTO O SERVICIO	% Preferencia consumidores	¿CUÁNTOS PRODUCTORES LO OFRECEN?	¿FORMALIZADOS?	CANTIDAD OFRECIDA	Precio promedio esperado por el productor
Frambuesa fresca por kilo	97	4	1	1.200	2.000
Huevos de campo (docena)	95	6	2	1.020	2.100
Cilantro (atado)	92	12	0	14.640	508
Lechuga (un)	89	12	0	16.900	728
Nalcas (un)	86	1	0	30	1.500
Zanahoria (kg)	84	2	0	600	625
Papas (kg)	84	9	0	39.320	425
Queso mantecoso (kg)	81	1	1	1.400	4.000
Miel (kg)	81	4	1	1.340	3.625
Mermelada mosquito (500 gr)	81	3	0	80	5.250

Fuente: elaboración propia.

Al ser consultados por el atributo más importante para elegir los productos que de su interés, los funcionarios de servicios indicaron al "Buen sabor" y la "calidad" de los productos como lo más relevante.

Característica deseada	% Preferencia
Buen sabor	65
Fácil de adquirir	41
Bajo precio	38

Fuente: elaboración propia

En Los Lagos, se estima que un lugar existente (la Feria Hortofrutícola) como el mejor lugar para adquirir los productos provenientes del campo, aunque también fue recurrentemente mencionada un lugar que no está habilitado como tal (Plaza de Los Lagos) como un potencial lugar para ubicar un punto de venta. En Máfil, no existe un punto de venta estable para los productos del campo local, como una feria o un local, ya que el comercio hortofrutícola se hace a través de fruterías y almacenes.

Mejor Punto de venta en Máfil	Mejor Punto de Venta en Los Lagos
Recinto Festival	Feria Hortofrutícola
Fuera del consultorio	Plaza de los Lagos

Fuente: elaboración propia

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	6
--	---	--	------------------	---

Al ser consultados ¿Qué sugiere para mejorar la venta de los productos locales?, los encuestados manifestaron lo siguiente: en Máfil es necesaria una feria estable en un punto específico, donde los productores puedan ofrecer sus productos. Además, se sugiere que establezcan un sistema de reparto de canastas para funcionarios y empleados de la comuna. En Los Lagos, los encuestados manifestaron que para mejorar la venta de los productos del campo local lo mejor sería ampliar el funcionamiento de la Feria Hortofrutícola de Los Lagos, para que abra en otros días y horas establecidas.

En cuanto a los restaurantes, el 100% de los entrevistados se mostró interesado en comprar los productos con el sello (Plaza Vieja, Café Laguino, Restobar Bocados, Cuartel 50, Rincón Mafileño), siempre que puedan adquirirse mediante factura. Los restaurantes tienen una demanda constante por alimentos de buen sabor, sus propietarios buscan facilitar sus compras por lo que sugieren un sistema de entregas programado con proveedores estables y que se pueda crear una agrupación que les facilite los temas tributarios y sanitarios. Los productos más demandados por restaurantes locales fueron hortalizas y papas, frambuesas y frutillas, huevos de campo, queso mantecoso y mermelada.

En cuanto a las Ferias temáticas, se entrevistó a los encargados municipales de la organización de ferias costumbristas, y también se obtuvo información de la Dirección Regional de SERNATUR. A las principales ferias regionales a las cuales potencialmente pueden asistir los productores son:

REGIONAL	LUGAR	FECHA	CONTACTO
Expo-Mundo Rural Los Ríos	Rotativo	Enero	Ejecutivo Área INDAP
Feria Expo-Lana	Futrono	Enero	contacto@munifutrono.cl
Feria Muévete por los Ríos	Valdivia	Septiembre	cberoisa@munivaldivia.cl
Mercados de la Tierra	Rotativo	Todo el año	mercadosdelatierralosrios@gmail.com
Expo-Descubre Los Ríos	Santiago	Abril	ileiva@sernatur.cl

Fuente: elaboración propia

En Los Lagos, los encargados de ferias son el Sr. Christian Naglieri (christiannaglieri@gmail.com) para las Muestras costumbristas de Antilhue, la Ruta del Calle Calle y la Feria Costumbrista del Verano en Los Lagos. Para el caso de las fiestas costumbristas de Purey, Pancul y la Fiesta de la Frambuesa, el contacto es el Sr. Claus Bruggink (cebrugginkmuniloslagos@gmail.com).

En Máfil, las ferias de las Tradiciones de Lingüento, Festival de la Cazuela de Runca, Costumbrista de Mulpún y de Rinconada son organizadas por las organizaciones sociales con apoyo de DIDECO. La Municipalidad organiza el Evento Primavera de las Artes y Tradiciones y la Feria Guillantú. El contacto es Andrés Lara, DIDECO de la Municipalidad de Máfil (gonzalolara7@gmail.com).

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	7
--	---	--	------------------	---

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento, “Plan de Negocio del Sello del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro”, es un documento elaborado por la Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación de la Biodiversidad de la Región de los Ríos como instrumento de planificación para la toma de decisiones comerciales tendientes a aprovechar oportunidades de negocio. Los objetivos específicos son:

- a) Describir la orgánica y la estructura organizativa del Sello del Paisaje de Conservación.
- b) Identificar con los actores de la iniciativa oportunidades de posibles negocios para los próximos 3 años. Analizar las posibles amenazas que se puedan presentar al sello.
- c) Realizar un análisis interno, incluyendo la descripción del Sello del Paisaje de Conservación y sus objetivos, definiendo quien forma parte de su plan de negocios y las funciones de sus integrantes, evaluando sus fortalezas y debilidades.
- d) Priorizar los productos y/o servicios de la iniciativa para los próximos 3 años.
- e) Realizar una investigación del entorno de mercado para los productos/servicios priorizados.
- f) Elaborar un plan de trabajo para la implementación del plan de negocio.

Dado que el Sello Territorio Sustentable es una iniciativa de certificación que involucra a un grupo de agricultores, el diseño metodológico dio gran importancia a la participación de los productores y su red de fomento para su elaboración. Para alcanzar este objetivo se utilizaron distintos instrumentos como Talleres FODA con grupos de productores en reuniones separadas en Los Lagos y Máfil, encuestas estructuradas a productores y consumidores, entrevistas abiertas a informantes calificados y grupos focales con profesionales de la red de fomento.

Por las características de la iniciativa, es que deliberadamente se adaptó la metodología quitando elementos tradicionales del plan de negocio, como son el “Plan de Producción”, el “Plan de Ventas”, “Área de Recursos Humanos”, que son propios de cada empresa, y la “Proyección financiera” que fue reemplazado por un “Plan de acción” para alcanzar los objetivos que se definan. En cuanto al “Plan de Marketing”, será abordado por separado completamente en una consultoría aparte.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	8
--	---	--	------------------	---

2. ORGANICA

2.1 SOBRE EL SELLO “TERRITORIO SUSTENTABLE”.

El “Sello Territorio Sustentable” (**IMAGEN 1**), es una certificación que busca distinguir a un grupo de productores destacados del territorio Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comunas de Los Lagos y Máfil, para apoyarlos a través de acciones de marketing y difusión a nivel regional con el propósito de que puedan ampliar sus posibilidades de mercado.



IMAGEN 1: Sello Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro

El sello es una iniciativa de la Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación de la Biodiversidad de la Región de los Ríos, que ha creado un sistema de certificación basado en los tres siguientes componentes:

(1) un **Protocolo de Certificación** que establece las reglas y procedimientos necesarios para la obtención del Sello. Para poder obtener la certificación los productores deberán proporcionar documentación básica (certificado de residencia, ficha de productores del Paisaje de Conservación firmada) y participar con un mínimo de 80% de asistencia en un ciclo de capacitación sobre buenas prácticas productivas. Al finalizar el ciclo de capacitación los asistentes deberán completar una Pauta de Evaluación que permitirá una primera aproximación a su nivel de cumplimiento del Estándar. Para obtener la certificación los productores deben alcanzar un porcentaje determinado de cumplimiento, que será definido cada temporada por parte del Comité de Administración del Sello.

En dicho protocolo se definió que el Sello se enfocará en promover dos condiciones de los productos y/o servicios del territorio: (a) la identidad cultural de los productores que habitan Paisaje de Conservación y (b) la implementación de buenas prácticas productivas en los predios.

Las categorías de productos y/o servicios que podrán ser objeto de la certificación son: hortalizas frescas, berries, frutas, productos forestales no madereros (hongos, frutos silvestres, hierbas), corderos,

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	9
--	---	--	------------------	---

huevos, leña, mermeladas, conservas, miel, quesos, lácteos, vinos, licores, cervezas, artesanía, turismo rural y productos innovadores. No obstante, lo anterior, más allá del ámbito del producto y de su mercado, la certificación se orienta al manejo de la totalidad del predio, no solo a las condiciones de manejo del producto y/o servicio certificado que va al mercado.

(2) un **Estándar de Buenas Prácticas Productivas** que define principios, criterios e indicadores aplicables a los productos certificados con el Sello, como marco de referencia para la implementación de Buenas Prácticas Productivas considerando todas las actividades que se desarrollan en los predios bajo certificación. En dicho estándar las Buenas Prácticas Productivas se conciben como un conjunto de principios aplicados a la producción que permiten garantizar que se utilizan técnicas productivas no contaminantes y que se cuida de la biodiversidad presente en los predios. Los principios del estándar son diez: Cuidado de la biodiversidad; Buen uso de la energía; Manejo de residuos y contaminantes; Cuidado de las aguas; Cuidado de los suelos; Bienestar animal; Manejo forestal sostenible; Cosecha y almacenamiento limpio; Higiene en el procesamiento; Salud y seguridad de las personas.

(3) un **Manual de Administración** que define los componentes del modelo de gestión y proporciona información administrativa sobre los componentes y las tareas específicas que competen a los distintos actores que están a su cargo, con el propósito de delinear actividades, tiempos y responsabilidades para una exitosa ejecución de la iniciativa a través del tiempo. En el Manual de Administración se definió que se establecerá un Consejo de Administración con el objetivo de planificar, gestionar y coordinar las actividades relacionadas al sello, el cual estará integrado por la Secretaría Ejecutiva de la Asociación y por la Secretaría Ejecutiva del “Consejo de Desarrollo del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro”. Adicionalmente se establecerá un Consejo de Evaluación, con el objetivo de sancionar las solicitudes de certificación, conformado por cuatro plazas en total, ocupadas en partes iguales por profesionales del ámbito del Fomento Productivo de las Municipalidades de Los Lagos y de Máfil.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	10
--	---	--	------------------	----

2.2 UN VISTAZO AL TERRITORIO

En el capítulo anterior se proporcionó información de contexto que permite conocer el proceso técnico-administrativo que da origen al Sello Territorio Sustentable del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro. En el presente capítulo se profundizará en las principales características del territorio y sus habitantes.

2.2.1. La Comuna de Los Lagos. En base a información del último Censo Agropecuario, el Programa Eco-Región Agenda Local 21 elaboró un diagnóstico de ambas comunas que informa que Los Lagos tiene una superficie total de 179.100 hectáreas, de las cuales el 90% son silvoagropecuarias, y alrededor de un 65% es exclusivamente agropecuaria. Al año 2007 se estimaba que la superficie destinada a cultivos era de 9 mil hectáreas aproximadamente, donde la mayor proporción del suelo se destinaba a praderas anuales/permanentes (6.500 há) y en menor medida a cereales (1.880 há). Más del 70% de los predios presentan superficies entre 1 y 50 hectáreas, sin embargo, ocupando alrededor del 11% de la superficie total comunal. Los predios de mayor superficie (>200 há) ocupan el 70% de la superficie.

Cuadro 1. Los habitantes de Los Lagos en indicadores¹

Población	21.900 habitantes
Renta imponible mensual promedio	376,9 mil pesos
Población en situación de pobreza	16,5%

Fuente: Ministerio Desarrollo Social, 2013.

2.2.2 La Comuna de Máfil. Tiene una superficie de 72.777 hectáreas de uso silvoagropecuario, de las cuales un 45% es de tipo agropecuario considerando alrededor del 95% de los predios de la comuna. En las últimas décadas se ha experimentado un importante aumento de la superficie de plantaciones forestales, cambio que ha sido en detrimento de la superficie agrícola de la comuna. En cuanto a los suelos destinados a cultivos y praderas, este ocupa alrededor de un 60% del total, lo que denota la importancia del rubro ganadero en la comuna de Máfil, ya que los suelos utilizados para cultivos solamente alcanzan el 8% de la superficie agropecuaria.

Cuadro 2. Los habitantes de Máfil en indicadores².

Población	6.900 habitantes
Renta imponible mensual promedio	383,7 mil pesos
Población en situación de pobreza	14,8%

Fuente: Ministerio Desarrollo Social, 2013

¹ http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/indicadores/pdf/comunal_general/losrios/Los_Lagos_2013.pdf

² http://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/indicadores/pdf/comunal_general/losrios/Mafil_2013.pdf

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	11
--	---	--	------------------	----

2.2.3 El Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro. Se refiere a un territorio de alto valor ambiental compartido por las Comunas de Los Lagos y Máfil, con un modelo de desarrollo integral basado en el compromiso, la identidad y el arraigo de sus habitantes. Lo anterior mediante un proceso de educación, planificación y gestión territorial participativa, que promueve la conservación y uso activo de los ecosistemas mediante la aplicación de buenas prácticas ambientales en la producción agrícola, ganadera y forestal, buscando potenciar la economía local, el bienestar humano y la protección de la biodiversidad.

Es liderado institucionalmente por las Municipalidades de Los Lagos y Máfil, con apoyo del Ministerio del Medio Ambiente. Desde su instalación en el año 2008 participan de este proyecto propietarios privados y organizaciones territoriales que habitan en el Paisaje de Conservación, servicios públicos con competencia en la protección de recursos naturales y empresas privadas que cuentan con patrimonio de bosque nativo en el territorio.

La estrategia de conservación de la biodiversidad implementada en el marco de la iniciativa Paisaje de Conservación ha buscado equilibrar el desarrollo productivo del territorio con la protección de la biodiversidad presente en él mismo. Sin embargo, los bajos incentivos económicos para que los pequeños productores adopten medidas de conservación y un bajo nivel organizacional de los mismos ha dificultado la implementación de dicha estrategia de conservación.

2.3 LA AGRICULTURA FAMILIAR DEL PAISAJE DE CONSERVACIÓN

De acuerdo a un estudio elaborado por la Universidad de Los Lagos elaborado para el proyecto GEF-SIRAP, citado por el Proyecto FNDR “Programa capacitación y difusión en protección ambiental Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro”, la mayor parte de los productores agropecuarios del territorio se dedica a los rubros ganaderos (39% crianza-engorda / 22% leche /3% ovino). Los productores agrícolas, forestales y los habitantes rurales, son tipologías de productores que representan todos juntos aproximadamente el 34% del total de la zona.

El productor agrícola tiene un predio de superficie promedio 17,9 há, de las cuales aprox. 70% se destinan a ganadería y/o cultivos. El principal cultivo agrícola es la papa y otras actividades relevantes son la crianza ovina, las hortalizas, las plantaciones forestales y el bosque nativo. El “Habitante Rural” entonces corresponde a un tipo de productor agrícola de subsistencia, que posee un predio destinado a múltiples actividades agrícolas, ganaderas y forestales, con importantes limitantes dadas por las características de los predios en términos de topografía y fertilidad.

Los productores que son objetivo de la certificación corresponden principalmente a las tipologías de productores agrícolas y habitantes rurales. Respecto de este grupo de productores, al comienzo de la ejecución del proyecto se catastró a 160 productores familiares del territorio delimitado por el Paisaje de Conservación en Los Lagos y Máfil, de los cuales un grupo de 90 manifestó su interés en participar

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	12
--	---	--	------------------	----

de la iniciativa del Sello. Los datos que se presentan a continuación corresponden a los 90 productores interesados, y fueron obtenidos en el primer trimestre del 2016.

2.3.1 Características generales de los productores del Paisaje de Conservación: El grupo está compuesto por 54 productores de Los Lagos y 36 de la Comuna de Máfil. Su promedio de edad es de 54 años, y la superficie promedio de sus predios es de 12 hectáreas (con una dispersión de 153 hectáreas el predio más grande y de 0,5 hectáreas el más pequeño, con una alta frecuencia de predios menores a 5 hectáreas).

En relación al género de los interesados, de la encuesta se establece que un 76% son mujeres, en tanto la tenencia de la tierra informa que un 84% son propietarios de los predios en cuestión.

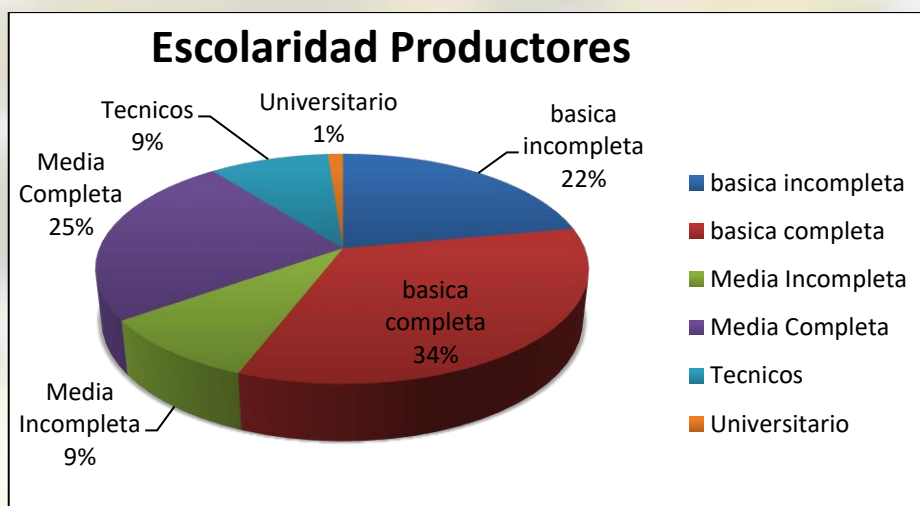


IMAGEN 2: Escolaridad Productores Catastrados 2016

En cuanto a la formación de los productores, se puede observar que alrededor de un 60% tiene escolaridad incompleta, en tanto solo un 10% posee formación técnica o universitaria. Más del 90% del grupo son asesorados por los Programas Territoriales de INDAP (PRODESAL, PDTI).

En relación a las actividades desarrolladas por los productores, la mayoría declaran realizar múltiples actividades simultaneas en pequeña escala, en la mayoría de los casos la producción de mermeladas y conservas es un rubro secundario de gran importancia.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	13
--	---	--	------------------	----

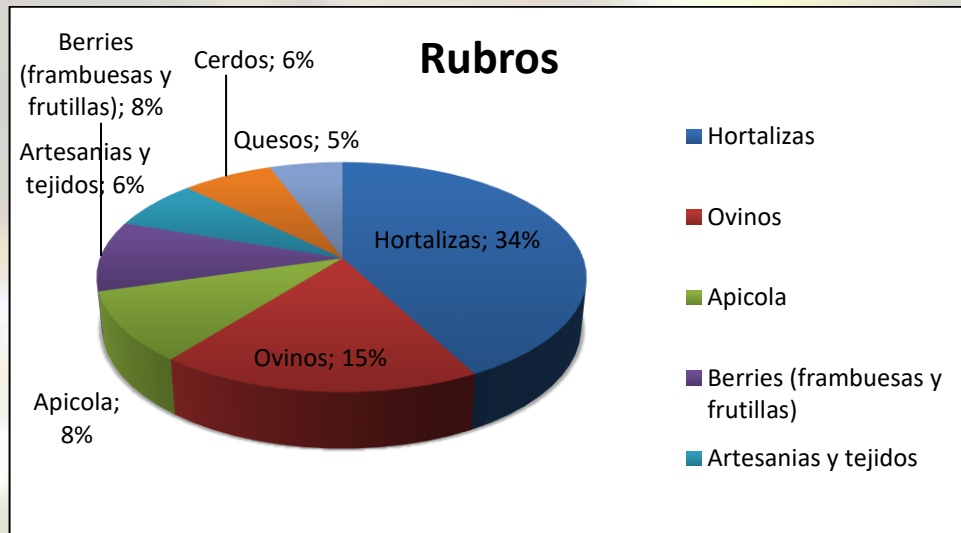


IMAGEN 3: Principales Rubros Productores Paisaje Catastro 2016

Los productores catastrados tienen una alta preferencia por trabajo individual, solo un 9% de los 90 productores pertenece a algún grupo, asociación y/o cooperativa. En la IMAGEN 4 se puede observar la participación de los productores en instancias de asociatividad en el territorio.

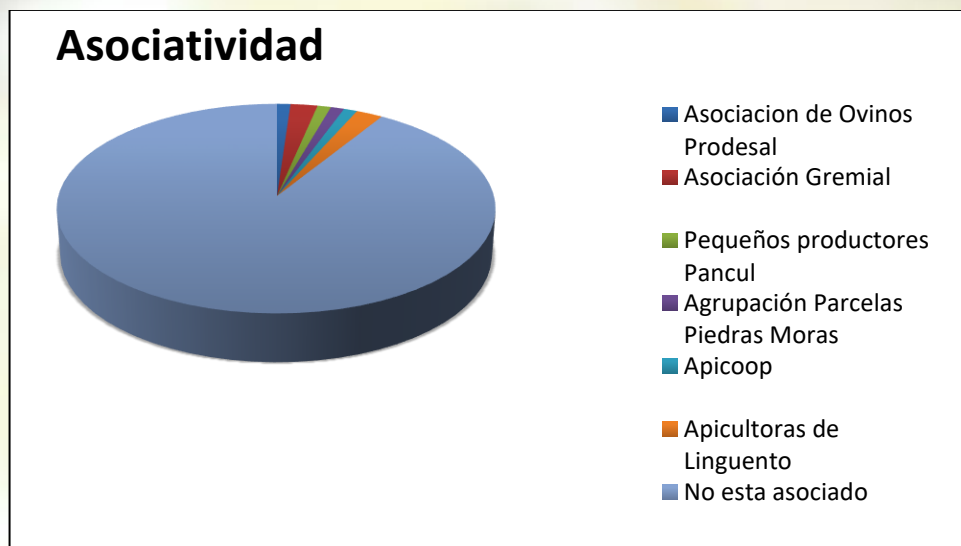


IMAGEN 4: Asociatividad Productores Paisaje Catastro 2016

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	14
--	---	--	------------------	----

En cuanto a la comercialización, una gran proporción de los productores declara participar de los mercados locales (comunales), ya sea por venta directa en sus predios, ferias o en varios puntos de la comuna. Solo un 21% declara vender fuera de la comuna.

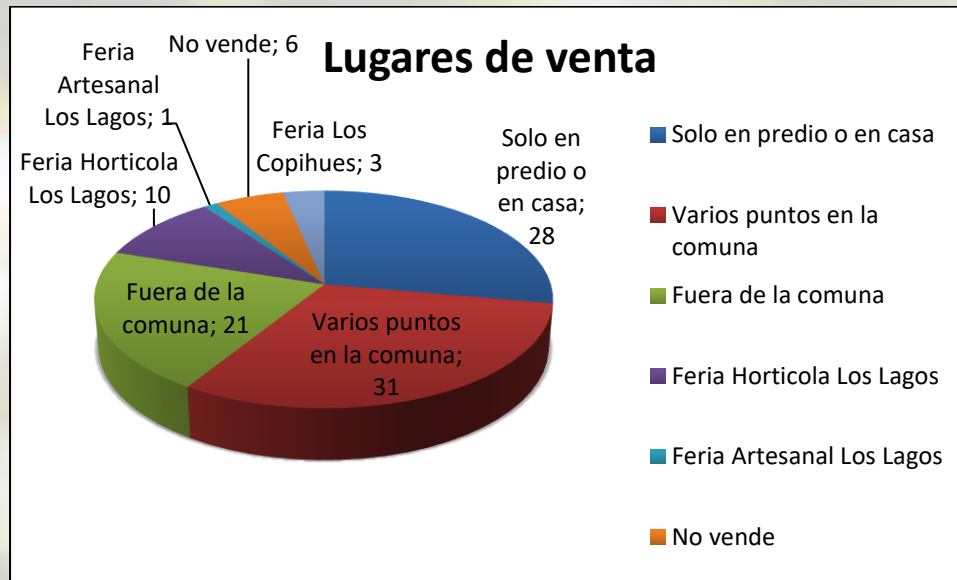


IMAGEN 5: Lugares de venta Productores Paisaje Catastro 2016

En relación a la autorización proporcionada por la Seremi de Salud, solo un 6% de los productores cuenta con resolución sanitaria. Finalmente, en relación a su situación tributaria, cerca del 90% de los productores no se encuentran formalizados ante el Servicio de Impuestos Internos.



IMAGEN 6: Registro sanitario de los Productores Paisaje Catastro 2016

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	15
--	---	--	------------------	----

3 ANALISIS ESTRATEGICO: MATRIZ FODA.

Un grupo de aproximadamente 30 agricultores de ambas comunas, junto con cuatro profesionales de la red de fomento del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro realizaron dos talleres para aplicar la metodología FODA en junio 2016, la cual arrojó los resultados que se presentan a continuación:

3.1 Análisis interno: fortalezas y debilidades. En la discusión de las fortalezas del grupo de productores se llegó a un consenso de que las más importantes fortalezas son aquellas inherentes a la oferta, o sea las principales características que los agricultores identifican en sus productos:

Cuadro 1. Resumen resultados análisis interno realizado por productores del paisaje.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buen sabor de los productos	Volúmenes de producción muy bajos
Buena calidad - higiene	Bajo nivel de formalización tributaria y sanitaria
Productos con buena presentación	Exceso de oferta en verano y escasez en invierno

Fuente: elaboración propia en base a taller FODA.

El buen sabor de los productos es reconocido tanto por productores y consumidores, transformándose en el principal atributo de valor de la oferta y es lo que permite mantener un público cautivo a pesar de la fuerte competencia de las fruterías que los amenazan con menores precios. Otras fortalezas detectadas por los productores en su oferta, como la higiene y la presentación, no son tan evidentes en comparación con la oferta de la competencia, que también cuenta con productos de similares condiciones de higiene y presentación. Eso contribuye a debilitar la posición competitiva de los productores, que cuentan con varios flancos débiles, una producción que se caracteriza por ser mayormente informal, dependiente de la estación del año, con bajos volúmenes de producción. En cuanto a otras debilidades identificadas por los asistentes al taller, se detallan a continuación:

Cuadro 2. Otras debilidades identificadas por los productores del paisaje.

OTRAS DEBILIDADES	LOS LAGOS	MAFIL
Poca capacidad de transporte	X	
Baja capacidad de producción en relación a la demanda	X	
No se conocen bien los costos de producción	X	
Dificultades para administración de las finanzas	X	
Pocos lugares de venta	X	
Baja organización de los productores	X	X

Fuente: elaboración propia en base a taller FODA.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	16
--	---	--	------------------	----

El bajo nivel de organización de los productores es una debilidad que los productores ponderan poco en importancia, sin embargo, los profesionales de la red de fomento reconocen la gran carencia de participación en organizaciones socio-productivas como uno de los factores limitantes para el desarrollo técnico y productivo de los agricultores del territorio.

3.2 Análisis del entorno: oportunidades y amenazas. La percepción de los productores de ambas comunas es que los costos que implica la formalización tributaria y en algunos casos sanitaria es una barrera muy alta para sortear, lo que implica la principal amenaza para sus actividades de comercialización.

Cuadro 3. Amenazas detectadas por los productores del paisaje.

AMENAZAS	LOS LAGOS	MAFIL
Altos costos para cumplir con los requisitos sanitaria de formalización	X	X
Alto costo de pagar contador para formalización tributaria	X	X
Bajos precios ofrecidos por las fruterías en la comuna	X	X
Fuerte competencia de productos agrícolas que vienen de afuera	X	
Alto costo del etiquetado nutricional	X	
Baja valoración de los productos de campo		X
Envidias, disputas entre vecinos		X

Fuente: elaboración propia en base a taller FODA.

Son amenazas que se estima pueden actuar acrecentando las barreras de entrada a los mercados, entendidas como dificultades que dificultan la captura de oportunidades que hay en el entorno por parte de los productores.

Para el caso de la detección de las oportunidades comerciales que se perciben en el entorno, el análisis fue más profundo ya que las ideas fueron más debatidas en el grupo y finalmente priorizadas llegando a un consenso entre los participantes. Los resultados del análisis de las oportunidades comerciales del entorno se observan en el Cuadro 4 a continuación:

Cuadro 4. Oportunidades priorizadas por los productores del paisaje.

OPORTUNIDADES PRIORIZADAS	PRIORIDAD AGRICULTORES (0-3)	PRIORIDAD MUNICIPIOS (0-3)	Total
Crear red de puntos de venta comunal en Máfil (Ej.: Municipalidad, consultorio, escuelas)	3	3	6
Ampliar funcionamiento de la feria de Hortícola de Los Lagos	3	3	6
Ferias temáticas (Expo-Mundo Rural, Fiesta de la Frambuesa, etc.)	3	1	4

Fuente: elaboración propia en base a taller FODA.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	17
--	---	--	------------------	----

Como indica el cuadro precedente, los productores dan gran importancia al comercio comunal de sus productos, potenciando la venta directa al consumidor en varios puntos de cada Comuna y además potenciando los lugares existentes que tradicionalmente han servido de espacio para la venta de los productos.

Además, en los talleres FODA se otorgó gran importancia a la posibilidad de trabajar asociados creando una red de productores del Paisaje, siendo una de las prioridades máximas para ambos productores y profesionales, ya que se estima que de esa forma algunas de las principales debilidades pueden ser fortalecidas, particularmente el tema de la formalización tributaria y sanitaria, por la posibilidad de hacer proyectos de fortalecimiento también.

Otra oportunidad que toma gran importancia para los productores son las ferias temáticas, espacio donde acercan su oferta a otros consumidores que visitan las ferias, que llegan por turismo comunal, regional o nacional. El público de las ferias busca productos campesinos como alimentos tradicionales, artesanía ya que en las ciudades más grandes son difíciles de conseguir y le asignan un mayor valor cultural.

Adicionalmente en los talleres se detectaron otras oportunidades (Cuadro 5), las cuales fueron asignados con una menor prioridad por los asistentes, principalmente por la dificultad de implementarlas o por considerarse poco atractivas.

Cuadro 5. Otras oportunidades detectadas por los productores del paisaje.

OTRAS OPORTUNIDADES	PRIORIDAD AGRICULTORES (0-3)	PRIORIDAD MUNICIPIOS (0-3)	Total
Demanda por productos de campo en Valdivia	2	1	3
Punto de venta en Caseta Información Turística Los Lagos	0	3	3
Crear sistema de canastas para funcionarios municipales Máfil	0	3	3
Venta en el predio	2	0	2
Demanda de productos orgánicos	1	0	1
Demanda fuera de la comuna (Panguipulli, Futrono, Chiloé, Santiago)	1	0	1
Venta a Hoteles y Restaurantes	1	0	1
Venta restoranes locales en el territorio	1	0	1
Punto de venta propio Máfil ("Hito Turístico")	0	1	1

Fuente: elaboración propia en base a taller FODA.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	18
--	---	--	------------------	----

4. PRIORIZACIÓN

4.1 Productos Priorizados. Adaptando la metodología de sondeo rápido de mercado propuesta por la Organización Intercooperation³, se obtuvo información primaria desde encuestas estáticas estructuradas aplicadas tanto a productores (Anexo 1) como a un grupo de consumidores (Anexo 2). Con dicha información se elaboró el cuadro que se presenta a continuación con los productos priorizados para el plan de negocio del Sello Territorio Sustentable del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, ordenados desde los que fueron más frecuentemente mencionados por la demanda.

Cuadro 6. Priorización de los productos del Sello del Paisaje.

PRODUCTO O SERVICIO	% Preferencia consumidores	¿CUÁNTOS PRODUCTORES LO OFRECEN?	¿Formalizados?	CANTIDAD OFRECIDA CON SELLO	Precio promedio esperado por el productor
Frambuesa fresca por kilo	97	4	0	1.200	2.000
Huevos de campo (docena)	95	6	2	1.020	2.100
Cilantro (atado)	92	12	0	14.640	508
Lechuga (un)	89	12	0	16.900	728
Nalcas (un)	86	1	0	30	1.500
Zanahoria (kg)	84	2	0	600	625
Papas (kg)	84	9	0	39.320	425
Queso mantecoso (kg)	81	1	1	1.400	4.000
Miel (kg)	81	4	1	1.340	3.625
Mermelada mosquito (500 gr)	81	3	0	80	5.250

Fuente: elaboración propia.

Del cuadro se observa que los productos más demandados son las frambuesas y los huevos, que son ofrecidos por una baja proporción de productores, observando buenos precios y adecuado volumen. Los siguientes productos en importancia en cuanto a su nivel de demanda son las hortalizas y papas, que observan menores precios y una alta proporción de agricultores que los ofrecen. Buenas oportunidades se observan en productos priorizados que son ofertados por pocos productores, como el queso mantecoso, la miel, las nalcas y la mermelada de mosquito.

³ www.intercooperation.ch

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	19
--	---	--	------------------	----

4.2 Canales de Venta Priorizados. En base a las oportunidades de negocio detectadas y priorizadas por los productores de ambas comunas en el Análisis FODA, un grupo de cuatro profesionales compuesto por un representante de la Municipalidad de los Lagos, uno de la Municipalidad de Máfil y dos de la Consultora SiempreVerde realizó el proceso final de priorización (Cuadro 7) de los canales de venta para el Plan de Negocio del Sello Territorio Sustentable del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro.

Cuadro 7. Canales de venta priorizados para los productos con Sello Territorio Sustentable.

Máfil	Los Lagos
Sistema de venta directa por reparto o retiro en el predio	Sistema de venta directa por reparto o retiro en el predio
Ferías temáticas (costumbristas, expo-mundo rural, etc.)	Ferías temáticas (costumbristas, expo-mundo rural, etc.)
Punto de venta en Recinto Festival	Feria Hortofrutícola Los Lagos
Restaurantes locales (Rincón Mafileño)	Restaurantes locales (Plaza Vieja, Bocados, Café Laguino, Cuartel 50)

Fuente: elaboración propia.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	20
--	---	--	------------------	----

5. INVESTIGACIÓN DEL ENTORNO DE MERCADO PARA LOS PRODUCTOS/SERVICIOS PRIORIZADOS.

5.1 Área de Influencia del Negocio: fue definida el área de influencia del negocio como el mercado local comunal en Los Lagos y Máfil, abordando especialmente tres segmentos de consumidores: (a) los trabajadores dependientes de cada comuna; (b) ferias temáticas y (c) el de los restaurantes de turismo local. A continuación, se presentan los resultados de una encuesta estructurada aplicada que fue utilizada para obtener información de los potenciales clientes de los productos con el sello.

5.2 Trabajadores dependientes: un total de 37 trabajadores dependientes en Los Lagos y Máfil fueron encuestadas para conocer su percepción de los productos agrícolas ofrecidos por los agricultores locales. El 100% de los encuestados se manifestó interesado en comprar productos directo de los agricultores locales.

Al ser consultados por el atributo más importante para elegir los productos que de su interés, los funcionarios de servicios indicaron al “Buen sabor” y la “calidad” de los productos como lo más relevante (**Cuadro 8**).

Cuadro 8. Atributos más importantes al elegir los productos mencionados por funcionarios.

Atributo	% Preferencias
Buen sabor	65
Fácil de adquirir	41
Bajo precio	38

Fuente: elaboración propia

En tanto a la percepción que tienen sobre los productos locales, a mayor parte de los encuestados manifestó una valoración positiva de los productos provenientes de la agricultura local, indicando que son de mayor calidad y también saludables (**Cuadro 9**).

Cuadro 9. Opinión de los funcionarios sobre los alimentos locales.

Opinión	%Preferencias
Son de mayor calidad	92
Son saludables	89

Fuente: elaboración propia

Consultados sobre donde estiman que es el mejor lugar para la compra y venta de productos provenientes de la agricultura local, como era de esperar los resultados fueron distintos para cada comuna.

En Los Lagos, se estima que un lugar existente (la Feria Hortofrutícola) como el mejor lugar para adquirir los productos provenientes del campo, aunque también fue recurrentemente mencionada un lugar que no está habilitado como tal (Plaza de Los Lagos) como un potencial lugar para ubicar un punto de venta.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	21
--	---	--	------------------	----

En Máfil, no existe un punto de venta estable para los productos del campo local, como una feria o un local, ya que el comercio hortofrutícola se hace a través de fruterías y almacenes. Es en este lugar donde se producen más oportunidades al establecer puntos de venta estables para los productos de la agricultura local. En Máfil el lugar más frecuentemente mencionado como un potencial punto de venta es el Recinto Festival y en menor medida afuera del consultorio (Cuadro 10).

Cuadro 10. Mejores puntos de venta de acuerdo a los funcionarios.

Punto de venta en Máfil	Punto de Venta en Los Lagos
Recinto Festival	Feria Hortofrutícola
Fuera del consultorio	Plaza de los Lagos

Fuente: elaboración propia

Los encuestados también tuvieron la posibilidad de hacer sugerencias para mejorar la comercialización de los productos de campo en sus comunas. En Máfil lo más recurrente fue la idea de establecer una feria estable en un punto específico que pueda funcionar con regularidad y que sirva para adquirir productos locales. Como alternativa a la feria los encuestados proponen crear un sistema de reparto con canastas con regularidad en la entrega.

Cuadro 11. Sugerencias de los encuestados para mejorar la comercialización

Feria estable en punto específico en Máfil
Crear sistema de reparto
Ampliar funcionamiento de la Feria Hortofrutícola de Los Lagos

El perfil del cliente “funcionario de servicio municipal”, es de sexo femenino, principalmente de estrato socioeconómico medio, de los grupos socioeconómicos C1-C2 y D1 (cuadro explicativo de estratos y grupos socioeconómicos en Chile en Anexo 1). En el cuadro resumen Anexo 2, se puede observar las preferencias de la demanda por tipos de productos por parte de este grupo de consumidores.

5.3 Ferias Temáticas.

Las ferias temáticas fue otro canal de venta analizado en el presente plan de negocio. Dicho mercado observa espacios de venta a nivel regional, como la Feria Expo-Mundo Rural Los Ríos de INDAP y la Feria Muévete por Los Ríos que organiza la Municipalidad de Valdivia. Son canales de venta con alta afluencia de público, donde en la mayoría de los casos se requiere formalización tributaria y resolución sanitaria como condición mínima para poder exponer, lo que deja afuera a una gran proporción de los productores con el Sello Territorio Sustentable. Por lo anteriormente mencionado es que este canal de venta puede ser una alternativa atractiva a mediano-largo plazo, una vez que los productores superen las brechas de formalización.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	22
--	---	--	------------------	----

A nivel comunal en Los Lagos y en Máfil existe una nutrida oferta de ferias, fiestas y eventos costumbristas orientadas a la gastronomía, ocio y turismo local y regional, los cuales son organizados en algunos casos por organizaciones sociales con el apoyo de la municipalidad y en otros casos son organizadas solo por la Municipalidad. En ambos casos representan una alternativa atractiva de corto plazo para los productores que cuentan con el Sello Territorio sustentable, ya que no es necesaria la formalización para participar.

En el Anexo 3 se presenta la información de ferias y eventos a nivel regional y de las Comunas de Los Lagos y Máfil, el lugar donde se realizan, la fecha estimada, el organizador y finalmente se puede encontrar un contacto del encargado de coordinar el evento.

5.4 Restaurantes de Turismo Local.

Un grupo propietarios de restaurantes del territorio fue entrevistado para conocer su percepción e interés por los productos del Sello del Paisaje de Conservación. La totalidad de los entrevistados manifestó estar muy interesados en la posibilidad de abastecerse de productos agrícolas provenientes del territorio. No obstante, lo anterior, ese interés solo puede materializarse con productores formalizados y con procesadores con resolución sanitaria, que son la minoría de los encuestados.

Cuadro 12. Contacto restaurantes del territorio del Paisaje de Conservación.

Local	Contacto
Rincón Mafileño	Sandra Bastias, Propietaria – Fono +569 66421358
Plaza Vieja Los Lagos	Andrea Cáceres- Fono +56632461179
Bocados	Carlos Muñoz- Fono +569 89525449
Cuartel 50	Carolina Vergara, Administradora – Fono +569 77940643
Café Laguino	Javier Velásquez- 632 462161

Fuente: elaboración propia

Los entrevistados manifiestan que los atributos que más valoran en los productos locales del campo son su buen sabor, pero les preocupa la dificultad para conseguirlos ya que las ofertas consideran que es muy esporádica y marcadamente concentrada en primavera y verano.

Los productos más demandados por restaurantes locales son hortalizas, papas, frambuesa, huevos de campo, mermeladas y queso mantecoso. También demandan productos que no se ofrecen con el Sello del Paisaje como frutillas, mantequilla y leche fresca.

Para mejorar la comercialización de los productos sugieren crear un sistema de proveedores estables con reparto, que una agrupación pueda amparar a los productores y dar factura, y también Crear un sistema de faenamamiento de animales menores con resolución sanitaria.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	23
--	---	--	------------------	----

6. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

Actividad	Tareas	Periodo	Responsable
Difusión	Reuniones de difusión e implementación del plan de negocio con agricultores certificados con el sello: a) Feria Hortofrutícola b) Feria Primavera y Las Artes (María Inés y Andrés Lara). c) Junta de vecinos de Linguento, Runca y Mulpún. d) Feria Tomén. e) Productores certificados (21 sept, 14:00) f) Reunión Municipalidades (1era semana de oct).	Julio 2016	Natalia Campos-Francisco Torres. Natalia Canihuante
	Comunicación con potenciales clientes: restaurantes, encargados de ferias, funcionarios municipales	agosto-septiembre 2016	Natalia Canihuante
	Participación en 2 ferias, una en de cada comuna: Camping Tomén (LL)- Mulpún	Enero- Feb 2016	Mun. Los Lagos y Máfil.
Mercadeo	Elaboración de plan de marketing	septiembre-octubre 2016	
	Elaborar una política de precios	octubre 2016	Asociación de productores certificados y Asoc. De Municipalidades.
Comercialización	Creación red de productores del Paisaje	octubre 2016	Asoc. De Municipalidades- INDAP.
	Implementación de un stand del sello para la asistencia a ferias temáticas.	octubre 2016	Asoc. De Municipalidades.
	Establecimiento de góndolas en puntos de venta	octubre 2016	Asoc. De Municipalidades.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”</p>	v. 02.09.2016	24
--	---	--	------------------	----

7. CONCLUSIONES

El “Sello Territorio Sustentable” es una iniciativa que busca distinguir a un grupo de productores destacados del territorio Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, en las Comunas de Los Lagos y Máfil, y es un sistema de certificación privado dependiente de la Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación de la Biodiversidad de la Región de los Ríos. Los portadores del “Sello Territorio Sustentable” son pequeños agricultores y habitantes rurales de diversos rubros y múltiples actividades productivas de pequeña escala, insertos en una matriz de paisaje sureño dominado por importantes porciones de biodiversidad y bosque nativo, así como también compuesto por áreas forestales y grandes predios ganaderos.

En este paisaje la oferta de los pequeños productores incluye hortalizas, berries, chacras, así como ganadería ovina, quesos, artesanías e incluso servicios de turismo rural. Dicha oferta se encuentra principalmente en el mercado informal de las respectivas localidades, con solo una baja proporción de personas que venden fuera de sus comunas. La mayor parte de los productores no cuenta con inicio de actividades ni con resolución sanitaria, lo que limita su potencial inserción en mercados formales más dinámicos.

Las conclusiones que se pueden sacar del ejercicio de Análisis FODA con los productores interesados en el Sello del Paisaje de Conservación, son: (a) los productores en general están en una situación interna más bien desventajosa, porque perciben más debilidades que fortalezas, considerando que la Calidad higiénica y la buena presentación de los productos, aspectos considerados por los productores como fortalezas, es baja en relación a las condiciones que ofrece la competencia. Por otra parte, se observa que en el entorno perciben más oportunidades que amenazas en el ámbito productivo y comercial, relevando muchas oportunidades comerciales como por ejemplo la importancia de aprovechar las instancias de organización para desarrollar mercados. En cuanto a las amenazas, la preocupación de los productores gira en torno a las dificultades de mantener una formalización tributaria, y en algunos casos el alto costo de implementar los requisitos para obtener la resolución sanitaria.

Considerando la situación interna de los productores, sus fortalezas y debilidades, así como las preferencias de demanda expresadas por consumidores encuestados acerca de la oferta fue posible elaborar una priorización de las oportunidades comerciales, basado en lo que los propios agricultores expresaron. Las principales oportunidades tienen relación con mejorar la inserción en los mercados locales de productos como la frambuesa, los huevos de campo, las hortalizas frescas, el queso mantecoso, la miel y la mermelada de mosqueta. La prioridad definida para el plan de negocio es desarrollar una combinación de canales de venta local donde los productores puedan comercializar directo sin intermediario, tanto a la población de la comuna como a los visitantes, ya sean trabajadores dependientes o turistas.

La priorización de la oferta y de las oportunidades comerciales detectadas fueron claves a la hora de investigar el entorno de mercado, lo que permitió concentrar esfuerzos en conocer la demanda por productos campesinos por parte de trabajadores dependientes, restaurantes de turismo local y en ferias temáticas. Al respecto se observan interesantes perspectivas de demanda por productos y servicios locales, ya que todos los potenciales clientes en los distintos segmentos manifestaron un marcado interés por los productos de campo.

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	25
--	---	--	------------------	----

Anexo 1. Estratos y grupos socioeconómicos en Chile de acuerdo a los ingresos.

Estrato económico	Socio-	Grupo socio-económico	Ingreso mínimo familiar (M\$)	Ingreso máximo familiar (M\$)
Alto		AB	5.610	-
		C1a	2.864	5609
		C1b	1.568	2863
Medio		C2	914	1567
		C3	548	913
Bajo		D1	328	547
		D2	194	327
		E	0	193

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	26
--	---	--	------------------	----

Anexo 2. Cuadro resumen preferencias de demanda por producto

Cuadro. Porcentaje de preferencias de demanda por productos del paisaje – funcionarios

PRODUCTO O SERVICIO	% Los Lagos	% Máfil	%Preferencia Total
Frambuesa fresca por kilo	100	94	97
Huevos de campo (docena)	89	100	95
Cilantro (atado)	84	100	92
Lechuga (un)	84	94	89
Frutilla fresca por kilo	79	94	86
Nalcas	74	100	86
Zanahoria (kg)	84	83	84
Papas	74	94	84
Queso mantecoso	79	83	81
Miel (kg)	79	83	81
Mermelada mosquito	84	78	81
Perejil (atado)	79	78	78
betarraga	74	83	78
Zapallo Italiano	74	83	78
pepino ensalada	74	83	78
Repollo	68	89	78
Leña	74	78	76
Manzana por kilo	74	72	73
Cordero animal entero	53	89	70
Longanizas	68	72	70
Queso fresco	68	72	70
Chicha de manzana	63	72	68
Conservas dulces	74	61	68
Pollos de campo entero (un)	63	67	65
Hierbas medicinales secas	53	78	65
Changles, loyos, callampas	63	67	65
Carne de cordero por kilo	74	50	62
Otras mermeladas (mora, murta, etc.)	53	72	62
Avellana chilena	58	67	62

Fuente: elaboración Propia

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	27
--	---	--	------------------	----

Anexo 3. Listado de contacto Ferias Temáticas

REGIONAL	LUGAR	ORGANIZADOR	FECHA	CONTACTO
Expo-Mundo Rural Los Ríos	Rotativo	INDAP	Enero	Dirección Regional INDAP
Feria Expo-Lana	Futrono	Municipalidad de Futrono	Enero	contacto@munifutrono.cl
Feria Muévete por los Ríos	Valdivia	Municipalidad de Valdivia	Septiembre	
Mercados de la Tierra	Rotativo	ACOVAL	Todo el año	mercadosdelatierralosrios@gmail.com
Expo-Descubre Los Ríos	Santiago o	SERNATUR	Abril	Juan Pablo Leiva - SERNATUR jleiva@sernatur.cl

COMUNA DE LOS LAGOS

Evento	Lugar	Organizador	Mes	Contacto
Fiesta de la Frambuesa	Por definir	Asociación de Frambueseros	Enero	Departamento Desarrollo Rural cebrugginknmuniloslagos@gmail.com
Feria Costumbristas Purey	Purey	Agrupación local con apoyo Municipal	Enero-Febrero	Departamento Desarrollo Rural cebrugginknmuniloslagos@gmail.com
Feria Costumbrista de Pancul	Pancul	Agrupación local con apoyo Municipal	Enero-Febrero	Departamento Desarrollo Rural cebrugginknmuniloslagos@gmail.com
Muestra Costumbrista Antilhue	Antilhue	Agrupación local con apoyo Municipal	Enero-Febrero	Departamento Fomento Productivo christiannaglieri@gmail.com
Ruta del Calle Calle	Antilhue	Agrupación local con apoyo Municipal	Enero-Febrero	Departamento Fomento Productivo christiannaglieri@gmail.com
Feria de Costumbrista Verano Los Lagos	Los Lagos	Municipalidad de los Lagos	Enero-Febrero	Departamento Fomento Productivo christiannaglieri@gmail.com

	5	<p align="center">Plan de Negocio Sello Territorio Sustentable Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	v. 02.09.2016	28
--	---	--	------------------	----

COMUNA DE MÁFIL

Feria de las Tradiciones	Linguento,	Municipalidad Máfil- Organizaciones sociales de Linguento	Febrero	Andrés Lara - DIDECO Máfil gonzalolara7@gmail.com
Festival de la Cazuela	Runca	Municipalidad Máfil- Organizaciones sociales de Runca	Enero	Andrés Lara - DIDECO Máfil gonzalolara7@gmail.com
Feria Guillantú	Recinto Festival	Municipalidad Máfil	Enero-Febrero	Andrés Lara - DIDECO Máfil gonzalolara7@gmail.com
Feria Costumbrista de Mulpún	Mulpún	Municipalidad Máfil- Organizaciones sociales de Mulpún		Andrés Lara - DIDECO Máfil gonzalolara7@gmail.com
Feria Costumbrista de Rinconada	Rinconada	Municipalidad Máfil- Organizaciones sociales Rinconada	Septiembre	Andrés Lara - DIDECO Máfil gonzalolara7@gmail.com
Evento Primavera de las Artes y Tradiciones	Recinto Festival	Municipalidad de Máfil	Noviembre	Andrés Lara - DIDECO Máfil gonzalolara7@gmail.com

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalística y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	1
--	---	---	------------	---

I	Objetivo	El presente informe tiene por objetivo sistematizar las brechas comunes respecto del cumplimiento del Estándar del Buenas Prácticas Productivas del grupo de 27 productores certificados en el 2016 con el Sello del Paisaje, indicando las recomendaciones realizadas a los productores con el objeto de superar las brechas.
II	Glosario	<p><u>Brecha</u>: margen de diferencia entre una situación actual y la situación ideal respecto de la misma.</p> <p><u>Estándar de Buenas Practicas Productivas</u>: conjunto de principios definidos por el Paisaje de Conservación, que aplicados a la producción permiten garantizar que se utilizan técnicas productivas no contaminantes y que se cuida de la biodiversidad presente en los predios.</p> <p><u>Principios</u>: ideas orientadoras como elementos esenciales que rigen la conducta en los predios que se desea certificar a través del sistema.</p> <p><u>Criterios</u>: medio usado para juzgar si un principio se cumple o no.</p> <p><u>Indicadores</u>: conjunto de pruebas que ponen de manifiesto el cumplimiento de un criterio.</p>

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	2
--	---	---	------------	---

Principio 1. Cuidado de la Biodiversidad

Criterio 1. Fomenta el cuidado de la flora y fauna silvestre presente en el predio.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Adopta medidas de control ante <u>Especies Exóticas Invasoras</u> .	7%	Las especies exóticas invasoras presentes en el territorio son varias y de diverso tipo, una de las mas relevantes parece ser la murra (zarzamora) y probablemente el espinillo amarillo (ulex). Se recomienda para la murra un control mecánico (con rozón, quema o rana), para posteriormente desenterrar las raíces que son las que generan el re-brote. Posteriormente debe volver a controlar el rebrote con un método mecánico. Más información en http://gefespeciesinvasoras.cl/ (Productores 21-22)
Mantiene en buen estado sus animales domésticos, evitando ataques o contagio de enfermedades a la fauna silvestre.	4%	Con respecto a los animales domésticos, es importante que estén vacunados, desparasitados y bien alimentados, de esa forma si es que están sueltos en el predio se reduce el riesgo hacia los animales silvestres. En caso de tener animales de comportamiento depredador, se recomienda tener un lugar cerrado (tipo canil) para mantenerlos alejados de la fauna silvestre. (Productor 10)
Crea o mantiene <u>corredores biológicos</u> para conectar parches de vegetación nativa.	19%	Puede utilizar roble (hualle), laurel y coigue para realizar corredores, porque son arboles que crecen a plena luz y se pueden establecer bien en las condiciones de su predio. (Productores 2-6-8-11-20)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integrando naturaleza y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	3
--	---	---	------------	---

Criterio 2. Reduce el impacto ambiental de las operaciones en la biodiversidad.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Protege las áreas de bosque nativo, las quebradas, los cursos de agua y los humedales.	7%	No aplica si no tiene bosque, ni quebradas ni áreas de conservación dentro de su predio, sin embargo, es una buena medida de conservación mantener el ganado fuera de toda área de quebradas, cursos de agua, y en cualquier lugar donde crecen renuevos de arboles nativos. Además puede cuidar esos lugares al mantener la cobertura de plantas y arboles a su alrededor, cosechando arboles de manera selectiva por raleo. (Productores 1-10)
Mantiene al ganado fuera de las <u>áreas de conservación</u> de bosque nativo.	15%	No aplica si no tiene áreas de conservación dentro de su predio, sin embargo, es una buena medida mantener el ganado fuera de las áreas de quebradas o cursos de agua, y en cualquier lugar donde crecen renovales de arboles. (Productores 2-7-11-20)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	4
--	---	---	------------	---

Principio 2. Cuidado de los suelos

Criterio 3. Las prácticas de manejo del suelo permiten su conservación.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Incorpora materia orgánica al suelo, residuos de cosecha, guano, compost, humus, abonos verdes u otros.	4%	La materia orgánica en sus distintas formas aporta al suelo un complejo de diversos nutrientes que se liberan lentamente, además ayuda a mejorar las condiciones de aireación y el ph del suelo. (Productor 12)

Criterio 4. Implementa medidas para evitar la erosión

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
La labranza de suelo se realiza evitando producir erosión.	51%	Tener especial cuidado con la aradura de suelos en pendiente en las áreas de lomaje en el predio, la cual debe ser realizada siguiendo las curvas de nivel (evitar aradura a favor de la pendiente), evitando dejar el suelo descubierto mucho tiempo en plena época de lluvia y viento. (Productores 1-2-4-7-8-10-11-12-13-14-17-18-20-26)
Cuando recomendado utiliza las siguientes prácticas: <u>control de cárcavas</u> , <u>terrazas</u> , <u>cortinas cortavientos</u> , <u>cubiertas de suelo tipo "mulch"</u> .	37%	En las cabeceras de algunos poteros, por ejemplo cerca de los bordes de los cercos puede plantar roble hualle y coihue para reducir la influencia del viento sobre las praderas, y así disminuir el riesgo de erosión. (Productores 2-4-6-8-10-11-13-14-18-26)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	5
--	---	---	------------	---

Principio 3. Cuidado de las Aguas

Criterio 5. Protege las fuentes de abastecimiento de agua.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Utiliza el agua de manera eficiente, no desperdiciando agua en el riego.	4%	Es importante proteger las fuentes y el abastecimiento del agua, debido a su creciente escasez en la región. Por ello se recomienda incorporar mecanismos que permitan controlar el suministro de agua para evitar desperdicio, ya sea en el riego o en el agua de consumo animal. (Productor 5)

Criterio 6. Toma precauciones para que las aguas no se contaminen.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Utiliza los agroquímicos mediante prácticas que aseguren que los cursos de agua no se contaminen.	4%	Para asegurar que las aguas no se contaminen debe tener la precaución de no botar agua con pesticidas en los cursos de agua, por ejemplo al botar restos de líquido al desagüe o lavar la bomba espalda con agua del estero. Para ello recordar la técnica del triple-lavado de los envases de pesticidas, vertiendo el agua del lavado al estanque de la bomba, y perforando el envase para asegurar que no vuelva a ser usado. (Productor 20)
Provee de lugares adecuados y limpios para el consumo de agua del ganado, controlando su acceso a los cursos de agua.	11%	El ganado al acceder a los cursos de agua tiene un impacto en el suelo, y en la calidad del agua también, por ello es recomendable que a futuro su consumo de agua se restrinja a bebederos evitando el acceso directo a los cursos de agua. (Productores 5-8-12)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	6
--	---	---	------------	---

Principio 4. Manejo de residuos y contaminantes

Criterio 7. Hace un manejo responsable de los residuos que produce.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Reutiliza los materiales inorgánicos cuando es posible.	22%	La reutilización de materiales inorgánicos puede ser planeada previo a la compra, en caso de frascos de vidrio o de envases plásticos con tapa (lo más común), lo importante es reducir la cantidad de basura que se genera. Para ello también es bueno evitar comprar productos que traen muchos embalajes plásticos o de papel. En cuanto a los restos de plásticos o metales, le recomiendo juntarlos en un punto del predio, para que eventualmente puedan ser recogidos para llevarlos al reciclaje. (Productores 4-6-8-9-12-14)
Separa plástico, papel, vidrio y metal en origen para asegurar su correcto reciclaje en contenedores dispuestos por el Municipio.	22%	Si no puede acceder a los contenedores dispuestos por el municipio por su lejanía, puede juntar por separado al menos botellas de vidrio, plástico y metales para llevar una vez al año a Los Lagos a los puntos de reciclaje. (Productores 1-2-4-9-10-11)
Transforma los residuos orgánicos en abono.	7%	Para transformar los residuos orgánicos en abono se recomienda mezclar una buena cantidad de residuos con alto contenido de nitrógeno (guano animal, restos de frutas) <u>con una menor cantidad de residuos altos en fibras</u> (hojas, ramas, cascaras). Puede agregar lombrices rojas para apoyar el proceso, evitando poner en las aboneras residuos ácidos (limón, naranjas, cebollas, etc), restos de comida cocinada, cascaras de papas y cenizas. (Productores 5-20)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalística y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	7
--	---	---	------------	---

Criterio 8. Evita la contaminación química y biológica del suelo, los forrajes, el agua, la atmosfera y los alimentos.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Nunca quema basura y plásticos.	25%	Se recomienda no quemar la basura casera ni el plástico en general. En especial evitar inhalar el humo de la quema de basura, ya que por ejemplo la combustión de plástico produce dioxinas, un compuesto altamente cancerígeno. (Productores 1-2-5-6-7-8-14)
Hace un correcto manejo y disposición de envases vacíos de agroquímicos y de medicamentos veterinarios.	11%	En cuanto a los envases de agroquímicos y medicamentos, es importante que pueda eliminarlos responsablemente (triple lavado, perforado), para evitar generar contaminación de forma involuntaria. (Productores 5-8-22)
Nunca vierte al ambiente sustancias químicas peligrosas como residuos de medicamentos veterinarios o restos de agroquímicos.	4%	Para asegurar que sus actividades no produzcan contaminación debe tener la precaución de no botar basura cerca de cursos de agua, en ningún caso botar restos de pesticidas al desagüe o lavar la bomba espalda con agua del estero. Para ello recordar la técnica del triple-lavado de los envases de pesticidas, vertiendo el agua del lavado al estanque de la bomba, y perforando el envase para asegurar que no vuelva a ser usado. (Productor 15)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	8
--	---	---	------------	---

Principio 5. Buen uso de la energía.


Criterio 9. Minimiza el uso de energía

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Tiene registros escritos de su consumo energético mensual (de al menos 12 meses), incluyendo electricidad, leña y combustibles fósiles (gasolina, parafina, diésel, gas).	100%	
Cuentan con una guía, programa o sistema de gestión para el buen uso de la energía en el recinto.	100%	
Consumen leña seca, acopiándola en un lugar adecuado para evitar su humedad (bodega, leñera, etc.)	7%	

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto “Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos”	16.09.2016	9
--	---	---	------------	---

Criterio 10. Incorpora fuentes de energía renovable para la generación eléctrica.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Utiliza tecnología solar en el predio (paneles – termos).	100%	La opción de energía de paneles solares es una buena alternativa, ya que tiene varios usos, por ejemplo bombeo de agua para riego, para aparatos de intercambio de calor en procesamiento de alimentos o para conectarse a la red eléctrica domiciliaria.
Utiliza biodigestor.		La opción de biodigestor es compleja de implementar, ya que utiliza grandes cantidades de materia orgánica animal, se podría aplicar en plantales con una alta cantidad de animales estabulados. En el caso de turbinas eólicas o mini-hidro son más costosas y difíciles de implementar, sin embargo siguen siendo una opción, en especial las turbinas eólicas.
Utiliza turbinas eólicas.		Es importante saber que con la ley 20.571 de generación distribuida, cualquier cliente de una empresa eléctrica que genere su propia electricidad (baja tensión hasta 100 kw) esta facultado por la ley para vender la electricidad que “le sobre” de su consumo, y recibir un pago por ello. Para más información se puede contactar a la empresa SAESA o ver su sitio web www.saesa.cl
Utiliza rueda hidráulica o mini-hidro.		

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	10
--	---	---	------------	----

Principio 6. Bienestar animal

Criterio 11. Asegura que el ganado tiene cubiertas sus necesidades básicas.


Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Las instalaciones para el ganado (establos, corrales, mangas, etc) se mantienen en buenas condiciones higiénicas.	4%	En relación a la higiene en las instalaciones del ganado, lo importante es que periódicamente se remueva los desechos acumulados, no es la idea que se mantenga limpio como la cocina de la casa. (Productor 7)
Cercos perimetrales e instalaciones en buen estado permiten proteger al ganado de ataques de carnívoros.	11%	En relación a los cercos perimetrales, lo importante es cuidar del ganado evitando el riesgo de ataque de carnívoros (perros u otros), y eso se logra parcialmente invirtiendo para tener buenos cercos, pero también manteniendo una vigilancia cercana sobre los animales, con buenos corrales para guarecerlos. (Productores 7-12-14)
Mantiene registro del estado sanitario, reproductivo, ingresos, egresos de animales, nacimientos, mortalidad y tratamientos veterinarios.	22%	Si mantener registros de todo es muy complicado, puede comenzar con registrar los tratamientos veterinarios (tomas, vacunas), y las fechas de las pariciones en un cuaderno, con la precaución de anotar siempre las fechas y otras observaciones importantes. Luego puede incorporar registros mas completos con estado sanitario, reproductivo, ingresos y egresos de animales. (Productores 1-2-3-5-7-11)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	11
--	---	---	------------	----

Principio 6. Bienestar animal

Criterio 12. Utiliza rutinariamente asesoría veterinaria para prevenir enfermedades y problemas sanitarios.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Atiende de manera rápida a animales enfermos o lastimados.	4%	La atención oportuna de animales enfermos puede prevenir el contagio de enfermedades al resto de los animales sanos, en su caso las gallinas. En caso de enfermedad desconocida se recomienda apartar a los animales enfermos para esperar por la atención veterinaria. (Productor 15)


 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	12
--	---	---	------------	----

Criterio 13. Maneja los animales evitando su sufrimiento.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Evita hacer mutilaciones que no tengan fines terapéuticos, procedimientos quirúrgicos o invasivos, como amputación de la cola de las borregas y despicado de aves de corral.	15%	En este punto lo importante es manejar el ganado evitando el sufrimiento de los animales en todo el proceso, lo que no significa que no pueda realizar manejos que usted considere importantes (como el corte de cola de las borregas), sino que hacerlo siempre con el mínimo sufrimiento de los animales. (Productores 1-5-13-18)
Tiene corrales, mangas y cargaderos para el manejo de los animales, que permiten realizar en forma expedita la toma de muestras y acciones sanitarias, evitando daño de los mismos.	11%	Si no cuenta con la infraestructura en su predio le recomiendo buscar ayuda en un predio vecino. Lo importante es que el ganado pueda recibir su atención veterinaria en lugares seguros que permitan su atención sin uso de fuerza excesiva. (Productores 2-7-18)

Criterio 14. Manipula productos químicos, medicamentos y alimentos de forma de evitar accidentes.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Tiene una sección cerrada para los productos químicos (desinfectantes, insecticidas, rodenticidas, fungicidas y herbicidas), que evita riesgos de intoxicación del ganado.	22%	Lo importante es mantener los alimentos del ganado completamente aparte de agroquímicos (fertilizantes, pesticidas, etc), de los medicamentos veterinarios y en general de todo tipo de productos químicos, con seguridad de que no se van a contaminar con productos químicos, eso lo puede lograr con distintas soluciones, como una caja cerrada, un botiquín o un refrigerador en desuso, lo importante es evitar que estén juntos. (Productores 2-4-6-8-10-20)
Tiene un lugar, área o sección para mantener los medicamentos de uso veterinario del predio, y en el caso de existir más de una especie se encuentran separados. Posee una unidad de refrigeración donde se mantienen los productos que requieran cadena de frío.	33%	Lo importante es mantener los alimentos del ganado completamente aparte, con seguridad de que no se van a contaminar con los medicamentos. En el caso de vacunas o medicamentos veterinarios, puede utilizar el refrigerador de la casa para guardarlos, lo importante es que no se corte la cadena de frío del producto. (Productores 2-6-7-8-10-11-13-18-20)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	13
--	---	---	------------	----

Principio 7. Manejo forestal sostenible

Criterio 15. Evita la deforestación y la degradación de las áreas forestales del predio.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
La extracción de árboles se encuentra respaldada por un Plan de Manejo aprobado por CONAF.	7%	Más allá de si tiene plan de manejo o no, cuando corte arboles se recomienda tener la precaución de no cortar los mejores arboles de la parcela (los arboles más grandes), ya que son los que producen semilla que aporta para la regeneración natural del bosque nativo. (Productores 2-23)
Respetar siempre la vegetación natural en áreas adyacentes a los cursos de agua, no realizando plantaciones exóticas, ni roces, ni extracción de leña.	7%	Como se revisó en la capacitación, cuidar la vegetación en los costados de esteros y cursos menores de agua es importante para mantener la calidad y cantidad de agua que circula, por lo que se recomienda no cortar ni remover la vegetación cercana a los cursos de agua. (Productores 2-23)

Criterio 16. Realiza reforestación

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Recibe asesoría técnica para plantar bosque nativo, implementar sistemas <u>silvopastoriles</u> o <u>agroforestales</u> .	11%	La asesoría técnica puede solicitarla directamente en la oficina Provincial de Conaf (Los Castaños 100, Isla Teja, Valdivia) o a través de un Ingeniero Forestal que pueda elaborar un plan de manejo. El uso de cortinas cortaviento de roble (hualle), laurel y/o coigue es útil como sistema agroforestal, en cuanto produce madera de buena calidad y permite reducir el riesgo de erosión. Más información en www.agroforesteria.cl (Productores 2-3-21)
Practica el <u>enriquecimiento de las áreas de bosques</u> , plantando especies de valor o interés para la conservación.	7%	La recuperación de áreas degradadas de bosque puede lograrse a través del manejo del renoval (exclusión del ganado, selección de arboles futuro, raleo) y a través de la plantación de especies nativas de especial interés. Importante

	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	14
--	---	--	------------	----

	considerar las especies "colonizadoras" que crecen a pleno sol (roble hualle, coigue, raulí, avellanos, canelos) y las que crecen mejor a la sombra de otros arboles (mañío, tepa, luma, olivillo). (Productores 5-23)
--	--

Principio 8. Cosecha y almacenamiento limpio

Criterio 17. Asegura una primera manipulación limpia de los productos que se cosechan en el predio.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Dispone de agua potable o clorada para el lavado y detergentes inocuos adecuados para alimentos o con limpiador sanitizante.	26%	Lo importante en este punto es asegurar una manipulación limpia de los alimentos en su recolección, con envases que estén debidamente lavados con agua potable o potabilizada (con clorador), o bien que de seguridad de ser agua limpia. (Productores 2-6-7-11-12-20-14)

Criterio 18. Almacena los productos en óptimas condiciones en pos-cosecha.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Mantiene un programa de control de roedores en el almacén pos-cosecha.	4%	Se recomienda utilizar bloques parafinados (Por ejemplo Klerat), en tubos de PVC ubicados en el perímetro del almacén, los cuales deben ser revisados periódicamente y ser reemplazados en caso de mostrar signos de ratones. (Productores 12-13)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	15
--	---	---	------------	----

Principio 9. Higiene en el procesamiento

Criterio 19. Las instalaciones se mantienen limpias e higienizadas.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
El local de procesamiento cuenta con baño con pozo séptico.	37%	En cuanto al pozo séptico y al agua potable, son inversiones imprescindibles para asegurar la calidad del producto, y para a futuro cumplir con los requisitos de la formalización sanitaria, que al implementarlas va a tener seguridad que su negocio dure por muchos años. (Productores 2-4-6-11-12-13-17-20-24-27)
Para todos los procesos, incluyendo el lavado se utiliza agua potable o potabilizada con una dosis adecuada de cloro, dejando registro.		
Se cuenta con un programa de limpieza, desinfección y <u>control de plagas vectores</u> de enfermedades infecciosas.	41%	La higienización de las instalaciones no requiere mayores inversiones, ya que es lo que usted realiza cada vez que procesa al limpiar las instalaciones. Para que sea mas ordenado, puede ponerlo por escrito para que no se olvide cada vez que va a procesar. Para prevenir roedores, se recomienda utilizar bloques parafinados (Por ejemplo Klerat), en tubos de PVC ubicados en el perímetro del recinto, los cuales deben ser revisados periódicamente y ser reemplazados en caso de mostrar signos de ratones. (Productores 2-4-6-11-12-13-17-20-21-22-27)
No se permite el ingreso de animales al local de procesamiento durante las operaciones.	4%	No se debe permitir el ingreso de animales a la cocina cuando se encuentra preparando alimentos. (Productor 25)

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación</p> <p align="center">Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	16
--	---	--	------------	----

Principio 9. Higiene en el procesamiento

Criterio 20. La manipulación de los alimentos es higiénica.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Los operarios de la sala de procesamiento están capacitados en manejo alimentario.	22%	A través de la oficina OMIL de la Municipalidad de los Lagos se puede acceder gratuitamente a cursos de manipulación de alimentos y manejo alimentario, que son impartidos por empresas denominadas "OTEC" (organismos técnicos de capacitación), cuya oferta de cursos gratuitos es financiada por el estado a través de SENCE. La información de los próximos cursos se publicará a través de la web www.sence.cl/mascapaz o puede llamar al teléfono (63)2460308 de la OMIL de Los Lagos. En Máfil la información se difunde a través de la pagina de Facebook "OMIL Máfil", también puede informarse de las próximas fechas en el teléfono (63)2411730 de la OMIL Municipal. (Productores 13-15-17-22-25-26)
Los operarios utilizan vestuario adecuado para manejo alimentario durante el procesamiento de alimentos.	26%	En cuanto al vestuario, si no dispone de indumentaria completa, a lo menos puede utilizar una cotona blanca y/o una pechera, que se utilice únicamente en la manipulación de alimentos. (Productores 2-4-6-11-12-14-22)
El teléfono celular se mantiene apagado y fuera del local durante el procesamiento de alimentos.	33%	El teléfono personal puede ser una importante fuente de contaminación para los alimentos, ya que puede transferir infecciones como por ejemplo <i>Escherichia coli</i> , por lo tanto más allá de dejarla fuera del local de procesamiento, hay que tomar cuenta del riesgo de contaminación y manejarlo adecuadamente. (Productores 2-6-7-12-14-15-21-24-25)

	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	17
--	---	---	------------	----

Principio 10. Salud y seguridad de las personas

Criterio 21. Previene el riesgo de intoxicación con sustancias químicas.

Indicador	PRODUCTORES CON BRECHA	RECOMENDACION
Utiliza agroquímicos con recomendación técnica, en correcta dosificación y dejando registro.	52%	La recomendación de uso de agroquímicos puede ser provista por un asesor técnico, por la casa comercial donde compre los productos, también la dosificación es informada por la etiqueta del producto. Lo primero es evitar el uso de agroquímicos si no es estrictamente necesario. Si considera que es necesario, se recomienda en general utilizar agroquímicos de "ligera a moderada toxicidad", estos son los de etiquetas verdes o azul, ya que las etiquetas amarillas o rojas indican "alta a extrema toxicidad", siempre utilizando elementos de protección personal (overol completo, guantes, mascarilla, lentes). (Productores 1-4-5-6-7-8-14-15-17-18-22-24-25-26)

NOTAS

Sobre solicitar derechos de agua subterránea

Se debe llevar una solicitud a la Dirección General de Aguas (San Carlos N° 50, Piso 4, Oficina 46, Valdivia), que incluye publicaciones en el diario y pruebas de bombeo, informe de perfil estratigráfico, etc. El costo de la prueba de bombeo, si es un pozo norias desde aprox unos 200 mil pesos, si es pozo profundo es más complicado hacer la prueba de bombeo por ello mas caro. En agua subterráneas hay posibilidades de obtener los derechos siempre y cuando a una distancia de 200 metros del pozo no existan otros derechos de pozos constituidos o si los hubiera es necesario la autorización del titular del pozo. Se adjunta minuta DGA para solicitud de aguas subterráneas. Más información en www.dga.cl

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integrando naturaleza y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	18
--	---	---	------------	----

PRODUCTORES

- 1 Aldo Quilaqueo
- 2 Eleticia Muñoz
3. Esteban Norambuena
4. Isolina Sepulveda
5. Jose Riquelme
6. Maria Muñoz
7. Miriam Cifuentes
8. Olga Venegas
9. Rosa Ramirez
10. Otilia Solis
11. Silvia Muñoz
12. Vanessa Ojeda
13. Victor Muñoz
14. Alicia Aguilar
15. Anselmo Romero
16. Guadalupe Patiño

 <p>Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro <small>Avances, integración naturalista y desarrollo</small></p>	1	<p align="center">INFORME SISTEMATIZACION DE BRECHAS Sello del Paisaje de Conservación Proyecto "Puntos de ventas con fortalecimiento de productores locales, Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comuna Los Lagos y Máfil, Región de Los Ríos"</p>	16.09.2016	19
--	---	---	------------	----

17. Marina Lopez

18. Rafael Montenegro

19. Oritia Albornoz

20. Uberlinda Muñoz

21. Alvaro Gomez

22. Dagoberto Catalan

23. Elba Navarro

24. Maricel Ibañez

25. Nory Peña

26. Herman Peña

27. Sonia Barrientos

Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro

Plan de Marketing

Fecha: 11/10/2016

Valdivia, XIV Región de Los Ríos



Plan de Marketing:
Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro

Elaborado por



Índice

1. Análisis de Situación
2. Las 4P
 - a. Producto
 - b. Precio
 - c. Promoción
 - d. Punto de Venta
3. FODA
 - a. Fortalezas
 - b. Oportunidades
 - c. Debilidades
 - d. Amenazas
4. Público Objetivo
5. Objetivos
 - a. Comunicacionales
 - b. Comerciales
6. Estrategia
7. Tácticas
8. Hitos Comunicacionales
9. Medición de Resultados

1. Análisis de Situación

El “Sello del Paisaje de Conservación” es una iniciativa que busca distinguir a un grupo de productores destacados del territorio delimitado por el Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, en las Comunas de Los Lagos y Máfil. Es un sistema de certificación privado dependiente de la Asociación de Municipalidades Paisajes de Conservación de la Biodiversidad de la Región de los Ríos, creado a través del Proyecto SUBDERE denominado “Puntos de venta con fortalecimiento de productores locales Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, Comunas de Los Lagos y Máfil”.

Los portadores del “Sello del Paisaje de Conservación” son pequeños agricultores y habitantes rurales que desarrollan diversos rubros agrícolas y múltiples actividades productivas de pequeña escala, insertos en una matriz de paisaje sureño dominado por importantes porciones de biodiversidad y bosque nativo, así como también compuesto por áreas forestales y grandes predios ganaderos.

2. Las 4P

a. Producto

La oferta de los pequeños productores certificados con el Sello del Paisaje de Conservación incluye hortalizas, berries, chacras, así como ganadería ovina, quesos, artesanías, y servicios de turismo rural y alimentación.

b. Precio

Previo a la obtención del sello, los productores de hortalizas informan precios bajos para sus productos, acusando la mayoría una fuerte competencia de las fruterías que venden productos del norte. En general en todos los productos tienen bajo nivel de valor agregado, lo que redundaría la mayor parte de las veces en bajos precios.

c. Promoción

Previo a la creación del sello, los productos no contaban con ningún tipo de promoción. El “Sello del Paisaje de Conservación” es una certificación que busca realizar promoción a un grupo de productores comprometidos por la conservación del territorio del Valle Río San Pedro, en las Comunas de Los Lagos y Máfil, para apoyarlos a través de acciones de marketing y difusión a nivel regional con el propósito de que puedan ampliar sus posibilidades de mercado.



d. Punto de Venta

La oferta de productos certificados con el Sello del Paisaje se encuentra principalmente en el mercado informal de las respectivas comunas, con solo una baja proporción de personas que venden fuera de sus comunas. La mayor parte de los productores no cuenta con inicio de actividades ni con resolución sanitaria, lo que limita su potencial inserción en mercados formales más dinámicos.

3. FODA

a. Fortalezas:

- Pioneros en levantar un Paisaje de Conservación en Chile junto con la comunidad que habita en el territorio que se busca proteger
- Equipo de trabajo establecido en las municipalidades de Los Lagos y Máfil
- Más de un año de trabajo con 27 productores y empresarios que forman parte del Sello del Paisaje de Conservación
- Variedad de productos y servicios entregados por las personas pertenecientes al Paisaje

b. Oportunidades:

- Crear un nuevo punto de venta en donde se puedan reunir todos o la gran mayoría de los agricultores certificados con el Sello del Paisaje de Conservación
- Crear productos únicos y exclusivos del Paisaje de Conservación asociándose al Sello de Calidad del Paisaje, como por ejemplo la Canasta Familiar del Paisaje de Conservación
- El Sello del Paisaje ofrece una variedad de productos y servicios que se pueden complementar entre sí para hacer una oferta más completa y diferenciarse de la competencia. El productor de queso no solamente vende queso, puede vender queso + hortalizas + huevos, etc

c. Debilidades:

- Muy baja cantidad de agricultores formalizados ante impuestos internos dentro de las personas que participan en el Sello del Paisaje.
- No contar con un nombre de identificación propio para el grupo de personas que forman parte del Sello del Paisaje. Por ejemplo: "Emprendedores del Paisaje"
- Personas que venden alimentos procesados no cuentan con resolución sanitaria.
- Mala presentación de packaging en los productos entregados
- No existe un atributo técnico de calidad para poder diferenciar el Sello del Paisaje

d. Amenazas:

- Que no se logre acreditar la diferencia entre los productos certificados y los no certificados
- Personas y empresas que no estén certificados con el sello del Paisaje de Conservación, y que habiten dentro del territorio y que se sientan perjudicados
- Intervenciones humanas que afecten el Paisaje de Conservación. Es importante tener una postura concreta ante las situaciones que afectan el medio ambiente y sobre todo al Paisaje que protegemos
- Que la campaña y los agricultores nos sean capaces de transmitir el mensaje

4. Público Objetivo

Contamos con dos principales públicos objetivos:

a. Consumidor doméstico local

Es el principal grupo de consumidores que orienta al presente plan, de acuerdo a lo definido en las primeras etapas de participación del Proyecto SUBDERE. En Los Lagos y Máfil fueron encuestados consumidores domésticos para conocer su percepción de los productos agrícolas ofrecidos por los agricultores locales. El 100% de los encuestados se manifestó interesado en comprar productos directo de los agricultores locales. Al ser consultados por el atributo más importante para elegir los productos que de su interés, indicaron al “Buen sabor” y la “calidad” de los productos como lo más relevante al momento de preferir el producto local.

b. Turistas

Los visitantes de las comunas de Los Lagos y Máfil, particularmente quienes visiten alguna de las ferias temáticas es el segundo público objetivo de este plan de marketing.

Dicho mercado observa espacios de venta a nivel regional, como la Feria Expo-Mundo Rural Los Ríos de INDAP y la Feria Muévete por Los Ríos que organiza la Municipalidad de Valdivia. Son canales de venta con alta afluencia de público, donde en la mayoría de los casos se requiere formalización tributaria y resolución sanitaria como condición mínima para poder exponer, lo que deja afuera a una gran proporción de los productores con el Sello Territorio Sustentable. Por lo anteriormente mencionado es que este canal de venta puede ser una alternativa atractiva a mediano-largo plazo, una vez que los productores superen las brechas de formalización. El Proyecto Subdere financia la implementación de un stand para atender ferias, adquiriendo toldo, mesas y sillas y pendones para disponerlo a los agricultores certificados con el sello a través de la Asociación de Municipios.

A nivel comunal en Los Lagos y en Máfil existe una nutrida oferta de ferias, fiestas y eventos costumbristas orientadas a la gastronomía, ocio y turismo local y regional, los cuales son organizados en algunos casos por organizaciones sociales con el apoyo de la municipalidad y en otros casos son organizadas solo por la Municipalidad. En ambos casos representan una alternativa atractiva de corto plazo para los productores que cuentan con el Sello Territorio sustentable, ya que no es necesaria la formalización para participar.

5. Objetivos

a. Objetivos comunicacionales

- Distinguir el esfuerzo que realizan los productores certificados respecto de otros productores por mejorar sus prácticas para conservar el territorio.
- Posicionar los productos y servicios certificados por el Paisaje de Conservación como un referente de compromiso ambiental en Los Lagos y Máfil.
- Informar a la comunidad de Los Lagos y Máfil que el Paisaje de Conservación es un beneficio para todos los que habitan en el lugar, considerando ámbitos como la educación, turismo, desarrollo productivo, etc.
- Mayor cantidad de personas interesadas en participar de las actividades del Paisaje de Conservación.
- Aumentar la cantidad de personas interesadas en certificarse con el Sello del Paisaje de Conservación

b. Objetivos comerciales

- Aumentar el volumen de ventas de los productos y servicios asociados al Sello del Paisaje de Conservación
- Aumentar la valorización de los productos

6. Estrategia

El Paisaje de Conservación busca proteger la biodiversidad del Valle Río San Pedro. Nuestra estrategia debe estar enfocada en comunicar los beneficios que entrega un producto o servicio elaborado dentro de este territorio bajos los estándares del Sello del Paisaje.

Tenemos que fortalecer comunicacionalmente que **“somos pioneros en el compromiso de conservar el patrimonio natural y cultural de Chile”**. Cualquier consumidor que compre los productos o servicios asociados al Sello del Paisaje debe ser informado de que está apoyando a la conservación del patrimonio natural y cultural de su territorio.

a. Concepto Comunicacional

“Comprometidos con el patrimonio natural y la cultura campesina del territorio”

b. Slogan

“¡Súmate tú también!”

c. Bajada

Al comprar productos o servicios con este Sello estás aportando en la conservación del patrimonio natural y cultural del Valle Río San Pedro.

7. Tácticas

a. “La Tiendita” en Los Lagos

Activar un nuevo punto de venta en la plaza central de Los Lagos donde se ofrezcan los distintos productos y servicios elaborados dentro del Paisaje de Conservación.

Para potenciar la comunicación y lograr un buen enganche con los consumidores finales se sugiere realizar las siguientes acciones:

- Generar días temáticos de ventas con algún beneficio o descuento asociado. Como por ejemplo los lunes verdes, martes del queso, miércoles de huevos, jueves cervceros, etc.
- Crear una canasta familiar con una variedad de productos que busque satisfacer las necesidades básicas de alimentación: verduras, frutas, quesos, etc
- Incentivar la compra en “La Tiendita” con una promoción exclusiva apuntando al estilo de vida sustentable. Por compras superiores a \$5.000 se lleva gratis una bolsa ecológica del Paisaje de Conservación

b. Redes Sociales

Actualizar la Web www.valleriosanpedro.cl con información sobre los productos, los puntos de venta y material grafico que se desarrolle destacando la oferta del sello.

Activar el fan page de Facebook del Paisaje de Conservación con un plan comunicacional que permita resaltar dos aspectos fundamentales: el compromiso por la protección del patrimonio del lugar y las ofertas que las personas asociadas al Sello estén produciendo.

Para esto se sugiere generar una pauta mensual de contenidos para que los usuarios puedan informarse e interactuar de forma orgánica dentro de la red social. En paralelo se deben promocionar campañas pagadas a través de facebook enfocadas en potenciar la venta de productos y servicios de las personas asociadas al Sello, como las siguientes:

- Generar una base de datos segmentada de Los Lagos y Máfil mediante Facebook Lead Ads¹
- Aumentar la comunidad de Facebook con publicidad de pago segmentada a personas que estén en Los Lagos y Máfil
- Promocionar publicaciones relacionadas a los beneficios exclusivos que entrega el Paisaje de Conservación

¹ Publicidad de pago en Facebook Ads que permite captar leads de calidad.

Tipo de Publicidad en FB	Inversión Sugerida	Resultado Esperado *
Like Ads (Aumento de Fans)	\$30.000 por campaña	+400 fans nuevos
Lead Ads (Base de Datos)	\$50.000 por publicación	+150 contactos nuevos
Promoted Posts (Interacción)	\$10.000 por publicación	+4.000 interacciones

c. Campaña Radial

Crear cápsulas radiales invitando a la comunidad de Los Lagos y Máfil a los diferentes puntos de venta donde se ofrecerán los productos y servicios elaborados dentro del Paisaje de Conservación: La Tiendita, Feria Hortofrutícola, Ferias del Paisaje y otras ferias. Algunos ejemplos de posibles capsulas radiales:

1. Sello del Paisaje de Conservación, destacando a los pioneros en el compromiso de conservar el patrimonio natural y cultural de Chile. Actívatelo tú también, apoyando a los productores con el sello del paisaje y serás parte de la conservación del patrimonio natural y cultural del sur de Chile. Un mensaje del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, juntos integrando naturaleza y desarrollo.
2. Los productos con el sello del paisaje de conservación puedes encontrarlos en la Tiendita, en la Feria Hortofrutícola de los Lagos o comprando directamente de los agricultores. Súmate tú también, apoyando a los productores con el sello del paisaje y serás parte de la conservación del patrimonio natural y cultural del sur de Chile. Más información en Facebook o en la pagina web www.valleriosanpedro.cl
3. En nuestro campo está el patrimonio natural y cultural de Chile. Cuidar y manejar adecuadamente el bosque nativo y el agua, produciendo alimentos sanos y limpios, es conservar el patrimonio. Compra los productos certificados con el sello del paisaje en la Tiendita, y miércoles y domingo en la feria hortofrutícola de los Lagos. Súmate tú también!....un mensaje del Paisaje de Conservación Valle Río San Pedro, juntos integrando naturaleza y desarrollo.

d. Gráfica e impresión

Elaborar material gráfico para ser utilizado en la difusión visual de la campaña: faldones para el stand, letreros para la tiendita, calendarios y bolsas ecológicas.

El material gráfico debe resaltar el lado humano detrás del Paisaje de Conservación, utilizando el set de material fotográfico existente de los productores, además entregando información básica de los productores certificados (nombre, productos que ofrece, datos de contacto).

El material gráfico debe incluir alusiones al concepto comunicacional:

“Comprometidos con el patrimonio natural y cultural del Paisaje. Súmate tú también!”.

En calendarios y bolsas ecológicas se debe invitar a la comunidad local a visitar los diferentes puntos de venta donde se ofrecerán los productos y servicios asociados al Sello del Paisaje: La Tiendita, Feria Hortofrutícola de los Lagos, otras ferias.

Un punto relevante en todo el material de difusión impreso es que debe considerar no ser contaminante, idealmente material reciclado o que genere un mínimo impacto medioambiental al paisaje que estamos declarando en conservación.

8. Hitos Comunicacionales

Los hitos comunicacionales buscan generar un impacto mediático sobre las actividades realizadas por el Paisaje en Conservación. Para eso debemos considerar que nuestro mensaje sea emitido en la mayor cantidad posible de medios de difusión local y regional que se encuentren a nuestro alcance: radios, prensa, portales de noticias online, redes sociales, etc.

1. Lanzamiento de La Tiendita

Queremos generar un impacto comunicacional con este nuevo punto de venta que se abrirá en el corazón de la ciudad.

Para promocionar el lanzamiento de La Tiendita se puede inventar una oferta o descuento exclusivo por motivos de la inauguración como por ejemplo: “Toda la Tiendita con 20% de descuento”. Esta oferta se tendrá que definir directamente con los emprendedores del paisaje.

Con al menos 7 días de anticipación se debe comenzar a promocionar la inauguración de La Tiendita. Los medios considerados para estos son: radios locales, redes sociales y entrega de volantes en el centro de la ciudad.

También se deben considerar letreros y carteles comunicando el lanzamiento en el mismo punto de venta.

Se sugiere poder realizar un registro audiovisual de la inauguración del evento, rescatando los testimonios de las personas que van a comprar y compartan su experiencia al consumir los productos o servicios del Sello del Paisaje. Luego, este video puede ser usado en los medios de difusión del Paisaje: sitio web, redes sociales, publicidad de pago online, etc.

9. Medición de Resultados

Es sumamente importante poder cuantificar el impacto generado con la estrategia comunicacional. Para esto se deben utilizar las siguientes herramientas de monitoreo en los distintos medios de comunicación de la marca:

- a. Registro de ventas**
- b. Encuesta de satisfacción**
- c. Aparición en medios**

Contando ya con la información cuantitativa se debe evaluar el planteamiento estratégico propuesto inicialmente para poder determinar qué modificaciones y ajustes se deben realizar siempre con la convicción de alcanzar los objetivos inicialmente trazados.

Para realizar un testeo de los conceptos e imágenes a utilizar en el Plan de Marketing se utilizó la metodología de Grupo Focal, el día 25 de octubre en la Oficina de la Consultora Siempreverde con la participación de cinco personas de Los Lagos, que desconocían detalles del proyecto y la iniciativa del Sello a quienes se presentaron los conceptos comunicacionales, la estrategia e imágenes de paisajes, productos y agricultores. Las principales conclusiones fueron las siguientes:

- El uso de fotos de los productores, sus familias y sus campos es visto como la mejor opción para dar a conocer la propuesta del sello, complementado con imágenes de productos, servicios y paisajes.
- Las fotos deben ser de colores vivos, que evoquen alegría y no de días nublados y melancólicos.
- Al introducir conceptos nuevos para el público objetivo de la campaña, hay que ser más explícito (Ejemplo uso de la idea de “Patrimonio cultural”, los asistentes al Grupo Focal no entendieron a que se hacía referencia específicamente)
- Los conceptos mencionados sobre las Fotos de productores del paisaje: Parcelero, Campo, Orgullo, Esfuerzo, Humildad, Dignidad, Identidad, Logro, satisfacción, Dedicación, modo de vida campesino.
- Los conceptos mencionados sobre las Fotos de productos del paisaje: Emprendimiento, Productos de la zona, de campo, perfectos, Producción- innovación, Artesanal, Trabajo, Esfuerzo, Salud, Preocupación- cariño, Limpios.