



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACION PARA LA
INNOVACION AGRARIA

INFORME FINAL TÉCNICO Y DE DIFUSIÓN

Enero 2009

OFICINA DE PARTES 2 FIA
RECEPCIONADO

Fecha 2 FEB 2009
Hora 10:49
No Ingreso 2804



I.- ANTECEDENTES GENERALES DEL PROYECTO

1.- **Código:** FIA-PI-T-2006-I-P-104

2.- **Nombre del Proyecto:** "Producción y Exportación de Fibras de Camélidos Sudamericanos Bajo Modelo Asociativo Sustentable Con Comunidades Aymaras del Altiplano de la Región de Tarapacá".

3.- **Región o Regiones de Ejecución:** XV Región de Arica y Parinacota.

4.- **Agente Ejecutor:** Castro Fernández Teodora Agripina y Otros. Sociedad de Surire.

5.- **Agente(s) Asociado(s):** Corporación Nacional Forestal, Unidades Productivas de Cculiculine, Ankara, Limani y Lagunillas.

6.- **Coordinador del Proyecto:** Gloria Castro Castro, Representante Legal Sociedad de Surire.

7.- **Costo Total:** \$ 75.424.499.-

8.- **Aporte del FIA:** \$ 59.147.353.- Equivalente al 78.42%

9.- **Período de Ejecución:** 01/12/06 - 30/12/08 (25 meses)



INDICE

I. Antecedentes Generales del Proyecto.....	1
II. Resumen Ejecutivo del Proyecto.....	3
III. Objetivos del Proyecto.....	5
IV. Metodologías Utilizadas.....	9
V. Actividades del Proyecto.....	12
VI. Resultados del Proyecto.....	20
VII. Fichas Técnicas del Proyecto.....	65
VIII. Análisis Económico del Proyecto.....	67
IX. Impactos y Logros del Proyecto.....	70
X. Problemas enfrentados durante el Proyecto.....	74
XI. Otros Aspectos de Interés.....	76
XII. Conclusiones y Recomendaciones.....	81
XIII. Actividades de Difusión.....	86
XIV. Bibliografía.....	90
XV. Anexos.....	91



II.- RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

En el segundo semestre del año 2006, la Sociedad de Surire se adjudicó la propuesta denominada “Producción y Exportación de Fibra de Vicuña bajo Manejo Asociativo Sustentable con Comunidades Aymaras del Altiplano de la Región de Tarapacá”, siendo financiada por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) y en forma asociada participaron la Corporación Nacional Forestal y las Unidades Productivas de Limani, Ankara, Cculiculine y Lagunillas.

Esta iniciativa surge porque no existía una entidad que gestionara en forma asociativa la producción y comercialización de fibra de vicuña en Chile, la que a su vez, se acompaña de la gran estacionalidad que presentaba la faena de captura y esquila de este camélido silvestre, limitando considerablemente las posibilidades de fortalecer los lazos de colaboración entre las comunidades aymaras. Se suma a lo anterior, que las unidades productivas no lograban aprovechar adecuadamente las fortalezas comerciales que les otorgan sus materias primas, entorno cultural y medio ambiente.

Para ello, la propuesta tuvo por objetivo principal la conformación de una gestidora productiva comercial para la exportación asociativa de fibra de vicuña de las unidades del altiplano de la Región de Tarapacá.

Esta iniciativa consideró el establecimiento de un modelo asociativo integrado por distintas unidades ganaderas, lo cual les permitió organizar las labores productivas asociadas al manejo sustentable de este camélido y consolidar el producto en el mercado internacional. A la vez, se integraron a la cadena de valor dos unidades estratégicas de negocios; Fibra de Alpaca y Turismo rural, logrando aprovechar las fortalezas comerciales del territorio, fortalecer los lazos de colaboración de las comunidades beneficiarias y generar una mayor estabilidad comercial a través de un nuevo modelo cooperativo.

En este contexto, el proyecto focalizó sus actividades en el fortalecimiento de la capacidad técnica y productiva de los ganaderos, así como en la formalización de un ente de segundo nivel que permitiera en forma eficaz incorporar nuevas actividades económicas al sistema ganadero tradicional y potenciar el saber hacer local y productivo



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

con nuevas herramientas técnicas, con el objetivo de aumentar la producción de fibra, estandarizar los módulos productivos y consolidar la estructura comercial de la fibra de camélidos silvestres y domésticos en un contexto emergente para la Agricultura Familiar Campesina de la nueva Región de Arica y Parinacota.

Finalmente, el presente documento técnico y de difusión da cuenta de la gestión, ejecución y programación de las actividades de la iniciativa, así como los resultados, impactos, hitos y otras actividades de interés del proyecto que fueron logrados entre los períodos 2006 al 2008.



III.- OBJETIVOS DEL PROYECTO

A continuación se detallan el objetivo general y los objetivos específicos de la iniciativa ejecutada:

Objetivo General

Conformación de una gestidora productiva comercial para la exportación asociativa de fibra de vicuña de las unidades del altiplano de la Región de Tarapacá.

Objetivos Específicos

1. Implementación de una Unidad de Gestión Productiva y Comercial

El objetivo de esta línea de trabajo fue generar la estructura que permitiera consolidar la organización productiva y comercial del proyecto en un sistema sostenible en el tiempo. Contemplo el desarrollo organizacional, legal, normativo y técnico.

Para el cumplimiento de este objetivo se diseñaron una serie de actividades que permitieron establecer una **estructura asociativa** basada en las características sociales, culturales, productivas y comerciales de las unidades beneficiarias, de modo que fuera una organización flexible, dinámica y atrayente.

En este contexto y como se explicara en los resultados logrados, se ha establecido una Constitución societaria por medio de una Cooperativa de Servicios, la cual tendrá por objetivo la comercialización asociativa de fibras de camélidos silvestres y domésticos, así como desarrollar otras actividades económicas como el turismo rural y la artesanía, de forma tal que pueda generar mayor riqueza en función de las materias primas y las ventajas naturales y culturales que poseen las unidades integrantes de la nueva estructura productiva comercial.



Por otra parte, se estableció un resumen ejecutivo de las **normativas que regulan la explotación comercial** de la vicuña, con el fin de que los beneficiarios del proyecto cuenten con un documento de trabajo y se pueda verificar su cumplimiento en los diferentes ámbitos de acción del que hacer productivo y comercial de los módulos de manejo en el tiempo.

Con respecto a la **unidad técnica** de este objetivo se estableció una planificación vinculada a un programa productivo de la temporada 2007 y 2008, así como la determinación de los requerimientos operacionales, la estructura de costos y las formas de apoyar a través de la presentación de nuevos proyectos de inversión el desarrollo de la infraestructura y equipamiento para los manejos productivos.

2. Fortalecimiento de ventajas competitivas de la producción asociativa

En este objetivo se planteó realizar un adecuado análisis de las variables que influyen en los volúmenes de la producción de fibra, la calidad, los precios, agregación de valor, las condiciones de comercialización interna de los asociados de la estructura en funcionamiento y la exportación internacional.

Una vez que se determinaron dichas variables, se establecieron y evaluaron parámetros operativos históricos para poder realizar una adecuada valorización del progreso y aprendizaje productivo y comercial de la organización.

Para el cumplimiento de este objetivo se realizaron 3 actividades que permitieron generar una mayor competitividad en el tiempo, en la cual se contempló un sistema de producción integrado, un sistema de control de desempeño y una unidad de capacitación o transferencia para los productores.



3. Inserción en el mercado de comercio internacional

Con el objetivo de poder establecer una vinculación con otras entidades internacionales, fue necesario prever las condiciones en las cuales estas actividades debían ser realizadas en beneficio de todos los asociados. Fundamental se torno la representatividad de la directiva para constituir compromisos contractuales a nombre de la unidad comercial.

A partir de este objetivo, se realizó una prospección de mercado en Italia para identificar nuevos nichos de oportunidad y definir los requerimientos de inserción para la fibras de camélidos silvestres y domésticos, a la vez, se desarrollo una base de datos para la licitación internacional con más de 20 contactos comerciales y una visita técnica y comercial a Argentina.

Así mismo, se realizó la séptima exportación de fibra de vicuña el año 2007 y la primera exportación de fibra de alpaca en forma asociativa en la Región después de 20 años.

4. Puesta en marcha y evaluación de desempeño de la unidad de gestión productiva comercial.

Con el objetivo de poder establecer procedimientos y normas que permitan alcanzar estándares internacionales de eficiencia productiva y calidad del producto comercial. Se focalizaron acciones en el ámbito de desempeño productivo y actividades de transferencia a productores para la incorporación de competencias técnicas en los ámbitos de descordado, categorización, esquila, sanidad, bienestar animal y producción de las fibras de camélidos sudamericanos.

A la vez, se trabajo con los productores en la elaboración de un manual básico de procedimientos técnicos para el manejo productivo de la vicuña.



5. Integración con Instituciones de I&D, Entidades públicas y Privadas.

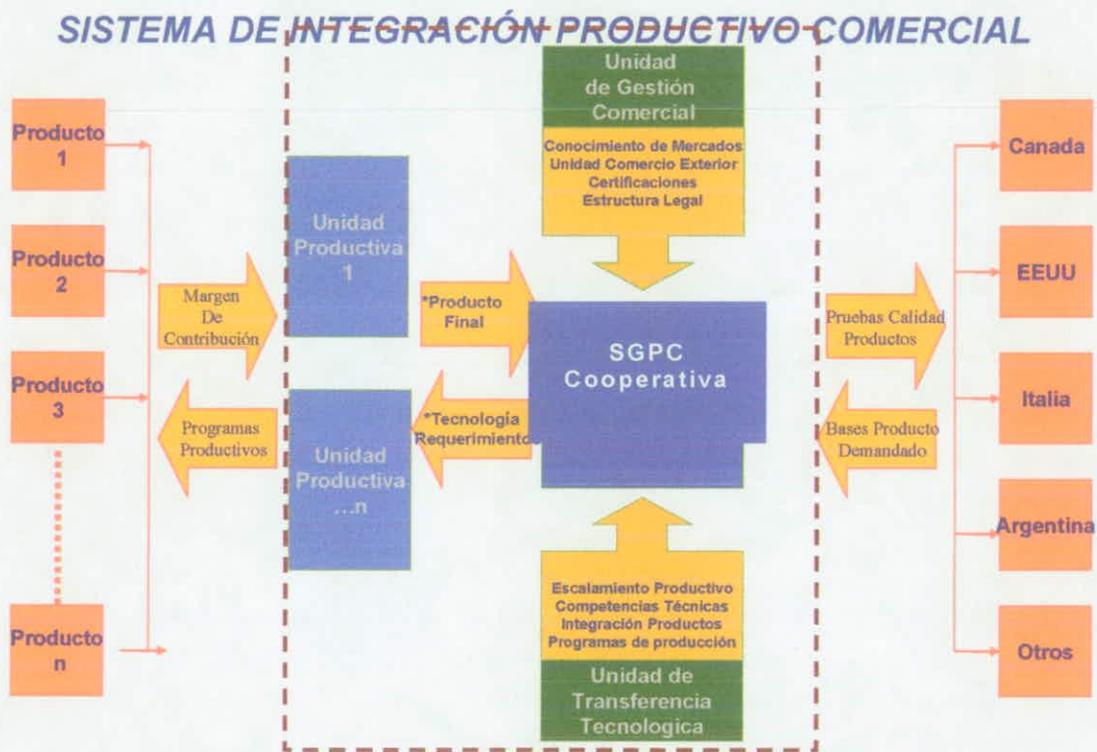
Esta línea de trabajo tuvo por objetivo la integración y vinculación con instituciones públicas y privadas, con la finalidad de fortalecer el que hacer técnico y comercial del proyecto y garantizar a la nueva organización por medio de estas redes el desarrollo financiero, técnico y comercial en el tiempo.

En este contexto, es necesario mencionar los avances y convenios con entidades de Italia, Costa Rica, Universidades Estatales chilenas, Programa territoriales Integrados del sector Turístico y la consolidación con las entidades de soporte financiero como FIA, CORFO, Prochile e INDAP.

IV.- METODOLOGÍA UTILIZADA

En esta sección se describen las metodologías utilizadas para la ejecución del proyecto:

1.- Sistema de Integración Productivo Comercial



Como se describió en la propuesta inicial la gestión comercial dependía de las voluntades de las unidades productivas, las que debían aunar criterios de comercialización, en este sentido, fue necesario apoyarlas en la búsqueda de una figura legal que les permitiera desarrollar la actividad comercial en conjunto y a la vez incorporar nuevas unidades al sistema.

Para el logro de esta metodología se utilizaron dos estrategias transversales para lograr la captación de nuevas unidades y formalizar al nuevo ente productivo comercial:



1.- Difusión del Proyecto y Estrategia General de Participación.

Con el objetivo de dar a conocer la propuesta en funcionamiento y generar acciones para motivar a las Unidades Productivas en la participación del proyecto, se realizaron una serie de actividades vinculadas a las materias de mayor importancia de los productores, de modo que estos se interesasen por la iniciativa a través de la participación directa por medio de transferencias o capacitaciones, de forma tal, que se pudiera mantener una vinculación asociativa y generar los lazos de confianza necesarios para la posterior conformación del ente productivo comercial.

2.- Formalización de un ente productivo y comercial

Para el logro de este objetivo se utilizó la metodología del proceso asociativo, el cual a través de 4 etapas busca la conformación de la nueva organización comercial.

2.1.- Etapa de gestación: durante este período se despertó el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comenzaron las acciones para la integración de las Unidades Productivas (U.P.), se analizó el potencial de cada una de estas, y las ventajas de llevar adelante el proyecto.

2.2.- Etapa de Estructuración: en esta etapa se realizaron talleres de sensibilización y de reforzamiento para definir la forma jurídica de la entidad a formalizarse y aceptaron este nuevo proceso asociativo como herramienta para alcanzar los objetivos de comercializar en conjunto.

2.3.- Etapa de madurez: En esta etapa las U.P. se formalizaron por medio de una Cooperativa de servicios, de modo que puedan dar los primeros pasos para la fase de autogestión y comercialización.

2.4.- Etapa productiva o de gestión: En esta etapa se llevaron a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados, en la cual y por medio del establecimiento de un programa de la temporada 2007 y 2008, las unidades debían asumir roles, compromisos y decisiones vinculadas a los manejos productivos y la comercialización de la fibra.

Todo este proceso se ha estructurado bajo un enfoque metodológico de las cadenas de agregación de valor. En este caso se trata del sistema agroindustrial de la fibra de los camélidos sudamericanos, involucrando por ende actividades de agregación de valor (articulación vertical) y la relación horizontal de sus actores.

En este contexto, se busca finalmente el funcionamiento y la consolidación paulatina de esta cadena, que permitirá a los asociados de la cooperativa dejar de ser proveedores atomizados y desarticulados de materia prima y pasar a ser un actor sostenible dentro de la cadena de producción y comercialización de fibras de camélidos.





V.- ACTIVIDADES DEL PROYECTO

Actividad Programada	Descripción	Grado de Cumplimiento ⁽¹⁾	Observaciones
1. Unidad de gestión productiva Comercial	El objetivo de esta línea de trabajo fue poder generar la estructura que permita consolidar la organización productiva y comercial del proyecto en un sistema sostenible en el tiempo. Contempla el desarrollo organizacional, legal, normativo y técnico.	R	Unidad Productiva Comercial Formalizada. (Cooperandino-Chile)
Formalización Legal	Reglamento interno Estatutos Publicación en el diario oficial Obtención de Rut Iniciación de actividades Facturas de Exportación, Compra y Venta.	R	
Elaboración Estructura Organizacional	El objetivo es poder contar con una estructura organizacional capaz de coordinar las acciones comerciales y productivas de la empresa.	R	La estructura posee una directiva o consejo de administración establecido en los artículos de la Cooperativa y en forma paralela cuenta con una oficina técnica de apoyo comercial y productivo.
1.2 Desarrollo Normativas Productivas	Se debía identificar claramente las normativas que regulan la explotación comercial de la vicuña, realizando un listado ejecutivo de ellas y verificando su adecuado Cumplimiento.	R	Elaboración de protocolos técnicos y productivos. Elaboración de un manual básico de procedimientos para el manejo productivo de la vicuña.
Establecimiento de protocolos	El objetivo de esta actividad fue participar en el desarrollo de procedimientos y criterios de manejo productivo de vicuñas.	R	Se concretaron mesas de trabajo entre los productores e instituciones públicas para la definición de procedimientos y criterios de manejo productivo.
Manual de Procedimientos	El objetivo de esta actividad era la elaboración de un manual básico de procedimientos para el manejo productivo de la vicuña, y entregarlo a los productores como una	R	Impresión de 100 Manuales "Manual Básico de Procedimientos para el



	herramienta de apoyo y programación para la faena productiva.		Manejo Productivo de la Vicuña"
1.3.- Unidad Técnica	En esta línea se debía elaborar un programa productivo de la temporada, requerimientos operacionales, estructura de costos, formas y fuentes de financiamiento de dichos costos.	R	Esto tenía por objetivo anticipar los requerimientos de capital de operación, estructura de costos unitarios y necesidades de regulación por contrato de servicios u otros.
Desarrollo programa Productivo Comercial	Consistió en la programación del proceso de producción y la comercialización de la fibra de vicuña y alpaca. (Programa 2007 y 2008)	R	
Desarrollo Programa De Capacitación	El objetivo de esta línea de trabajo fue la transferencia de conocimientos y capacidades en el ámbito productivo y técnico, por medio de una planificación centrada en las necesidades de los productores.	R	<p>Cursos Realizados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Capacitación de Técnicas de Limpieza, Clasificación y Descerchado de Fibras de Vicuña y Alpaca. 2.- Capacitación de Esquila Mecanizada. 3.- "Transferencia de conocimientos y tecnologías sobre la crianza, producción y organización de la oferta de la fibra de camélidos Sudamericanos" <p>Puno Perú</p> <ol style="list-style-type: none"> 4.- Curso de turismo rural Comunitario Sostenible. 5.- Taller de Técnicas de negociación y Fortalecimiento Organizacional. 6.- Capacitación de Técnicas de Esquila Mecanizada en Vicuñas y Construcción de Mangas Móviles de Vicuñas. 7.- Día de Campo Comercialización de Fibra de Camélidos silvestres y domésticos.



<p>2. Desarrollo competencias productivas</p>	<p>Esta actividad planteaba realizar un adecuado análisis de las variables que influyen en los volúmenes de la producción de fibra, la calidad, los precios, agregación de valor, las condiciones de comercialización interna de los asociados de la estructura en funcionamiento y la exportación internacional.</p>	<p>R</p>	
<p>2.1.- Sustentabilidad Productiva</p>			
<p>Caracterización de sistemas productivos silvestres</p>	<p>La actividad consistió en conocer el potencial productivo que pueda lograr cada unidad en forma predial.</p>	<p>R</p>	
<p>Identificación de factores críticos</p>	<p>Reconocer los factores críticos que afectaron los rendimientos productivos de la temporada 2007.</p>	<p>R</p>	
<p>Vinculación técnica institucional</p>	<p>Tuvo por objetivo, crear las instancias de participación activa entre los productores y las instituciones vinculadas al recurso vicuña.</p>	<p>R</p>	<p>Realización de mesas de trabajo para la definición de criterios y protocolos de manejo. (SAG, Seremía y Mesa Vicuña)</p>
<p>2.2.- Sistemas de Producción Integrado</p>			
<p>Identificación de fuentes de diversificación</p>	<p>Dado que existe una base de datos con las fuentes de financiamiento nacional e internacional, se espera la elaboración y presentación de proyectos de inversión y gestión.</p>	<p>R</p>	<p>Más de 9 proyectos adjudicados.</p>
<p>Propuestas de complementación</p>	<p>Puesta en marcha de las nuevas unidades estratégicas de negocios creadas.</p>	<p>R</p>	<p>1.- Primera Venta de Fibra de Vicuña Descerdada. Sexta Exportación de Fibra de Vicuña. 2.- Primera Exportación de Fibra de Alpaca. 3.- Implementación de Unidades de negocio de Turismo Rural.</p>



Evaluación técnica comercial de las unidades	El objetivo fue realizar un análisis de las variables comerciales de la oferta exportable y el desarrollo de nuevas estrategias que fortalezcan el que hacer comercial de la nueva organización.	R	
Programa de comercialización integrado	Tuvo por objetivo la incorporación de nuevos productos y procesos en la cadena de exportación.	R	Sexta exportación Asociativa Fibra de Vicuña. (Descerdada) Primera Exportación Asociativa de Fibra de Alpaca.
2.3.- Sistema de Control de Desempeño Productivo			
Elaboración de Registros	Esta actividad consistió en la elaboración del registro productivo de los manejos de vicuñas y alpacas.	R	Registro realizado en los meses de octubre y noviembre 2007 y 2008.
Sistema de control de desempeño	Se realizo un análisis de las variables que influyen en los volúmenes de producción de fibra, calidad de la fibra, precios de la comercialización y condiciones comerciales.	R	
2.4.- Unidad de Transferencia a Productores			
Actividades de capacitación	El objetivo de esta línea de trabajo fue la transferencia de conocimientos y capacidades a los productores beneficiarios del proyecto en el ámbito productivo y técnico.	R	
Vinculación asociativa	Tuvo como objetivo integrar en forma directa e indirectamente a nuevas unidades productivas para que se conformen en el tiempo.	R	5 Unidades productivas Integradas. (Alpaca y Vicuña)



3.- Inserción Internacional	Realizar acciones encaminadas a fortalecer los lazos comerciales de la Cooperativa con el mercado internacional.		
Actividades de difusión	Consistió en realizar actividades de prospección, penetración y difusión internacional de las unidades de negocio de la cooperativa.	R	- Prospección de Mercado para las Fibras Finas de vicuña y alpaca. Italia. 2007.- - Prospección y validación comercial área turismo. Proyecto "Red de Lodges Andinos" 2008.
Incorporación de nuevos demandantes	Contar con nuevos contactos internacionales o clientes del rubro textil, artesanal y turístico.	R	Base de Datos Clientes por rubro.
3.2 desarrollo de componentes internos	Marco operativo de redes tecnológicas Realización de un nodo tecnológico o PTI entre la Cooperativa y entidades de I&D.	R	Postulación de proyecto de Consolidación Productivo Comercial para la Cooperativa en el marco del Programa de AFC Aymará FIA - U Chile.
3.3.- Unidad de Comercio Exterior	Con el objetivo de poder establecer una vinculación con otras entidades internacionales, es necesario prever las condiciones en las cuales estas actividades deberán ser realizadas en beneficio de todos los asociados. Fundamentalmente se torna la representatividad de la directiva para constituir compromisos contractuales a nombre de la unidad.	R	Prospecciones de mercado realizadas Visitas de campo Técnicas y Comerciales
Contratos Comerciales	Se refiere a la realización de una licitación internacional y el desarrollo de un contrato comercial que garantice la venta del producto en el tiempo.	R	Licitación Internacional de Fibra de Vicuña Descerdada y Primera Licitación de fibra de alpaca. Adjudicada por Pelama Chubut S.A., Argentina.
4.- Desarrollo programa Productivo 2007 y 2008			
Actividades de Integración Asociativa	Esta actividad consistió en la difusión, realización de talleres y postulación de transferencias tecnológicas que permitan a los asociados de la Cooperativa generar lazos	R	



	de afectividad y de integración de nuevos asociados.		
Establecimiento de Programa Operativo	El objetivo fue contar con un programa para la temporada 2008 de captura, esquila y tratamiento de la fibra.		
Identificación de Factores Críticos	Realización de un análisis de la temporada 2007 y establecimientos de medidas correctivas para ser aplicadas en el manejo del año 2008.	R	
Difusión de Temporada	Realización de actividades de difusión de la nueva entidad creada.	R	Creación de una Pagina Web de la Cooperativa para la publicación de artículos por Internet.
4.1.- Temporada productiva 2007			
Control del Programa de Producción	Verificar el cumplimiento de técnicas y exigencias del manejo en los módulos productivos de la temporada 2007 y 2008.	R	
Control de Calidad	Aumentar la competitividad de la producción de fibra de vicuña y fibra de alpaca a partir de un programa de técnicas y procesos para mejorar la calidad del producto y la productividad de las operaciones.	R	
Análisis de desempeño	Realización de un análisis del desempeño operacional y productivo de las unidades asociadas a la cooperativa.	R	
Informe Productivo	Elaboración de un informe productivo de la temporada 2007 y 2008.	R	
5. Actividades de comercialización 2008			
<i>Acopio de Fibra de Vicuña y Alpaca.</i>	Se contemplan actividades en terreno para el acopio de fibra de alpaca y vicuña, las que posteriormente se limpiarán, clasificarán y se embalarán.	R	23 Kilos de Fibra de Vicuña 864 Kilos de Fibra de Alpaca. Venta 2008.



Gestión comercial.	Se tramitaran las respectivas fiscalizaciones, certificados y procedimientos para la correcta exportación de las fibras.	R	Gestión Comercial Realizada.
Licitación Internacional y Exportación de la fibra de camélidos.	Octava Negociación de Fibra de Vicuña y Alpaca.	R	Venta Adjudicada por Pelama Chubut.
Informe Comercial	Informe de la gestión y exportación de las fibras de camélidos.	R	
5.1 Evaluación de Desempeño			
Ámbito Comercial	Se realizó una evaluación del desempeño comercial de la gestionadora, analizando el acopio, gestión y exportación de la fibra.	R	Ajunto en este informe.
Ámbito Asociativo	Se realizó una evaluación del desempeño organizacional y del ejercicio asociativo de la temporada de exportación 2008	R	Ajunto en este informe.
Ámbito Productivo	Se realizó una evaluación del desempeño productivo de las unidades ganaderas socias de la gestionadora productivo comercial.	R	Ajunto en este informe.
6 Red Tecnológica			
Actividades de integración y nuevas oportunidades comerciales.	Se contemplo un diagnostico de las empresas textiles nacionales con el objetivo de evaluar la posibilidad de procesar fibra de Alpaca y concretar nuevas posibilidades de negocio en el ámbito nacional.	R	Esta actividad se realizo con el apoyo de CORFO y se concreto una visita en Arica con el representante de la empresa Crossville Chile
Elaboración de propuestas	Se contempló la elaboración de proyectos y la convocatoria de recursos financieros para	R	FIA, INDAP, PROCHILE y CORFO.



	la inversión y creación de nuevos negocios vinculados al sector ganadero y turístico rural.		
Programa Colaboración	Esta línea de trabajo tuvo por objetivo generar las instancias de colaboración entre las instituciones de soporte y la gestidora productiva – comercial para la postulación y financiamiento de propuestas.	R	FIA, INDAP, PROCHILE Y CORFO
6.1 Integración Sector Público			
Normativa Legal	Contar con la validación participativa de los nuevos criterios de selección para el manejo sustentable de la vicuña (Mesa Vicuña)	R	Participación en Mesa Vicuña y Nuevos protocolos de Solicitud de manejos de vicuñas (SAG)
Ámbito participativo	Generar instancias de participación entre las unidades productivas y las instituciones vinculadas al recurso vicuña para avanzar en los ámbitos de mayor interés del sector. (Mesa Vicuña)	R	
Representatividad Regional	Generar condiciones de representatividad sectorial de la gestidora productiva comercial por medio del aumento del número de asociados y volumen de fibra.	R	
Informe de Gestión Productiva Comercial	Elaboración de un informe productivo comercial de la cooperativa. Temporada 2008.	R	Adjunta en este informe.
Actividades de Control y Seguimiento Trimestral	Se contempló la elaboración de un documento de control y seguimiento del desempeño de la cooperativa.	R	Adjunta en este informe.
Informe Final del Proyecto	Termino del Proyecto	R	

VI.- RESULTADOS DEL PROYECTO

Resumen de los Resultados del proyecto.

Resultado esperado	Indicador	Meta final	Nivel de Avance	Observaciones
Formalización de Unidades Productivas	Numero de asociados	75	100%	Si bien no se logro concretar el número de asociados esperados en el proyecto, es necesario mencionar que se logro formalizar a 21 asociados, los que a su vez, representan a un total de 50 familias beneficiadas.
Manual de Procedimientos	Publicación de manual	Publicación	100%	Se cuenta con 100 manuales de procedimientos básicos para el manejo productivo de la vicuña. Todos ellos distribuidos a los ganaderos.
Vinculación de asociados	Participantes	4	100%	Se cuenta con 7 unidades productivas nuevas asociadas al proyecto.
Programa de promoción	Actividades de difusión	3	100%	Concretadas en el primer período del proyecto.
Base de datos clientes para licitación	Numero de contactos	12	100%	Se cuenta con una base de datos con 14 contactos comerciales distribuidos en Europa, Argentina y Chile.
Exportación asociativa	Unidades asociadas a la exportación	2	100%	4 unidades productoras incorporadas.
Aumento de KG exportados	% aumento	40%	100%	50 Kilos de Fibra de Vicuña. Exportada. 2007 760 Kilos de Fibra de Alpaca. Exportada. 2007. 23 Kilos de Fibra de Vicuña. Exportación. 2008. 860 Kilos de Fibra de Alpaca. Exportación 2008. 164 Kilos de Fibra de Vicuña. Producción 2008 - Exportación 2009 + 1.000 Kilos de Fibra Alpaca.
Aumento de productos incorporados	Unidades de negocio	2 unidades adicionales	Fibra de Alpaca Turismo Rural	Primera y segunda Exportación de Fibra de Alpaca concretada. Implementación de unidades de turismo rural.
Instituciones de I&D asociadas	Instituciones	3	100%	1.- CORFO y Prochile 2.- Incubadora de Empresas y Emprendedores. UTA. 3.-Universidad para la Cooperación Internacional de Costa Rica. 4.-Meridiana Alpaca, Italia.

Análisis General de los Resultados Alcanzados con el Proyecto.

1. Implementación de una Unidad de Gestión Productiva Comercial.

El objetivo de esta línea de trabajo fue generar la estructura que permita consolidar la organización productiva y comercial del proyecto en un sistema sostenible en el tiempo. Contempló el desarrollo organizacional, legal, normativo y técnico.

Como se indicó en el informe técnico número uno y dos, las unidades productivas fueron formalizadas por medio de una Cooperativa de Servicios para la Exportación asociativa de Fibras de Camélidos. En este sentido, se estableció una estructura organizacional basada en las características sociales, culturales, productivas y comerciales de las unidades beneficiarias, de modo que cumpliera con las expectativas de los actuales y potenciales ganaderos.

En este contexto, la organización se conformó con 18 asociados y la junta de Administración de la Cooperativa, quedó representada por las siguientes personas:

- Sra. Gloria Castro – Presidente consejo de Administración
- Sr. German Flores – Vicepresidente
- Sra. Teodora Castro – Secretaria (S)

Por otra parte, los integrantes de la organización definieron el siguiente nombre: Cooperativa de Servicios Andinos de Chile “**COOPERANDINO CHILE**”.

El objetivo principal de la organización es “Fortalecer la comercialización asociativa de la fibra de vicuña y alpaca como actividad principal de la cooperativa y demás productos derivados de los camélidos sudamericanos”.

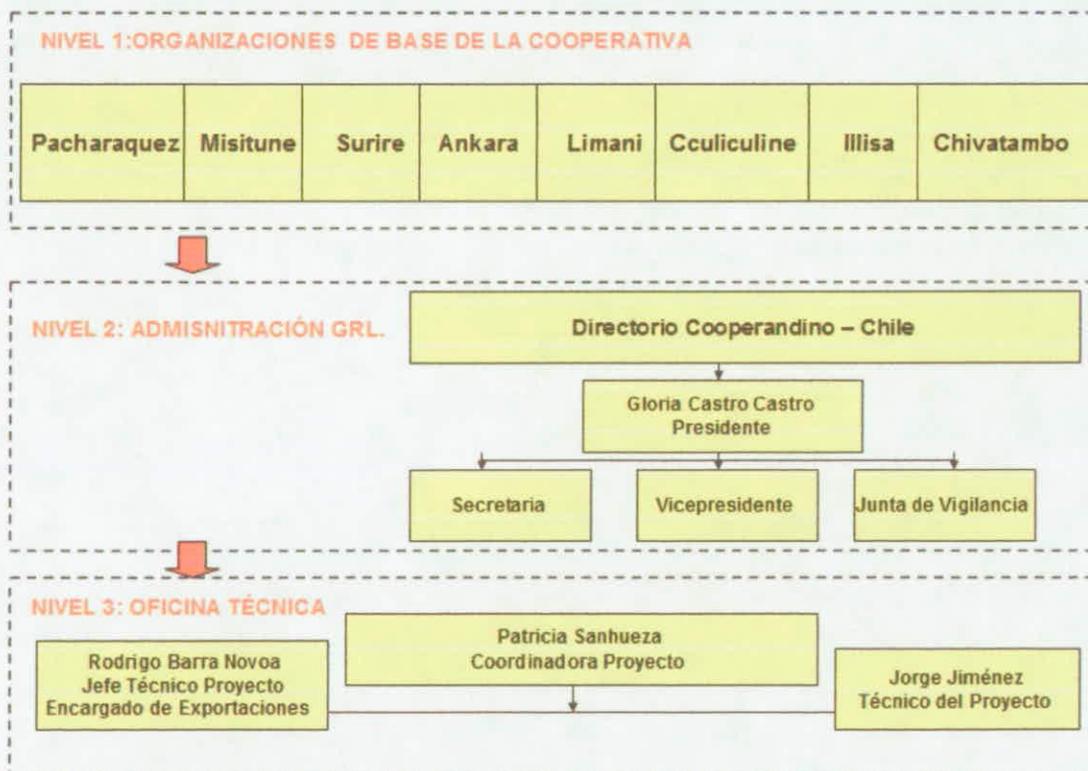
Los objetivos específicos de la Cooperativa son los siguientes:

- Desarrollar actividades productivas, de acopio, procesamiento, distribución y comercialización de productos silvoagropecuarios provenientes de sus asociados o adquiridos a terceros.

- Desarrollar actividades productivas, procesamiento y comercialización de productos artesanales producidos con materias primas provenientes de las actividades silvo-agropecuarias, adquiridas a sus asociados o a terceros.
- Desarrollar actividades de carácter industrial para la transformación y comercialización de la materia prima proveniente de sus asociados y/o de terceros.
- Promover y desarrollar actividades de turismo sustentable articulado con el recurso camélido, medio ambiente y cultura.

Por último, actualmente la Cooperativa cuenta con iniciación de actividades, RUT, Facturas de Exportación, compra y venta de Fibra, y un registro de exportación de fibra de camélidos sudamericanos en el SENASA de Argentina.

Estructura Organizacional de la Cooperativa



Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa, Jefe Técnico de Proyecto AFC Vicuña. FIA – Surire.



2. Fortalecimiento de ventajas competitivas de la producción asociativa.

Para el cumplimiento de este objetivo se establecieron 3 actividades que permitieron generar una mayor competitividad en el tiempo, en la cual se contemplo un *sistema de producción integrado, un sistema de control de desempeño y una unidad de transferencia para los productores.*

2.1.- Transferencias o Capacitaciones Realizadas

2.1.- Capacitación en Competencias Técnicas de Descerchado de Fibra de Vicuña y clasificación de Fibra de Alpaca.

Esta actividad tuvo por objetivo transferir conocimientos para el proceso de descerchado de fibra de vicuña y a la vez transferir capacidades para la implementación de normas técnicas de categorizado y clasificación de fibra de alpaca.

Esta actividad fue realizada en el mes de abril del año 2007 y su exposición estuvo a cargo del Médico Veterinario Sócrates Colque de la Multicomunal de Vicuñas de Picotani.

Por medio de esta capacitación fue posible incrementar el precio de la fibra de vicuña (US 770) y la realización de la primera exportación de fibra de alpaca clasificada al mercado Argentino.



2.2.- Capacitación en Técnicas de Esquila Mecanizada

En el marco de la innovación tecnológica para la explotación ganadera de los camélidos sudamericanos, es necesario la incorporación de tecnologías alternativas que permitan por un lado optimizar la producción y productividad de la crianza y por el otro, la obtención de productos de alta calidad y competitivos en el mercado, en este sentido, en el marco del Proyecto AFC Vicuña se realizó una capacitación en terreno para transferir capacidades tecnológicas en esquila mecanizada para alpacas y vicuñas.

Esta actividad se realizó en conjunto con la Seremía de Agricultura en la localidad de Visviri entre los días 9 y 13 de octubre del 2007.

El **objetivo general del curso** fue la Formación de promotores en el manejo de técnicas de esquila mecanizada, que permitan mejorar la calidad de fibra obtenida.

A su vez, **los objetivos específicos del curso** fueron los siguientes:

- Evaluar las máquinas actuales que poseen las unidades productivas.
- Comprender la importancia del buen uso, armado y mantenimiento de la esquiladora.
- Transferir los conocimientos teórico – prácticos para realizar una eficiente esquila mecanizada en camélidos silvestres y domésticos.
- Mostrar la eficiencia de esta herramienta mecanizada en los procesos de esquila.
- Adiestramiento en el montaje de la máquina, regulaciones y afilado de cortantes y peines.
- Adiestramiento práctico de esquila en 200 pieles de alpacas y 200 animales en pie.

Para la realización de la actividad de capacitación se utilizaron 200 animales en pie, los que fueron facilitados por los propietarios de las localidades aledañas a Visviri. A su vez, en esta actividad participaron **25 personas**, correspondientes a las unidades productivas beneficiarias del Proyecto AFC Vicuña de FIA y la Seremia de Agricultura.

2.3.- Transferencia sobre la crianza e innovación Tecnológica en camélidos Sudamericanos

Entre los días 01 al 06 de Junio del 2008, ganaderos y profesionales del Proyecto AFC Vicuña de FIA, realizaron un curso de formación sobre la crianza, manejo e innovación Tecnológica en camélidos sudamericanos, en la ciudad de Puno, Perú.



Esta actividad fue realizada, en la facultad de medicina veterinaria de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Entre los contenidos abordados en el curso de formación se destacan; el manejo sanitario de los camélidos, empadres controlados, esquila de camélidos, innovación tecnológica, descordado, clasificación y manejo de fibras.

A su vez, los avances técnicos y de investigación se vieron reflejados en las visitas de campo al fundo Chocoaquilla Alpacas y el centro multicomunal de manejo de vicuñas de Picotani. El primero de estos, pertenece al Sr. Porfirio Díaz, catalogado como uno de los mejores criadores y productores de alpacas del mundo, y la segunda visita permitió observar los avances técnicos, organizativos y de gestión de la productora de fibra de vicuña.

Por último, los ganaderos participantes mostraron un gran interés por invertir en un corral de empadre controlado, con el objetivo de mejorar y recuperar el patrimonio genético de los rebaños de alpaca y aumentar la calidad y finura de la fibra de estos camélidos.



2.4.- Taller de Técnicas de negociación y Fortalecimiento Organizacional

Entre los días 31 de Julio y 01 de agosto un Taller de Fortalecimiento organizacional y técnicas de negociación.

Esta actividad tuvo por finalidad fortalecer el desarrollo organizacional de los socios de la Cooperativa de Servicios Andinos de Chile y transferir habilidades sociales y de negociación, de forma tal, de abordar desde una óptica cultural y ética las futuras negociaciones con las distintas dimensiones que están insertos en el modelo de negocio de las fibras de camélidos sudamericanos.

Esta actividad de capacitación fue dictada por el Sr. Jaime García, Profesor de Negociación del Programa Executive MBA y Director del Centro de Negociación de la Universidad Adolfo Ibáñez.

Los resultados esperados del taller fueron:

- 1.- Hacer apreciaciones del entorno y de las circunstancias para determinar, de modo efectivo, las acciones futuras dentro de un contexto relacional. Aprender a ver y verse.
- 2.- Apreciar a los actores de una negociación, determinar el tipo de poder que constituyen, los caracteres y estilos y reconocer sus estados de ánimo. Aprender a entender y entenderse.
- 3.- Distinguir entre negociación y conflicto, sus orígenes y maneras de enfrentarlos.
- 4.- Interpretar los hechos, reconocer las especulaciones y determinar las posibilidades que configuran una relación de largo plazo. Aprender a escuchar y escucharse.
- 5.- Construir relaciones basadas en la confianza y en el respeto mutuo.



2.5.- Taller de Turismo Rural Comunitario

En el marco de las actividades del proyecto AFC Vicuña de FIA, los días 8 y 9 de septiembre se realizó un Taller de turismo Rural Comunitario con la participación de la expositora Leyla Solano, Antropóloga y especialista en turismo ecológico y comunitario de la Universidad para la Cooperación Internacional de Costa Rica.

Este Taller nace del convenio internacional firmado entre la casa de estudios UCI de Costa Rica y el proyecto AFC Vicuña en el año 2007, y que por programa de actividades quedó agendado para la temporada 2008, con el objetivo de fortalecer las capacidades técnicas de los emprendedores aymaras beneficiarios del proyecto AFC Vicuña que se encuentran desarrollando un proyecto de habilitación y puesta en valor de los caseríos o viviendas aymaras para dar servicio de alojamiento turístico comunitario.

Los contenidos del curso fueron los siguientes:

1. Conocimiento de los conceptos, elementos y técnicas disponibles, que están involucrados en la definición de un producto turístico y sus estándares asociados, para una iniciativa rural comunitaria.
2. Conocimiento teórico y lineamientos prácticos generales para la aplicación del modelo de emprendimiento local, como base para la generación y administración de servicios turísticos en comunidades.



3. Conocimiento de los posibles impactos de la actividad turística sobre los sistemas ecológicos y sociales, y las posibles alternativas para su manejo.

4. Conocimiento de modelos de gestión participativos de áreas silvestres protegidas en Costa Rica.

2.6.- Transferencia de Tecnología en captura y arreo con Mangas Móviles y Esquila de Vicuñas

Esta actividad de capacitación se realizó entre los días 03 al 12 de noviembre del 2008 en las unidades productivas de vicuñas de Misitune, Surire y Chivatambo. (Según Calendario SAG)

El Objetivo General de la actividad fue la Formación de promotores en el manejo de armado de mangas móviles, arreo y técnicas de esquila mecanizada, que permitan mejorar el rendimiento y la eficiencia del manejo productivo.

Los Objetivos Específicos de la actividad fueron los siguientes:

- Construir una manga móvil en virtud del comportamiento del recurso silvestre para su posterior captura.
- Aplicar técnicas de captura y arreo humano.
- Evaluar las máquinas actuales que tiene las unidades productivas.
- Comprender la importancia del buen uso, armado y mantenimiento de la esquiladora.
- Transferir los conocimientos teórico – prácticos para realizar una eficiente esquila mecanizada en camélidos silvestres y domésticos.
- Mostrar la eficiencia de esta herramienta mecaniza en los procesos de esquila.
- Adiestramiento en el montaje de la máquina, regulaciones y afilado de cortantes y peines.

Impacto logrado

Se alcanzó adiestramiento técnico y tecnológico de los participantes en la instalación de mangas de captura, arreo y esquila mecanizada de los camélidos sudamericanos, que permitirá minimizar costos y obtener mayores ingresos por las ventajas técnicas que genera la alternativa tecnológica.



Por último, esta actividad fue asesorada por el grupo de expertos en Camélidos Sudamericanos de la Multicomunal de Vicuñas de Picotani, Perú.



Transferencia de Captura y Cierre de Vicuñas



Transferencia de afilado de Peines y Cortantes

2.7.- Talleres de Sensibilización para la definición de una estructura legal asociativa

Con el objetivo de establecer una unidad productiva y comercial formal se realizaron 7 talleres de sensibilización, con el objetivo de definir una figura legal que permitiera iniciar la comercialización asociativa de la fibra de camélidos silvestres y domésticos. En este sentido, en el primer taller se dieron a conocer todas las formas jurídicas que podría tener la nueva organización, identificándose la Cooperativa de Servicios como una buena alternativa para formalizarse.

Posterior a esta actividad se realizó un taller para definir una Cooperativa, establecer sus características y ventajas y exponer su forma de administración. En esta actividad, se asumió como compromiso la definición del estatuto. Este taller permitió definir el número de interesados reales para la formalización de esta nueva entidad.

Consecutivamente se expuso el estatuto y los ámbitos de acción de la Cooperativa a formalizarse, validando su aprobación con los asociados del proyecto y su inherente etapa de legalización.

En esta última etapa se contrato a un abogado para que elaborara el acta constitutiva de la nueva organización, sus estatutos y la escritura pública.

2.8.- Pasantía Internacional de Turismo Rural Comunitario en Costa Rica

Entre el 02 al 10 de Julio del 2007, se realizó una Pasantía Internacional de Turismo Rural Comunitario en Costa Rica, con apoyo de los instrumentos de formación de FIA y cofinanciada por las Unidades Productivas Participantes, Seremia de Agricultura y Quiborax.

Esta actividad de formación fue realizada en la Universidad para la Cooperación Internacional de Costa Rica, la que posee una enorme trayectoria en materia turística rural comunitaria y planificación estratégica rural.

En este contexto, al finalizar el curso, los participantes lograron adquirir conocimientos técnicos de turismo rural comunitario y recogieron experiencias de compartir con organizaciones de base asociativa y campesina los procesos necesarios para abordar una actividad turística asociada a las distintas labores productivas que puede tener una organización y su territorio.



Este objetivo fue posible gracias a un enfoque metodológico que permitió sentar las bases de aquellos conocimientos técnicos y de instrumentos de trabajo, que permitieron generar criterios en los participantes, para entender y evaluar la realidad, así como determinar oportunidades de cambio en sus respectivos escenarios.

La segunda etapa se realizó por medio de un estudio de casos prácticos, en la cual los participantes tuvieron la posibilidad de extraer lecciones por medio de visitas de campo.

Resultados e Impactos Logrados con la Pasantía

Claridad sobre experiencias prácticas y conceptos básicos alrededor de cuatro ejes temáticos puntuales:

1. Conocimiento de los conceptos, elementos y técnicas disponibles, que están involucrados en la definición de un producto turístico y sus estándares asociados, para una iniciativa rural comunitaria.
2. Conocimiento teórico y lineamientos prácticos generales para la aplicación del modelo de emprendimiento local, como base para la generación y administración de servicios turísticos en comunidades.
3. Conocimiento de los posibles impactos de la actividad turística sobre los sistemas ecológicos y sociales, y las posibles alternativas para su manejo.
4. Conocimiento de modelos de gestión participativos de áreas silvestres protegidas, para la sostenibilidad y compatibilidad armónica de los intereses nacionales y locales.

Resultados esperados post la actividad:

1. Transferencia de los conocimientos adquiridos a través de seminarios de difusión.
2. Capacidad de integración de las unidades participantes y fortalecimiento de los vínculos de confianza.
3. Replicabilidad de las experiencias adquiridas por medio de la creación de productos turísticos vinculados a las labores productivas y las ventajas naturales y culturales que presenta el territorio.



Otro resultado relevante de este curso de formación fue la experiencia adquirida por los participantes al vivenciar con sus pares (organizaciones de base indígena y campesina) la importancia de utilizar sus materias primas o recursos naturales para crear productos turísticos como la artesanía, turismo cultural, agroturismo y ecología. Siendo actividades que necesariamente deben ser abordadas a través de un desarrollo asociativo para generar un bienestar económico, cultural y ambiental para la comunidad.

Al mismo tiempo, observaron que muchos de los emprendimientos se encontraban ubicados en zonas de difícil acceso, es por ello, que es necesario generar un producto turístico que permita al visitante hospedarse, alimentarse y desarrollar actividades de esparcimiento. De esta forma y por talleres sostenidos con los participantes fue posible cambiar la percepción del acceso y lejanía que tienen los pueblos altiplánicos, y el gran paradigma del que hacer con los recursos naturales y culturales del territorio.

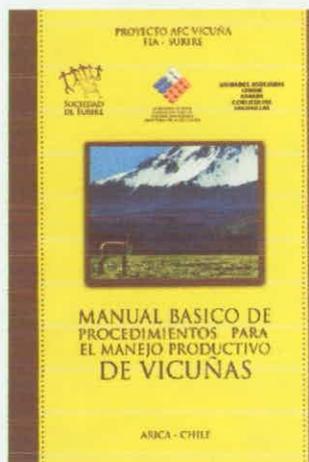
A la vez pudieron observar que todos los productos turísticos comunitarios eran organizados por cooperativas y asociaciones, lo cual permitió generar en los participantes un aumento en la confianza del actual proceso de formalización y constitución que ellos realizan para el trabajo asociativo de producción y comercialización de fibra de vicuña.

Por último, se logró fortalecer los lazos de confianza entre los productores y la motivación necesaria para desarrollar un trabajo asociativo. Todo esto abordado como una actividad complementaria a la ganadería tradicional del altiplano, ya que, por lecciones aprendidas, es necesario tener en cuenta, que el turismo no puede sobrevivir como única actividad económica, así también como la ganadería, la agricultura u otra actividad que se desarrolle en el altiplano.

3.- Manual de Procedimientos Técnicos para el Manejo de la Vicuña

Con la finalidad de estandarizar los módulos de manejo y aumentar la competitividad productiva de la organización formalizada, se elaboró un manual básico de procedimientos para el manejo productivo de vicuñas, el cual define en forma básica todas las actividades y etapas que deben ser consideradas en la programación y ejecución de la captura y esquila de la vicuña. En este sentido, el manual ha sido confeccionado con la finalidad de que sea aplicado como una herramienta de apoyo en los manejos productivos y como una guía básica para el correcto desempeño de los ganaderos en la faena pecuaria.

Por último, se imprimieron 100 ejemplares, los que fueron distribuidos a las unidades productivas beneficiarias del proyecto. Se adjunta Ejemplar en Anexos.



4.- Programa de Promoción e Inserción Internacional

Con el objetivo de poder establecer una vinculación con otras entidades internacionales, es necesario prever las condiciones en las cuales estas actividades deberán ser realizadas en beneficio de todos los asociados. Fundamental se torna la representatividad de la directiva para constituir compromisos contractuales a nombre de la unidad comercial.

Para el cumplimiento de este objetivo, se realizaron acciones que permitieron la concreción de este resultado por medio de las siguientes actividades realizadas:

- Prospección de Mercado para las fibras finas de vicuña y alpaca en Italia. Prochile. 2006
- Base de dato clientes (14 contactos comerciales)
- Programa de Comercialización año 2007 y 2008 para la fibra de vicuña. (Concretado)
- Inserción de la fibra de alpaca en la exportación año 2007 y 2008. (Concretada)
- Visita Comercial a la empresa Argentina Pelama Chubut. 2008.
- Día de Campo de Comercialización de Fibra de Vicuña y Alpaca. 2008

4.1.- Prospección de Mercado para Fibra de Vicuña y Alpaca en Italia (2006)

Con el objetivo de definir las variables comerciales que han evolucionado en este mercado y captar nuevos nichos de oportunidad para la fibra de vicuña e integrar en forma complementaria a la fibra de alpaca en la oferta exportable, es que se realizó esta misión comercial cofinanciada por Prochile, en la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Objetivos de la Misión Comercial

- 1.- Identificar nuevos nichos de oportunidad para la oferta de fibra de vicuña y alpaca.
- 2.- Identificar el nivel de requerimientos para la inserción de la fibra de vicuña y alpaca en el mercado italiano.
- 3.- Realizar visitas a establecimientos de producción de fibra de alpaca, con la finalidad de identificar los requerimientos de infraestructura, manejo y producción.

Agenda Planificada

Lunes 20 de Noviembre 2006 – Biella	Martes 21 de Noviembre 2006 – Biella	Miércoles 22 de Noviembre 2006 – Prato	Jueves 23 de Noviembre 2006 – Prato
Filatura di Trivero Srl. Reunión con el Sr. Matteo Hary	Alpha Tops Reunión con el Sr. Giuseppe Alvigini	Lanificio Tessil Club Srl. Reunión con el Sr. Mauricio Traversi	Italpaca Maridiana Reunión con el Sr. Gianni Berna Prof. Marco Antonini Universidad de Camerino.
Italane Srl. Reunión con el Sr. Renzo Ricci	Fratelli Piacenza SPA Reunión con el Sr. Sergio Foglia	Ponteporto SPA Reunión con el Sr. Luigi Banci	Viernes 24 de Noviembre 2006 – Prato
		Lanificio Texco SPA Reunión con el Sr. Nicola Colzi	Cardadura Novelli Reunión con el Sr. Gianluca Novelli



Breve resumen de los resultados obtenidos:

Los potenciales nichos de oportunidad en forma específica solicitan lo siguiente:

Fibra de Vicuña

- Lana descordada
- Lana lavada, peinada o TOP.
- Garra o fibras gruesas de color blanco. (Altamente demandada por los clientes de las empresas visitadas, debido a la longitud de la mecha y su posterior transformación de mayor rendimiento)
- Se requieren envasados bien sellados.
- Cumplir los requerimientos Sanitarios, Legales y de regulación Internacional de la Vicuña.

Fibra de Alpaca

- Fibra Bruta Clasificada o categorizada.
- Fibra lavada, cardada, peinada o TOP.
- Se demanda altamente el color blanco.
- Se requieren fibras de 22 a 26 micrones.
- Se privilegia la compra de fibra de alpaca Suri. (El color blanco es mas brillante que la fibra de alpaca Huacaya)
- Se requieren envasados bien sellados.
- No existen barreras de entrada para la fibra de alpaca al mercado Italiano.

En forma general el mercado italiano se caracteriza por lo siguiente:

- Requieren mayoritariamente fibra de color blanco.
- Se interesan por el TOP e hilado.
- Desean diversificar su cartera de productos con fibras exclusivas. (Vicuña)
- Su producción se orienta al mercado Ruso, chino y japonés.
- Se considera potencialmente al mercado árabe como cliente final
- Privilegian la fibra de alpaca Suri y baby. (brillosidad y finura)
- Se interesan por la fibra bruta de alpaca, siempre que se realice una clasificación y una categorización.

Precios Comerciales

Vicuña

- US\$ 670 por kilo de vellón
- US\$ 220 por kilo de Braga

Alpaca

- US\$ 7 por kilo de lana Blanca
- US\$ 4.5 por kilo de lana de color
- US\$ 23 Kg. Blanco de Baby Alpaca Tops
- US\$ 19.50. Alpaca 1 st Fleece Tops.



4.2.- Base de Datos de Clientes para Licitación Internacional

Dado que es imperativo asegurar la venta de la fibra de vicuña e incorporar a la fibra de alpaca en el contexto internacional, es que surge la necesidad de contar con una base de datos o cartera de clientes que permita garantizar la sustentabilidad comercial de la nueva unidad comercial en el mercado de fibras finas. Esto permitirá posicionar la oferta exportable, escalar en el precio de venta, mejorar la calidad del producto y establecer compromisos contractuales con nuevos clientes.

Nomina de clientes demandantes de fibra de vicuña y alpaca

N°	NOMBRE DE EMPRESA	PERSONA DE CONTACTO	CORREO ELECTRONICO	PAIS
1	Fratelli Piacenza SPA	Sergio Foglia	produzione@piacenza1733.it	Italia
2	Pontetorto S.P.A.	Roberto Bucciantini	pontetorto@pontetorto.it	Italia
3	Italane Srl.	Renzo Ricci	renzo.ricci@shneideritalia.it	Italia
4	Filatura di Trivero Srl.	Matteo Hary	matteo.hary@filaturaditrivero.it	Italia
5	Alpha Tops	Giuseppe Alvigini	alphabi@tin.it	Italia
6	Lanificio TEXCO	Nicola Colzi	nicolacolzi@texco.it	Italia
7	Lanificio Tessil Club Srl.	Mauricio Traversi	maurizio@tessilclub.com	Italia
8	Italpaca Maridiana	Gianni Berna	info@alpaca.it	Italia
9	Cardadura Novelli	Gianluca Novelli	cardatura.novelli@inwind.it	Italia
10	Pelama Chubut	Carlos Leers	pelama@pelamachubut.com	Argentina
11	Lanificio ING Loro Piana	Adolfo Bottari	info@loropiana.com	Italia
12	Johnstons Cashmere	James E. Sugden	j.sugden@johnstonscashmere.com	Scotland
13	Incalpaca TPX	German Freire	sales@incalpaca.com	Perú
14	Crossville Chile	Enrique Vargas	enrique@aslaw.cl	Chile



4.3.- Visita Comercial a la Empresa Argentina Pelama Chubut.

En el mes de Agosto del 2008, se realizó una visita comercial a la Planta Industrial de Pelama Chubut con el objetivo de registrar a la Cooperativa en el Senasa Argentina, evaluar la posibilidad de incrementar los precios de las fibras de vicuña y alpaca para la temporada 2008 y seguir extendiendo los lazos de confianza entre la empresa compradora y la nueva entidad formalizada en el marco del proyecto FIA.

En este contexto, se logró la posibilidad de registrar a la cooperativa en Argentina para iniciar los procesos de exportación con esta nueva figura.

Con respecto a la fibra de vicuña se estableció un nuevo precio para la lana bruta, siendo US 700 x kilo de vellón y US 250 por la Braga.

A la vez, el Sr. Leers pondrá a disposición de la Cooperativa la factibilidad de adquirir toda la fibra de vicuña por medio de una oferta anticipada y formal a las unidades productivas. En otras palabras un poder de compra para la cooperativa.

A si mismo, se puede trabajar con la llama de color blanco a un valor comercial de 2.5 US bruta y 3 US clasificada.

Por otra parte, el valor de la fibra de alpaca no podrá ser incrementado la temporada 2008, debido al ostentoso costo del flete aéreo. Sin embargo recomendó que se trabajara en el enfiado de la fibra y la posibilidad de enviarlo vía marítima o terrestre.

Por último, el presente año, la exportación de fibra de alpaca fue embalada y será sometida a un estudio de finuras por color en el Laboratorio de Pelama Chubut, este servicio será gratuito para la Cooperativa. A su vez el Sr. Leers, capacitó a la comitiva que viajó de Chile en el tema industrial, procesamiento de la fibra, rendimientos y selección de fibras.

Comitiva:

- Gloria Castro Castro, Presidente Cooperandino Chile.
- Rodrigo Barra Novoa, Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña.



Vista Interna Procesadora Pelama Chubut



4.4.- Día de Campo de Comercialización de Fibra de Vicuña y Alpaca

Entre los días 25 y 28 de Noviembre se realizó un día de campo con los productores de la Cooperativa y el expositor Federico Leers, de la Empresa Pelama Chubut de Argentina.

Esta actividad permitió a los productores tener un acercamiento con la empresa compradora del producto vicuña y alpaca de Chile y establecer los nuevos requerimientos comerciales y aspiraciones productivas y económicas para las temporadas futuras.

En este contexto, los precios de la fibra de vicuña y alpaca podrán ser incrementados a través de las siguientes recomendaciones:

1.- La empresa Pelama Chubut en los próximos años ingresará a un sistema de certificación de producción sustentable, lo que implica que toda su cadena de producción y exportación de sus productos será certificada con un sello verde. En este sentido, la empresa solicitó a la Cooperativa la posibilidad de Certificar el proceso y el producto fibra de vicuña como orgánico con el objetivo de ajustarse a los nuevos requerimientos internacionales e incrementar su valor por kilo de un 20% a un 30%.

2.- Debido al costo del flete aéreo, el cual encarece el valor de la fibra de alpaca, es necesario evaluar la alternativa de juntar dos temporadas de producción de fibra (3.000 kilos) y enviarlas vía marítima, lo que implicaría un aumento de un dólar más por kilo producido.

3.- A la vez, será necesario seguir capacitando a los productores en materia de esquila mecanizada con el objetivo de que la fibra que se produzca sea homogénea. Así mismo, la posibilidad de clasificar, categorizar fibra e invertir en una enfardadora será de vital importancia para seguir aspirando en materia comercial.



4.5.- Exportación de Fibra de Vicuña y Alpaca Temporada 2007 y 2008

En el marco del proyecto se realizaron 2 ventas, siendo la más importante la del año 2007, debido al incremento del precio de la fibra de vicuña, ya que se vendió en formato descerdado a un valor de \$US 770 por kilo de vellón y US\$ 290 por kilo de Garra. Se suma a lo anterior la primera exportación de Fibra de alpaca en la Región, logrando un hito importante en materia asociativa.

Es necesario mencionar que el año 2006 la cotización de la fibra de vicuña tenía un valor comercial de US\$ 660 el kilo de vellón y US\$ 200 el kilo de garra. En este sentido, si bien es cierto que el volumen de producción vendido el 2007 fue menor que el volumen producido la temporada anterior (18 kilos menos), el escalamiento del nuevo precio en formato descerdado permitió equiparar los ingresos y superarlos con la nueva incorporación de la fibra de alpaca.

Con respecto a la temporada 2008, el volumen de producción de fibra de vicuña disminuyó, logrando concretar una venta de 23 kilos de fibra proveniente de los manejos en semicautiverio de vicuñas. Para ello, fue fundamental la visita comercial a la empresa Pelama Chubut de Argentina, donde se logró negociar un nuevo precio para la fibra de vicuña de US\$ 700 por kilo bruto de vellón y US\$ 250 por kilo bruto de garra.

A la vez, se logró acopiar 874 kilos de fibra de alpaca a un valor de US\$ 6.5 por kilo de lana blanca y US\$ 5 por kilo de lana de colores. (el Vellón y la Garra poseen el mismo valor comercial)

Ingresos por Exportación Fibra de Vicuña y Alpaca, Año 2007- 2008

Año	Producto	Cliente	Producción Kilos	Precio US\$	Ingresos US\$	Ingresos \$ Miles de pesos
2007	Fibra de Vicuña Descerdada	Pelama Chubut S.A.	49.4	770 Vellón 290 Garra	35.019	17.509.895
2007	Fibra de Alpaca Bruta	Pelama Chubut S.A.	763	5 / Color 6.5 Blanca	4.101	2.051.285
2008	Fibra de Vicuña bruta	Pelama Chubut S.A.	23	700 Vellón 250 Garra	14.187	8.512.200
2008	Fibra de Alpaca bruta	Pelama Chubut S.A.	874	5 / Color 6.5 Blanca	4.653	2.791.800
Sub. Total Ventas con proyecto					57.960	30.865.180.-

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa – Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña

5. Puesta en marcha y evaluación de desempeño de la unidad de gestión productiva comercial.

5.1.- Aumento de Productos Incorporados

Uno de los resultados que busca el proyecto en ejecución es aprovechar las inmejorables condiciones del mercado de la fibra de vicuña chilena para agregar valor a la producción y conjuntamente generar las bases para la incorporación de otras actividades económicas como por ejemplo el desarrollo del turismo rural y el aprovechamiento de la fibra de alpaca.

A partir de esto se ha planificado una serie de actividades que permitan al término de la iniciativa contar con nuevas unidades de negocios, lo cual permitirá fortalecer los factores de vinculación requeridos para una sustentabilidad de la actividad económica tendiente a generar mayor riqueza en función del aprovechamiento de las ventajas territoriales y culturales de sus asociados.

Para lograr esta tarea la iniciativa desarrollo una unidad transversal denominada "Unidad de Gestión de Proyectos" administrada y gestionada por el Jefe Técnico del Proyecto. Este nuevo modelo estratégico de inversiones busca incrementar el patrimonio social de las organizaciones de base de la cooperativa, así como el desarrollo de nuevas unidades estratégicas de negocio.

A continuación se resume a través de la siguiente tabla la gestión de proyectos adjudicados:

Año	Financiamiento	Rubro o Tipo de Proyecto	Beneficiarios	Monto \$
2006	Prochile	Prospección de Mercado para las Fibras de Vicuña y Alpaca en Italia.	Beneficiarios Proyecto FIA	4.200.000
2007	FIA	Pasantía Turismo Rural Comunitario en Costa Rica.	Beneficiarios Proyecto FIA	11.054.997
2007	INDAP	Manga Móvil para Manejo de Vicuñas y Equipamiento de esquila mecanizada.	Pacharaquez	4.198.248
2008	INDAP	Mejoramiento de Corral en Semicautiverio de Vicuñas y Adquisición de Maquina Esquiladora.	Cculiculine	2.174.249
2008	INDAP	Adquisición de Equipo de esquila mecanizada.	Limani	1.178.000
2008	INDAP	Habilitación y Puesta en valor de los caseríos aymaras de Misitune a través del desarrollo de albergues turísticos familiares.	Misitune	3.157.308
2008	INDAP	Habilitación y Puesta en valor de los caseríos aymaras de Ankara a través del desarrollo de albergues turísticos familiares.	Ankara	3.419.108
2008	CORFO	Red Asociativa de Albergues Turísticos Familiares Bajo modelo demostrativo de Turismo Rural Comunitario.	6 Unidades Productivas	6.000.000
2008	FIA	Proyecto Consolidación Cooperativa AFC U Chile.	Cooperandino Chile	66.669.616
Subtotal Recursos Gestionados				102.051.526



Flujo Grama de Gestión de Proyectos y Nuevas Unidades Estretagicas de Negocio



Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa, Jefe Técnico de Proyecto AFC Vicuña. FIA – Surire.

5.2.- Aumento de Productos Incorporados

En esta línea de trabajo se propuso desarrollar dos alternativas; la incorporación de la Fibra de alpaca a la cadena de comercialización internacional y el desarrollo turístico rural en los predios con mayor potencial turístico. En este último punto, se logro a través de un proyecto CORFO, dar los primeros pasos para la implementación de 2 albergues turísticos familiares para las localidades de Misitune y Ankara.

Para ello, el financiamiento adjudicado apoyo para la elaboración de un estudio de mercado, un plan de negocios, la elaboración arquitectónica de los alojamientos turísticos y una transferencia tecnológica vinculada a los modelos turísticos comunitarios desarrollados en Bolivia.

Por otra parte, y con apoyo de INDAP, se financió al sector de Misitune y Ankara dos proyectos de inversión para la implementación de estos albergues turísticos familiares, los cuales deben estar implementados a finales del 2009.



Finalmente, es necesario mencionar, que estos emprendimientos nacieron a partir de la pasantía de Turismo Rural Comunitario realizada en Costa Rica con apoyo de FIA, lo cual permito revertir la percepción del espacio rural que conservaban los ganaderos y la posibilidad de mejorar los ingresos de los productores a través del desarrollo de actividades complementarias.

Homestays o Albergues Turísticos Familiares



Vista Exterior Homestays de Ankara



Vista Interior de las Habitaciones Dobles



5.2.1.- Producto Turístico “Homestays”

Los “Homestays” o Albergues familiares, son una unidad habitacional independiente habilitada y equipada para dar servicio de alojamiento turístico. Esta infraestructura puede ser de carácter cultural, patronal o moderno, utilizando las fachadas externas y realizando algunas modificaciones en el interior de éstas para dar un servicio de categoría internacional.

La principal característica de este sistema de alojamiento turístico radica en la experiencia y vinculación del turista con los propietarios del caserío o el conjunto de viviendas típicas.

En este sentido, el objetivo es ofrecer un espacio de descanso en una habitación típica, habilitada y reacondicionada con materiales de la zona y equipada para brindar comodidad y seguridad al pasajero.

A nivel internacional, Perú y Bolivia ha desarrollado en el cordón altoandino una serie de alternativas turísticas vinculadas a la habilitación y puesta en valor de los caseríos o viviendas típicas, logrando alcanzar excelentes resultados vinculados al proceso de comercialización internacional de sus productos y la autogestión de las comunidades indígenas a través de redes de turismo rural comunitario.

5.2.3.- Homestays Community Rural Tourism

Los *homestays*, son hogares típicos aymarás ubicados sobre los 4.000 metros de altura. En estos lugares podrá vivir la experiencia de compartir con las familias andinas más aisladas del altiplano chileno y disfrutar de la belleza escénica de la zona.

Los *homestays*, son viviendas típicas aymaras que fueron construidas hace 100 años, y han sido adaptadas, habilitadas y reacondicionadas con materiales de la zona, respetando y conservando la arquitectura tradicional aymara.

Todas las habitaciones han sido diseñadas y habilitadas con altos estándares de seguridad y calidad para brindar comodidad al visitante. A su vez, poseen baño privado y agua caliente, y son abastecidas a través del aprovechamiento de energías renovables.

Además del servicio de hospedaje, los Homestays proporcionan servicio de alimentación, caminatas guiadas e interpretación ambiental y cultural.

En estos lugares podrá desarrollar actividades de Turismo ecológico, disfrutar de Aguas termales y observar vicuñas, flamencos y Suris (Ñandú Americano), además podrá familiarizarse con la ganadería camélida y disfrutar de los platos típicos de la zona.

* Ver en anexo Electrónico Estudio de Mercado



5.2.4.- Servicio Básico. De 1 a 2 noches.

Habitación doble, con desayuno y soft Trekking a las Termas de Polloquere. Conocimiento del trabajo agropecuario y de la cultura aymara. (Free activities) Almuerzos y Cenas con reservas previas.

Este servicio, se compone básicamente de una oferta integrada por actividades turísticas centradas en la naturaleza, a través de senderos ecoturísticos guiados o autoguiados entre el homestays y los distintos atractivos turísticos emplazados en el predio de la comunidad propietaria del alojamiento.

5.2.5- Servicio Complementado. 3 noches.

Habitación doble, con desayuno, almuerzo y cena. Soft Trekking a las Termas de Polloquere. (Aguas termales), Ruta de Interpretación ambiental, conocimiento de la ganadería de camélidos silvestres y domésticos y Conocimiento de la cultura aymara. (Free activities)

5.2.6.- Las comidas

La comida incorpora productos locales, ya que es esencial para la cultura aymara. Los platos típicos han sido mejorados para la correcta aclimatación y deleite del visitante.

<p>► Tabbouleh de quinoa (1 persona)</p> <p>Ingredientes Quinoa cocida, 80 grs. Tomate, 20 grs. Pepino ensalada, 20 grs. Pimentón, 10 grs. Apio, 10 grs. Cebolla, 10 grs. Aceite corriente, 15 cc. Jugo de limón, 5 cc. Hoja de menta, 1 unid. Sal, c.s. Pimienta, c.s.</p> <p>Decoración Perejil, c.s. Ciboulette, c.s. Endibias julianas, c.s. Aceite de oliva, c.s. (c.s.) Cantidad suficiente</p>		<p>Preparación Cocer la quinoa en agua fría. Una vez que hierva, colar y repetir tres veces del proceso. Agregar sal a la mitad de la tercera cocción. Cortar en brunoise: tomate, pepino, cebolla, apio. Pelar el pimentón y cortar en juliana. Reservar de guarnición para la decoración. Colar y entriar la quinoa.</p>	<p>Mezclar los ingredientes con la quinoa. Agregar jugo de limón, aceite, sal, pimienta y la menta picada. Colocar en timbal y desmoldar al centro del plato.</p> <p>Presentación Desmoldar el timbal al centro y decorar con el resto de la guarnición. Agregar las hierbas y rociar con aceite de oliva.</p>
--	---	---	---

5.2.7.- Programas

1, 2 y 3 noches y disponibles a pedido.

5.2.8.- Reservas

Todas las Reservas deben ser hechas por escrito, ya sea vía fax o e-mail. Las reservas se consideraran tentativas hasta que el cliente pague el 30% del total de la reserva. 30 días de antelación.

5.2.9. - Entrada al Homestays (check in)

El check in de las habitaciones es a partir de las 15:00 horas.

5.2.10. - Salida Del Homestays (check out)

El check out de las habitaciones debe ser realizado antes del mediodía, pero los visitantes pueden almorzar en el homestays.



6.- DEFINICIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO

6.1.- Mercado Geográfico

El mercado geográfico del proyecto turístico se encuentra preferentemente en Alemania, Francia y EE. UU. Este segmento de mercado se compone mayoritariamente por turistas entre 25 y 45 años provenientes de las principales ciudades europeas y norteamericanas.

A su vez, este mercado concentra un importante número de operadores mayoristas que opera a través de agencias o empresas minoristas en Chile, Perú y Bolivia.

6.2.- Mercado Objetivo

El mercado objetivo del proyecto agrupa a turistas y Tour operadores de Alemania, Francia y EE.UU.

En el caso del perfil del cliente potencial, es necesario mencionar que se caracteriza por tener entre 25 y 45 años, proviene de las principales urbes de Europa y Norteamérica, posee un nivel de estudio e ingreso medio-alto, realiza viajes organizados o compra directamente por Internet, realiza actividades y viajes de mayor cercanía y calidad (microsegmento), ha mostrado una constante visitación y estabilidad en las áreas silvestres protegidas de la Provincia de Parinacota.

6.3.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Para la determinación de la demanda actual y futura del proyecto se estableció la importancia de analizar los datos del SNASPE de la Provincia de Parinacota, debido a la cercanía cuantitativa y cualitativa de los indicadores aportados por la CONAF, y los emprendimientos que se desean desarrollar aleatoriamente al sistema de áreas silvestres protegidas.

Para ello, se utilizaron los siguientes datos:

6.4.- Visitas al SNASPE de la Provincia de Parinacota

Unidad SNASPE	Año 2005	Año 2006	Año 2007
Salar de Surire	435	646	912
Reserva Nacional las Vicuñas	435	650	732
Parque Nacional Lauca	14.318	15.030	16.915

Fuente: CONAF

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa

6.5.- Variables de la Demanda Turística Considerada para la proyección de mercado

- El 63% viaja en grupo de 3 a 5 y de 6 a 10 personas.
- El 44% de los turistas que visitan el SNASPE son extranjeros. (Mayoritariamente de Alemania, Francia, EE. UU.)
- El 100% de los turistas esta dispuesto a pagar US\$ 60 dólares por concepto de alojamiento y alimentación.
- Las unidades de consumo anual son de 2 días.
- El porcentaje de crecimiento anual del SNASPE es de un 11,5% (Referencia P. N. Lauca)



**VISITAS
EXTRANJEROS**

Localidad	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Salar de Surire	405	602	850	948	1057	1179	1315	1466	1635	1823	2033	2267	2528	2819
Parque Nacional Lauca	6.300	6.613	7.453	8310	9266	10332	11520	12845	14322	15969	17805	19853	22136	24682
Total	6.705	7.215	8.303	9.258	10.323	11.511	12.835	14.311	15.957	17.792	19.838	22.120	24.664	27.501

Período	2005 - 2006	2006 - 2007
Crecimiento anual	8,00%	15,00%
Crecimiento Promedio	11,50%	

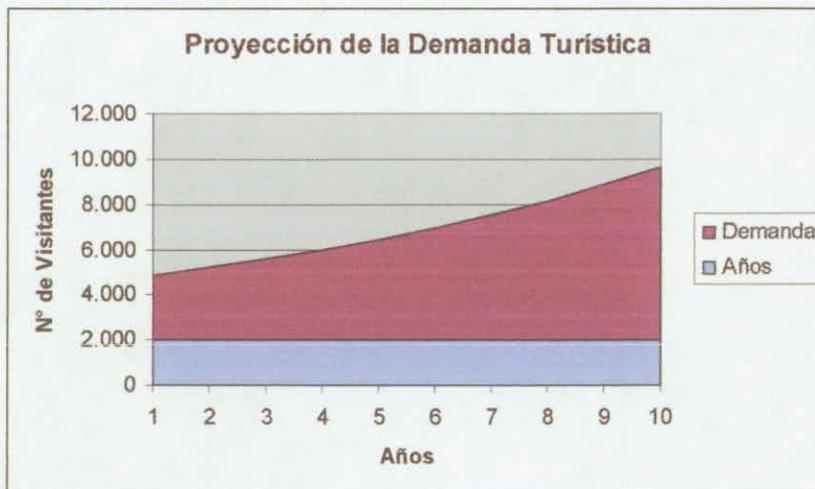
Demanda Proyectada Homestays

Localidad	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Salar de Surire	112	167	236	263	293	327	365	406	453	505	564	628	701	781
Parque Nacional Lauca	1.746	1.833	2.066	2.304	2.569	2.864	3.193	3.561	3.970	4.427	4.936	5.503	6.136	6.842
Total	1.858	2.000	2.302	2.567	2.862	3.191	3.558	3.967	4.423	4.932	5.500	6.131	6.837	7.623
Requerimiento camas					5.724	6.382	7.116	7.934	8.846	9.864	11.000	12.260	13.670	15.240

Demanda Promedio 4.902

Capacidad

Nro. de camas	40
Noches hábiles anuales	300
Nro. de camas anuales	12.000



Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa.



Se concluye que el mercado objetivo del proyecto es el alemán, francés y norteamericano. En este sentido, además de este grupo de turistas que visitan la región, se identifica un subgrupo de gran importancia para el proyecto y para la cadena de comercialización de la iniciativa, destacándose en este punto los operadores turísticos locales, nacionales y extranjeros.

Bajo estos alcances, el mercado actual y potencial del proyecto, evaluado a través de la proyección del mercado, pronostica un flujo turístico creciente y rentable. Esta proyección establece un crecimiento promedio de un 11,5%, y visualiza que en el año 8 del proyecto es indispensable considerar reinversiones, para aumentar su capacidad de camas anuales.

6.6.- CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- Atractivos turísticos: aguas termales, Salar de Surire, vicuñas, flamencos, Suris y vizcachas.
- Compartir vivencias: ganadería camélida, cocinar comidas típicas, tejer artesanía, aprender de la lengua aymara.
- Hospedaje y desayuno: Familia anfitriona aymara y comidas típicas.
- Desplazamiento: se llega con vehículo 4X4, en época de invierno Boliviano de diciembre a marzo por camino alternativo.
- Concepto Ecológico: Turismo Sustentable.
- Concepto de Negocio y Administración: Turismo Rural Comunitario.

6.7.- ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

Corresponde a las definiciones estratégicas necesarias para administrar el pool de productos actuales a lo largo del tiempo, bajo una base política genérica, pero suficientemente específica para poder posicionar adecuadamente la Marca "Homestays" en el mercado nacional e internacional.

6.7.1.- Modelo de Estrategia Genérica del Producto

Para conseguir el posicionamiento del producto se ha establecido como ventaja competitiva la estrategia de **diferenciación**, la cual tendrá por objetivo la entrega de elementos específicos, valorados y únicos.

Para establecer y definir los elementos de diferenciación del producto se ha realizado un análisis FODA, con la finalidad de comprender en forma específica cada una de las áreas que configuran el entorno interno y externo del producto.

7.- COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

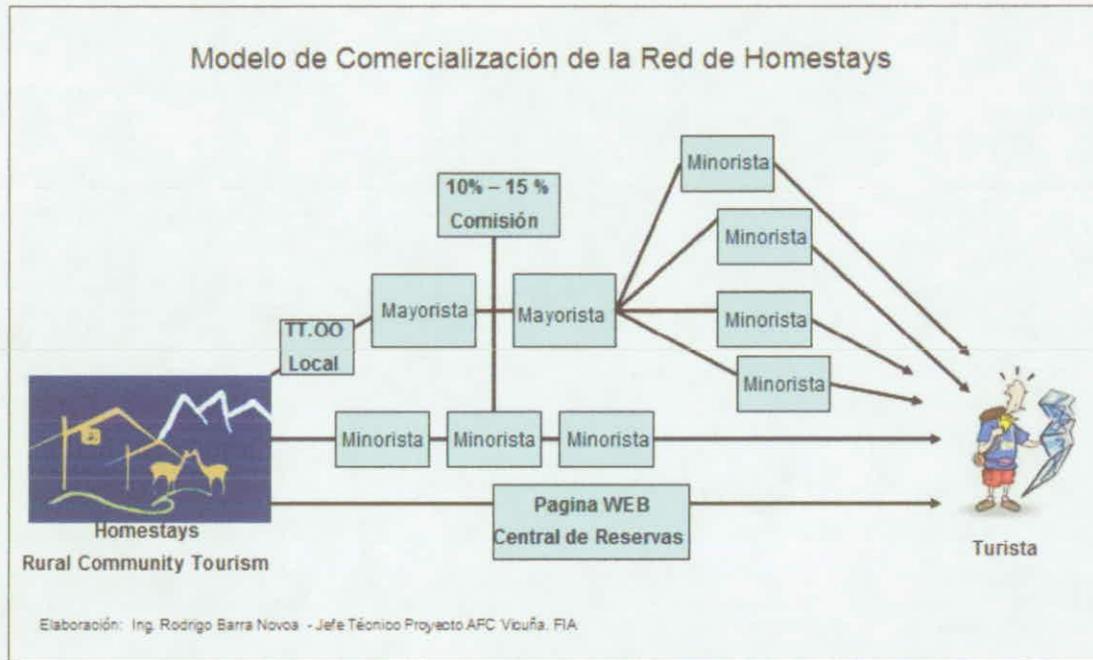
La comercialización es la puesta del producto turístico en el mercado. El producto homestays puede ser comercializado en forma particular, organizada asociativamente o por medio de agencias de viajes y tour operadores.

7.1.- Principales Canales de Comercialización:

- **Las Agencias de Viajes:** organización comercial que actúa como intermediario entre el proveedor de servicios o tour operador y el usuario final. Entregándole asesoría para la planificación y compra de su viaje.
- **Tour Operador Mayorista:** organización comercial que diseña y provee paquetes y productos turísticos, los cuales comprenden transporte, estadía y otros.
- **Tour Operadores receptivos:** son intermediarios que exploran y eligen los productos en terreno y desarrollan sus productos en el destino turístico.
- **Central de Reservas on Line y Página WEB:** es una forma segura de promocionar y comercializar por Internet el producto o servicio que se desea vender en el mercado internacional y nacional. La mayor ventaja es el bajo costo de mantención, la expansión y distribución mundial y el contacto directo y eficaz entre el turista y la gestión comercial de la empresa.
- **Redes comerciales de Turismo solidario o comunitario:** son redes comerciales de promoción y distribución en Internet que apoyan gratuitamente los emprendimientos, empresas o servicios de turismo rural comunitario en América Latina. Ponen a disposición de las empresas una plataforma para subir información del servicio, fotografías y datos de contacto. Facilitan las reservas y la gestión comercial a nivel internacional.



7.2.- Esquema de Comercialización



El presente esquema plantea un porcentaje base de comisión de un 10 a un 15%, pasando de un Tour operador local, a una empresa Mayorista nacional o internacional.

A la vez, plantea la necesidad de establecer redes con agencias y operadores minoristas, ya sean estos locales nacionales o extranjeros.

Por último, se plantea una inversión en una central de reservas o página Web, con el objetivo de captar un importante número de turistas alemanes, franceses y norteamericanos que compran sus viajes por Internet.

8.- LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

8.1.- Definición de Promoción

La promoción es la acción destinada a informar a los turistas potenciales sobre el producto que se desea ofertar en el mercado. En este sentido, la definición y puesta en marcha de acciones de marketing considerará el comportamiento del turista, sus necesidades y su correspondiente red de comercialización.

Potenciar la imagen turística del producto y el destino a través de la generación de sinergias y el diseño de una estrategia de Marca son elementos indispensables para el logro de una adecuada extensión y fortalecimiento de la gestión comercial de la Red de Homestays. Los beneficios de esta extensión se traducirán, entre otros, en la reducción de costos de promoción, aumento de la presencia de marca y, por lo tanto, mejora del grado de recordación en torno a ella.



Para lograr este posicionamiento, se han establecido y definido las técnicas de promoción que se utilizarán para dar a conocer el producto y sus servicios, vinculando la inherente caracterización y comportamiento de los turistas que visitan la Región de Arica y Parinacota.

En este contexto, es necesario mencionar que los turistas norteamericanos y europeos utilizan mayoritariamente el internet para informarse y realizar su programa turístico. A la vez, pero en menor grado, el boca a boca y los medios de comunicación (TV, Revistas y Promoción del destino) se conciben como los medios más utilizados por estos turistas de larga distancia.

Bajo estos alcances, las técnicas de promoción definidas son las siguientes:

1.- El nombre, la marca y el logotipo: serán los signos de reconocimiento del producto y deberán corresponder al estilo del servicio turístico propuesto.

La creación de un logotipo o imagen corporativa deberá figurar en todos los documentos promocionales que se utilicen. En este sentido, la imagen del logo deberá dirigirse a la imaginación de los clientes, es decir, hacia sus sueños y deseos. En segundo lugar, debe dirigirse a su necesidad de calidad y seguridad y el destino.

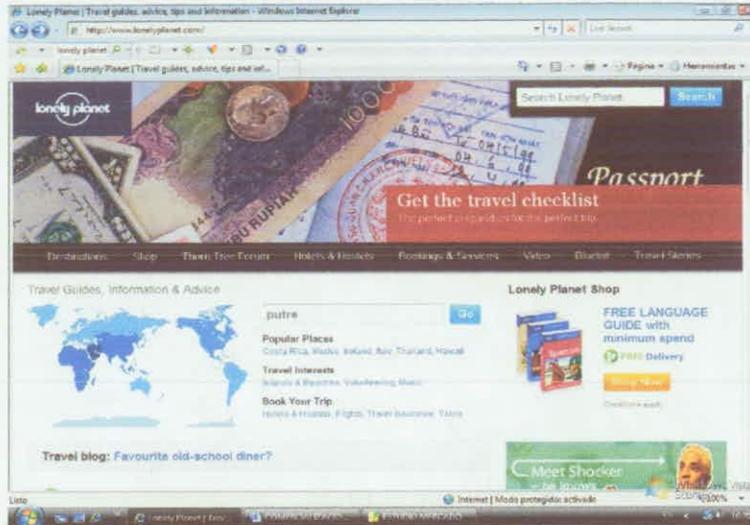
2.- El Internet: debido a la importancia que posee este medio de comunicación en el mercado objetivo, el modelo de negocio deberá invertir en una página Web, con el objetivo de dar a conocer la oferta turística y facilitar la comercialización de los productos a través de una central de reservas on line.

La página Web deberá ser bilingüe, contar con una galería fotográfica, contar con toda la información del producto y las condiciones generales de la operación logística de los servicios.

3.- Revistas especializadas y guías de viaje: existen numerosas revistas especializadas en actividades de naturaleza y cultura que realizan reportajes en el mundo entero y que aconsejan viajes a sus lectores. Debido a la importancia que tienen estos medios de comunicación en los mercados de interés del proyecto, sería interesante incursionar en ellos.

A continuación se presenta a modo de ejemplo algunas revistas y guías de viaje que utilizan los turistas franceses y norteamericanos:

- South American Handbook
- Lonely Planet
- South America on the Shoe String
- Le Grand Guide du Chili
- Revista: Randonnée Magazine
- Revista : Alpinisme et Randonnée
- Revista : Le Tourisme Français
- Revista : Tour Hebdo
- Revista : Le Quotidien des Voyages



Página Web – Lonely planet

4.- Folletos o brochures: la creación de un buen folleto es difícil, pero debe realizarse un esfuerzo particular para obtener un buen resultado, teniendo presente que el folleto será la vitrina del producto que se promocionará.

Para ello, el folleto deberá presentar:

- Una imagen visual que se dirija a la imaginación del cliente.
- Los argumentos técnicos que le otorguen confianza.
- La información que le permita la adquisición del producto.
- Las fotografías más representativas del destino y el producto.

5.- Misiones Comerciales: Una misión comercial motiva la compra de productos turísticos por parte de un gran número de tour operadores en el mercado emisor. Esta motivación se efectuará mediante la presentación documental de los productos en el mercado objetivo.

Las misiones comerciales tendrán por objetivo:

- Dar a conocer la oferta de servicios y productos directamente a los tour operadores.
- Difundir la oferta de servicios, productos y en general el destino altoandino.
- Brindar información de los destinos turísticos apropiados para los segmentos de mercado que ofrece un emisor.
- Efectuar acciones de relaciones públicas.

9.- DEFINICIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, la política comercial de la empresa. Por un lado, tenemos las necesidades del mercado, fijadas por el producto "homestays", con atributos determinados; por otro, tenemos el proceso de producción, con los consiguientes costos y objetivos de rentabilidad fijados.

9.1.- Análisis de la Demanda Turística

Según los datos aportados por Sernatur los turistas provenientes de EE.UU poseen un gasto promedio diario de US\$ 54 y, los turistas provenientes de Europa de US\$ 52.

La permanencia promedio de estos turistas en Chile es de 17,9 para EE.UU, y 21,3 para el turista europeo. En este sentido, el comportamiento del turista de larga distancia se caracteriza por presentar una permanencia promedio en un destino de 2,5 días, evidenciando la geografía de norte a sur.

9.2.- Disposición a pagar por los operadores turísticos

Con el objetivo de poder establecer un precio para el servicio turístico se realizaron diferentes reuniones con los operadores locales. En este sentido, los operadores que trabajan con turistas de larga distancia o realizan tours privados definieron como prioritarios los siguientes requisitos:

- Habitaciones con baño privado
- Duchas con agua caliente
- Personal capacitado (Inglés, servicio de guía y manipulación de alimentos)
- Control permanente de las reservas
- Ornamentación Típica
- Alimentación típica, (Aclimatable, de Calidad y con buena presentación)

Bajo estos requisitos y cumpliendo con el modelo de negocio propuesto en las reuniones, los operadores están dispuestos a pagar un precio de US\$ 45 a US \$60 por habitación.



9.3.- Análisis del Costo de Producción.

COSTOS FIJOS

Ítem	Costo Anual (\$)
Mano de Obra	23.520.000
Mantenimiento	340.000
Servicios	1.140.000
Adm. y ventas	965.072
Costo Fijo Total	25.965.072
Demanda Promedio	2.284
Costo Fijo Unitario	11.368

COSTOS VARIABLES

Ítem	Costo Anual (\$)
Desayuno estilo americano	1.400
Comidas y almuerzos	3.202
Bebidas	900
Otros	46
Combustible	388
Costo Variable Unitario	5.936

COSTOS TOTAL UNITARIO

Ítem	Costo Anual (\$)
Costo fijo unitario	11.368
Costo variable unitario	5.936
Costo Total Unitario (\$)	17.304
Costo Total Unitario (US\$)	32,76



9.4.- Definición del Precio del Producto

Considerando el costo unitario de una habitación doble, las observaciones de los operadores turísticos, el análisis de la competencia y la disposición a pagar de los turistas por el producto Homestays, se ha establecido un precio comercial de **US\$ 60.-**, el cual incluye una habitación doble, con desayuno, almuerzo y cena y actividades de familiarización con la cultura aymara y la ganadera tradicional. A la vez, se contará con senderos de interpretación ambiental, histórico y cultural diseñados para los pasajeros del Homestays.

Por otra parte, las actividades complementarias, equipos de aventura, otros servicios de alimentación, transporte y senderismo, deben tener otros precios comerciales, de forma tal, de generar otros ingresos para el alojamiento.

En este contexto, sería interesante incursionar en el co-manejo de las áreas silvestres protegidas, con el objetivo de generar nuevos ingresos para la población local y el modelo de administración de la red de Homestays.

Por último, el diseño de paquetes turísticos o programas organizados, permiten generar nuevas oportunidades económicas para la gestión comercial de la red de alojamientos, y por ende, contar con una estructura de operación capaz de insertar el producto en el mercado nacional e internacional.

*Ver Anexo Digital, Estudio de Mercado Red de Albergues Turísticos Familiares.



Vista Actual de los Caseríos



10.- Aumento de los Kilogramos Exportados

En los años de gestión del proyecto se ha visto un progresivo aumento de la producción de fibra de vicuña, alentada complementariamente por la incorporación de la fibra de alpaca a la cadena de comercialización internacional.

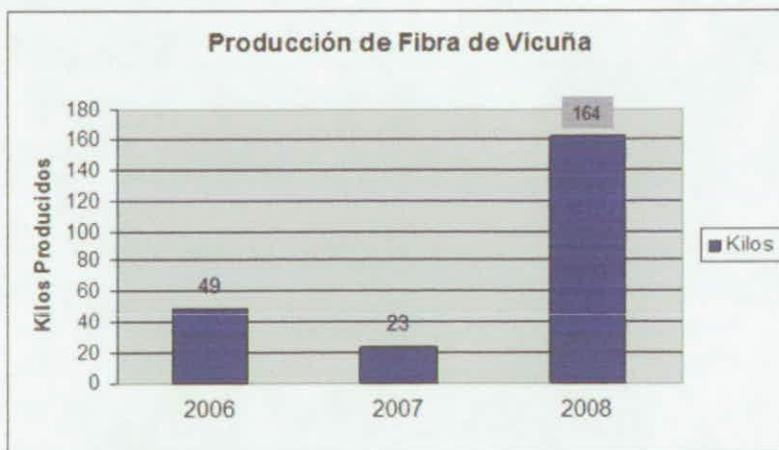
Bajo estos antecedentes, la posibilidad de seguir aumento el volumen de producción dependerá de la eficiencia y programación del modelo de captura de vicuñas y la posibilidad de contar con un poder de compra para adquirir mayor cantidad de fibra de alpaca a través de la compra directa a proveedores de confianza de los asociados de la cooperativa.

En este contexto, se realizaron dos campañas de acopio de fibra de alpaca, logrando concretar dos ventas de 760 y 874 kilos respectivamente. En esta última, se realizó un ejercicio con un productor externo a la cooperativa, pero de confianza de los asociados de la misma, logrando captar 100 kilos de lana para incorporarlas a la producción 2008.

Todo este proceso es respaldado con las respectivas declaraciones de existencia de ganado del SAG, la cuota de esquila anual y el acompañamiento técnico del proyecto a través de un calendario de esquila entregado con copia al Servicio Agrícola y Ganadero.

Por otra parte, se realizaron dos manejos de vicuñas, logrando la presente temporada una producción de 164 kilos de fibra. Esta exitosa producción se logró por distintas razones, destacándose los siguientes puntos:

- Realización del manejo de vicuñas en el sector de Surire (el año anterior no se realizó el manejo productivo debido a una oposición legal entregada al SAG)
- Incorporación de las unidades de Misitune y Chivatambo al proceso productivo.
- Realización de una transferencia de tecnología para el armado de mangas móviles para la captura de vicuñas.
- Programación temprana de la temporada de manejo entre el equipo técnico y los productores de fibra de vicuña.



Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa. Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña. FIA – Sunre.

* El año 2007, sólo se produjo fibra de vicuña en los módulos de Semicautiverio, debido a la aplicación de los nuevos criterios de autorización del SAG, dejando fuera del proceso a Misitune y Chivatambo por Alternancia y a Surire por la oposición legal.



10.1.- PROGRAMA PRODUCTIVO TEMPORADA 2007 Y 2008

10.1.- El Proceso Productivo

Durante estos dos años de proyecto, el proceso productivo ha sido acompañado por el equipo técnico de la iniciativa y ha sido programado en conjunto con las unidades productivas interesadas en realizar el manejo de vicuñas.

Para ello, ha sido fundamental la realización de transferencias en los ámbitos de esquila, tratamiento de fibra y captura de vicuñas, permitiendo el traspaso paulatino de capacidades técnicas a los ganaderos para que sean aplicadas en sus módulos de producción.

Durante el año 2007, el proceso que conllevó mayor demanda de tiempo y acompañamiento fue la esquila y acopio de la fibra de alpaca, debido a que después de 20 años se retomaba este rubro productivo, teniendo que elaborar un programa especial para abordar la actividad.

Por otra parte y con interesantes resultados, el manejo de vicuñas en semicautiverio, logra aumentar su producción, destacándose el volumen procedente de la unidad de Ankara (11 kilos), la que a su vez, se logra incrementar con los kilos producidos por las Unidades de Cculiculine y Limani.

En este contexto, es necesario mencionar que la única producción de fibra de vicuña de la temporada 2007 proviene de los semicautiverios de vicuñas, debido a la oposición legal al manejo de Surire y la aplicación de alternancia como nuevo criterio de selección del SAG para las unidades de Misitune y Chivatambo.

Durante este mismo año, se programa la temporada de esquila de alpaca para la exportación 2008, logrando un acopio de 874 kilos de fibra limpia y clasificada.

Por último, la temporada 2008 de manejo de vicuñas fue la más exitosa, logrando una producción de 164 kilos de fibra. De esta forma se logra demostrar que el proceso de transferencia técnica fue un aprendizaje necesario para la aplicar y evaluar en terreno el desempeño productivo de las unidades beneficiarias del proyecto.

10.2.- Elaboración de Registros productivos

A continuación se detallan en forma resumida las tablas de los registros productivos de las temporadas 2007 y 2008, correspondiente a los manejos de vicuñas y esquila de alpacas.

Tabla N° 1. Registros productivos temporada captura esquila vicuñas 2007.

Unidad Productiva	Fecha de Manejo	Vicuñas capturadas	Vicuñas esquiladas	Producción Fibra (Kg.)	%
Ankara	24 octubre	160	40	11608,9	45,8
Limani	25 octubre	51	24	7028,2	27,7
Cculiculine	26 octubre	74	23	6703,5	26,5
Total	3 Días	285	87	25.340,6	100,0

(*) Fibra Bruta.



*La producción de fibra predescerdada de la temporada 2007 fue de 23. 250 Kg.

10.3.- Faenas de Captura y Esquila de Vicuñas Temporada 2008.

Entre los meses de octubre y noviembre de la temporada 2008 se realizaron las faenas de captura y esquila de vicuñas, donde participaron cinco unidades productivas logrando una producción total de 164.789,8 Kilogramos de fibra, proveniente de la esquila de 474 vicuñas sobre un total de 691 vicuñas capturadas. En esta faena se incorporaron las unidades productivas Chivatambo y Misitune ambas de manejo silvestre, las cuales aportaron un incremento en la producción de fibra para la temporada 2008.

Para las actividades de arreo y captura de vicuñas se contrataron los servicios de arreo motorizado, también se arrendaron camionetas y motocicletas, además se compraron insumos veterinarios, todos estos fueron financiados en un 100% por las unidades productivas.

Esta actividad contó con la asesoría y financiamiento del proyecto AFC-Vicuña en la; asistencia técnica administrativa de permisos de captura, organización operacional de faenas, contratación del servicio medico veterinario y capacitación en captura y esquila mecanizada, realizada por transferencistas especializados de la Multicomunal de Vicuñas de Picotani, Perú. Las asesorías antes descritas permitieron mejoras en el sistema productivo, incrementando la eficiencia de captura y rendimiento de fibra por vicuñas.

En la siguiente tabla se muestra el programa de captura realizado y la producción por unidad productiva. En relación a esta misma tabla se observa que las unidades en semicautiverio de Limani y Cculicculine produjeron en promedio el 12,5% del total de la Producción, en cambio las unidades silvestres de Chivatambo, Misitune y Surire contribuyeron con un promedio del 87,5% de la producción de fibra generada en la temporada.

Tabla N° 2. Registros productivos temporada captura esquila vicuñas 2008.

Unidad Productiva	Tipo Manejo	Fecha de Manejo	Vicuñas capturadas	Vicuñas esquiladas	Producción Fibra (Kg.)	%
Cculicculine	Cautiverio	14-nov	95	49	13758,9	8,3
Limani	Cautiverio	30-oct	51	22	6763,4	4,1
Chivatambo	Silvestre	06 y 07 Nov	135	95	38478,9	23,4
Misitune	Silvestre	03 al 04 Nov	75	61	22454,2	13,6
Surire	Silvestre	10 al 12-nov	335	247	83334,4	50,6
Total		09 días	691	474	164.789,8	100,0

Cuadro 2.2. Registros productivos en esquila de vicuñas 2008, Relacionadas con longitud, peso y producción de fibra.

Unidad Productiva	Tipo Manejo	Promedio Longitud Fibra	Promedio Peso Fibra		Producción Fibra (kg)	
			Vellón	Garra	Vellón	Garra
Cculicculine	Cautiverio	3,0	249,6	42,8	11729,4	2029,5
Limani	Cautiverio	3,2	266,3	41,2	5857,6	905,8
Chivatambo	Silvestre	4,5	346,7	58,3	32936,1	5542,8
Misitune	Silvestre	3,3	326,7	47,6	19599,3	2854,9
Surire	Silvestre	3,9	299,7	40,6	73427,6	9906,8
Total		3,6	297,8	46,1	143550,0	21239,8

Como se aprecia en esta tabla, las unidades productivas silvestres se encuentran sobre los registros productivos obtenidos, en comparación a las unidades en semicautiverio, esto se puede apreciar en los datos de longitud, peso y producción de fibra.

Cuadro 2.3. Parámetros productivos de vicuñas manejadas en faenas Captura y esquila, octubre-noviembre 2008.

Unidad Productiva	Hembra	%	Machos	%	Total	%
Cculicculine	55	57,9	40	42,1	95	13,7
Limani	22	43,1	29	56,9	51	7,4
Misitune	34	45,3	41	54,7	75	10,9
Chivatambo	91	67,4	44	32,6	135	19,5
Surire	155	46,3	180	53,7	335	48,5
Total Vicuñas Capturadas	357	67,4	334	32,6	691	100,0



De acuerdo a los registros generados en la tabla superior, se muestra que la composición de vicuñas capturadas por sexo fue de 67,4% para el caso de las hembras y 32.6% para el caso de los machos.

Cabe señalar que las unidades de Chivatambo y Misitune, participaban por primera vez con el proyecto AFC-Vicuña en la ejecución de una captura y esquila motorizada, donde se vieron sobrepasadas en su capacidad de personal asignadas a los manejos, por ultimo reconocieron que sus expectativas respecto al manejo fueron superadas.

10.4. Evaluación Sitios de Captura Silvestre de Vicuña

Durante el mes de septiembre se programo una visita en terreno para el reconocimiento de los posibles sitios de ubicación de mangas de captura, esta actividad contó con la presencia de un representante de cada Unidad Productiva Silvestre y miembros del Equipo Técnico del proyecto, se visitaron los sectores definidos por los usuarios, para determinar la futura implementación de las mangas de captura de vicuñas. En la jornada se establecieron las coordenadas UTM de los lugares indicados por los usuarios, mediante el uso de GPS 4000 XL, marca Magallan. Se realizó, además, un monitoreo de vicuñas para observar la distribución de los animales de cada sitio.

La participación de usuarios en la actividad, permitió apreciar en conjunto la distribución de animales en terreno, numero de vicuñas y ubicación de mangas móviles, tomando en cuenta los puntos anteriormente mencionados, se determinaron los mejores sectores para realizar el manejo, teniendo en cuenta la topografía del sector.

Se debe tener presente, que esta información obtenida de cada unidad productiva silvestre permitió contar con los datos solicitados para la confección del formulario de *Solicitud de Captura* que se presentaron al SAG.

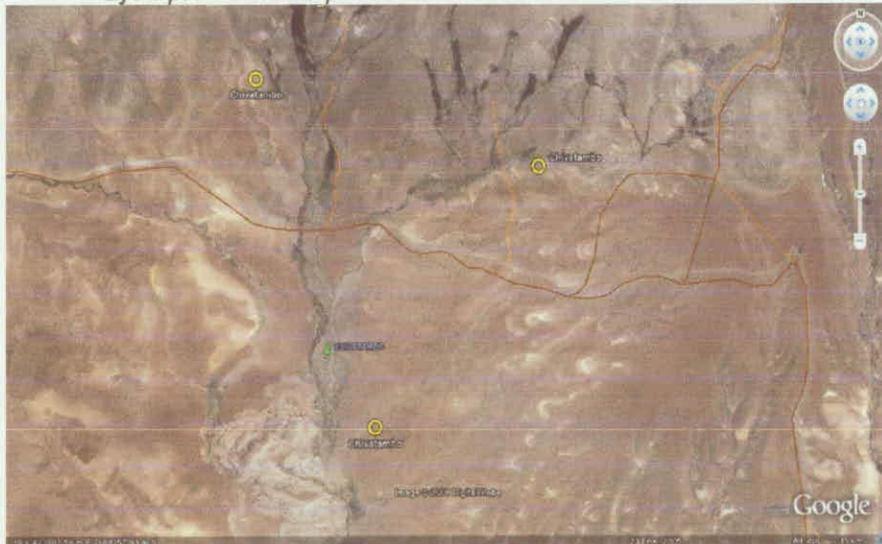
También se realizó un censo previo a la captura para definir el potencial productivo de los sectores. Los registros, que se obtuvieron fueron esenciales para realizar una estimación de los requerimientos que se utilizarían en la faena de captura. En la tabla siguiente se detalla la información obtenida.



Cuadro 2.4. Definición de sectores manejo silvestre, censo vicuñas y ubicación Cartográfica de mangas captura.

Unidad Productiva	Censo CONAF	Censo Ganaderos	Numero Ubicación Mangas Captura	Coordenadas UTM	
				E	N
Chivatambo	387	249	Chanca Pampa	471013	7966870
			Chivatambo Mañoco	469799	7969907
			Tambocoyo Pampa	472580	7969127
Misitune	606	241	Quebrada Guañacagua	461735	7968282
			Misitune	461340	7968454
			Alto Jarichinga	463062	7970223
Surire	2000	600	Pampa Surire (1)	492427	7913288
			Pampa Surire (2)	489963	7910857
			Cruze	487879	7913234
			Awatire	492791	7911438
			Chichamaya	490449	7923049
Lagunillas	200	105	Lagunillas	468744	7996717
Jacopota	346	128	Jacopota	459524	8003296
			Jacopota Chico	457704	8005040
Total	3539	1323	14 Sectores		

Cuadro 2.5. Ubicación cartográfica de las mangas de captura de vicuñas, Ejemplo Unidad productiva silvestre de Chivatambo



La imagen cartográfica muestra tres sectores definidos donde se ubicaron las mangas de captura móvil, las cuales serían utilizadas para el encierro de las vicuñas, teniendo en cuenta la distribución y comportamiento de los grupos de vicuñas en la propiedad.



10.5.- Presentación de Solicitudes de Captura Silvestre de Vicuñas

En el mes de septiembre se realizó la confección de las *Solicitudes de Captura Silvestre de Vicuñas* que deben presentar las Unidades Productivas de manejo, al Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), para contar con la debida autorización del servicio oficial. En este sentido, se realizaron reuniones de coordinación con los usuarios interesados en realizar el manejo, donde se definió tareas en base al formulario, como por ejemplo; estudio poblacional censal, objetivo y propósito del proyecto, número de ejemplares a capturar, metodología de captura, obtención de coordenadas del sitio de captura, cronograma de actividades, plan de manejo sanitario, viabilidad económica del manejo y carta de presentación de la solicitud para el Servicio. Las Unidades Productivas que presentaron las solicitudes fueron las siguientes:

Cuadro 3 Nomina de las unidades productivas silvestres que presentaron su Solicitud de captura al SAG.

Representante	Unidad Productiva	Localidad
Juan Gutiérrez Gutiérrez	Lagunillas	Caquena
Clementina Yucra Poma	Jacopota	Caquena
Conrado Blanco Mamani	Chivatambo	Guallatire
Juan Quispe Quispe	Misitune	Guallatire
Gloria Castro Castro	Surire	Surire

De todas las solicitudes presentadas, las unidades productivas de Lagunillas y Surire, presentaron problemas al conseguir la autorización de cada uno de los propietarios detentores de los terrenos propuestos. Finalmente, solo la unidad de Surire llegó a un acuerdo con el SAG, logrando así cumplir con las exigencias establecidas para su autorización.

Por otra parte, Cabe destacar que el Proyecto AFC Vicuña logró conseguir que la unidad de Misitune, pudiera por primera vez realizar un manejo de vicuñas dentro del *Parque Nacional Lauca*, registrando así un precedente para que otras comunidades aymaras que se encuentran interesadas en desarrollar una iniciativa similar puedan manejar dentro de las áreas autorizadas del SNASPE de la Provincia de Parinacota.

10.6.- Producción de Fibra de Alpaca Temporada 2007 y 2008

Producción de fibra de alpaca sucia acopiada para exportación 2008.

Nombre Usuario	Unidad Productiva	Rebaño Alpacas Total	Alpacas Esquitadas	Producción Fibra (Kg.)	Kilogramos por animal
Jorge Quelca Flores	Ancolacane	95	25	88	3,5
German Flores Mamani	Ankara	70	33	116	3,5
Carlos Inquiltupa Caballero	Cculiculine	209	32	114	3,6
Arturo Caris Mamani	Lliza	92	36	127	3,5
Juan Quispe	Misitune	200	54	190	3,5
Juan Flores Mamani	Limani	250	75	263	3,5
Total		716	255	898	

*La producción Limpia y Clasificada de fibra de alpaca para la exportación 2008 fue de 874 kilos.



Vista Predescerdado y Clasificación de Fibra de Alpaca



Enfardado Producción de Fibra de Alpaca 2008



10.7.- Temporada 2008 de Esquila de Alpacas

Durante el mes de noviembre las actividades técnicas del proyecto se enfocaron en realizar la *Programación de Esquila de Alpacas* con los productores, tomando en consideración que para este período el SAG exigiría un calendario de esquila, el cual debía informarse para su fiscalización y registro.

Por esta razón, se definió un calendario de esquila en conjunto con los usuarios para el mes de diciembre, los encargados de realizar esta faena serían los integrantes de cada Unidad Productiva, teniendo en cuenta que el proyecto no considera financiamiento para apoyar técnicamente a las unidades, sin embargo, los equipos de esquila con los que cuenta el proyecto se encontrarían a disposición de quienes lo solicitaran. En la siguiente tabla se describe las jornadas de esquila, número estimativo de alpacas a esquila y producción de fibra a cosechar en la faena.

Cuadro 4.1. Faenas Esquila de Alpacas 2008.

Unidad Productiva	Fecha Manejo	Nº Alpaca Esquilada	Producción Fibra Kg.
Jacopota	02 al 04-dic	50	150
Illisa	20 al 22-dic	30	60
Pacharaqui	10 al 11-dic	60	120
Chivatambo	17 al 18-dic	20	40
Misitune	21 al 30-dic	50	150
Ankara	09 al 10-dic	30	60
Cculicculine	02-dic	20	50
Limani	11 al 17-dic	60	180
Total		320	810

A la vez, la Cooperativa comprará a proveedores del sector de General Lagos una cantidad aproximada de 500 kilos, los cuales son respaldados por las Declaraciones de Existencia de Ganado que emite el SAG y un nuevo documento de respaldo interno del servicio denominado certificado de origen de la fibra, el cual es adjunto al Certificado zoosanitario para verificar la producción de cada unidad productiva.

De esta forma, se espera contar con una oferta superior a los mil kilos de fibra de alpaca para la temporada de exportación 2009.



11.- INTEGRACIÓN CON INSTITUCIONES DE I&D, ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS.

Esta línea de trabajo tuvo por objetivo la integración y vinculación con instituciones públicas y privadas, con la finalidad de fortalecer el que hacer técnico y comercial del proyecto y garantizar a la nueva organización por medio de estas redes el desarrollo financiero, técnico y comercial en el tiempo.

En este contexto, es necesario mencionar los avances y convenios con entidades de Italia, Costa Rica, Universidades Estatales chilenas, Programa territoriales Integrados del sector Turístico y la consolidación con las entidades de soporte financiero como FIA, CORFO, ProChile e INDAP.

11.1.- Instituciones Asociadas

- Incubadora de Negocios, Universidad de Tarapacá. Arica. (Apoyo en la incubación del proyecto denominado "Red Asociativa de Albergues Turísticos Familiares Bajo modelo demostrativo de turismo rural Comunitario").
- Meridiana Alpaca, Italia. (Apoyo en el desarrollo de proyectos de cooperación a través de los fondos de la Unión Europea para el desarrollo agroturístico, artesanal y aprovechamiento de la fibra de alpaca) Sr. Gianni Berna y Prof. Marco Antonini Universidad de Camerino.
- Programa Territorial Integrado de Turismo – CORFO.
- Universidad para la Cooperación Internacional UCI, Costa Rica. Apoyo en el desarrollo de Turismo Rural Sostenible y planificación estratégica) Sr. Eduard Muller, Rector. Convenio internacional firmado.
- Prochile, Apoyo al Programa de Promoción e Inserción Internacional de las Fibras de Vicuña y Alpaca a través de sus fondos de promoción de exportaciones de la AFC para la Región de Arica y Parinacota.
- INDAP, Apoyo a la Inversión de activos para el desarrollo turístico y ganadero por medio del Programa de Desarrollo de Inversiones PDI.

VII.- FICHAS TÉCNICAS

El proyecto vicuña ha evaluado el desempeño productivo y comercial durante estos dos años de ejecución, siendo los indicadores socioeconómicos las variables de validación para poder entender la evolución de esta iniciativa.

En este contexto, la primera tabla nos muestra que durante las temporadas 2006, 2007 y 2008 la producción ha sido variable, contando con importantes bajas productivas, debido principalmente a oposiciones legales y problemáticas familiares en algunas unidades productivas, imposición de nuevos criterios de selección y autorización para el manejo de vicuñas y la incorporación de nuevos competidores al contexto nacional.

*Indicadores Socioeconómicos del Proyecto AFC Vicuña
Fibra de Vicuña*

Año	Nº de Usuarios directos	Familias Beneficiadas	Vicuñas capturadas	Vicuñas esquiladas	Producción de fibra (Kg.)	Ingresos por venta de fibra (US\$ FOB)
2002	48	41	558	243	74,100	37.161
2003	48	41	729	392	113,100	57.975
2004	48	41	800	339	97,400	50.400
2005	48	41	704	210	68,300	35.000
2006	50	45	602	180	49.400	35.019
2007	50	45	285	87	23.250	14.187
2008	50	45	691	474	164.789	Expo. 2009

*Indicadores Socioeconómicos del Proyecto AFC Vicuña
Fibra de alpaca*

Año	Nº de Usuarios directos	Familias Beneficiadas	Alpacas Esquiladas	Producción de fibra (Kg.)	Ingresos por venta de fibra (US\$ FOB)
2007	24	20	225	763	4.101
2008	24	20	255	874	4.653
2009	30	25	-	1.000 Aprox	Expo. 2009



Por otra parte, la nueva incorporación de la fibra de alpaca a la cadena de comercialización internacional del proyecto, ha permitido concebir que el escenario comercial de los productores altoandinos puede ser muy favorable, sobre todo si los rendimientos productivos aumentan en el tiempo y los precios de esta fibra logran alcanzar una estabilización comercial que ayude a incorporar y fidelizar a nuevos proveedores de confianza de la Cooperativa.

VIII.- ANÁLISIS ECONÓMICO

Sobre la base de los elementos descritos anteriormente, se prevé que el año 2009 la Cooperativa contará con un interesante crecimiento económico, debido principalmente al exitoso proceso productivo de la fibra de vicuña de la temporada 2008 y la incorporación de la fibra de alpaca a la cadena de comercialización internacional.

Propuesta Exportadora de la Cooperativa para el año 2009

Fibra de Vicuña

Tipo de Fibra	Valor por Kg. Con IVA (US\$)*	Peso del Producto (Kg.)	Valor Total (US\$)	%
Vellón	700	143.550.0	100.485	94.9
Garra	250	21.239.8	5.309	5.1
Total	-	164.789.0	105.794	100.0

* Valor convertibilidad de la Moneda Nacional estimada: \$ 600.

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra N. Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña, FIA.

Fibra de Alpaca

Tipo de Fibra	Valor por Kg. Con IVA (US\$)*	Peso del Producto (Kg.)	Valor Total (US\$)	%
Blanca	6.5	300	1.950	36
Colores	5	700	3.500	64
Total	-	1.000	5.450	100.0

* Valor convertibilidad de la Moneda Nacional estimada: \$ 600.

Análisis Financiero de la Cooperativa.

Para realizar un análisis financiero de la producción de fibra de vicuña y alpaca se elaboró un flujo de caja, que tiene por finalidad la evaluación del proyecto de producción y comercialización a 5 años.

Se entiende que los resultados que se obtuvieron de este ejercicio financiero, evalúa un escenario posible para la cooperativa formalizada en el marco del proyecto FIA.



Flujo de Caja de la Cooperativa

Proyección Flujo de Caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ de 2008		2008	2009	2010	2011	2012
Ingresos operacionales						
Vellón Fibra Vicuña		7.824.600	60.291.000	31.500.000	48.300.000	29.400.000
Garra Fibra de Vicuña		687.600	3.185.850	1.500.000	2.250.000	1.500.000
Fibra de Alpaca Blanca		726.086	1.170.000	1.300.000	1.500.000	1.700.000
Fibra de Alpaca Colores		2.065.734	2.100.000	3.000.000	3.200.000	3.500.000
Total Ingresos Operacionales		11.304.020	66.746.850	37.300.000	55.250.000	36.100.000
Costos Operacionales						
Manejo de Vicuñas						
Surire		0	4.889.200	5.133.660	5.390.343	5.659.860
Misitune		0	2.500.000	0	2.625.000	0
Chivatambo		0	2.500.000	0	2.625.000	0
Ankara		558.930	0	618.376	649.295	681.759
Limani		558.930	588.930	618.376	649.295	681.759
Cculiculine		558.930	588.930	618.376	649.295	681.759
Costos producción fibra de Alpaca						
Esquila		150.000	170.000	180.000	200.000	220.000
Limpieza		200.000	220.000	240.000	260.000	280.000
Enfardado		65.000	80.000	90.000	100.000	110.000
Total Costos Operacionales		2.091.790	11.537.060	7.498.788	13.148.228	8.315.137
Gastos de Administración y Venta:						
RRHH		400.000	400.000	400.000	450.000	450.000
Arriendo de Oficina, Bodega y otros.		220.000	250.000	280.000	300.000	300.000
Requerimientos de exportación		115.000	120.000	125.000	130.000	135.000
% de Comercialización 10%		1.130.402	6.674.685	3.730.000	5.525.000	3.610.000
Total Gastos de Admin. Y Venta		1.865.402	7.444.685	4.535.000	6.405.000	4.495.000
Total Utilidad Operacional		7.346.828	47.765.105	25.266.212	35.696.772	23.289.863
Depreciación		350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Utilidad antes de Impuesto		6.996.828	47.415.105	24.916.212	35.346.772	22.939.863
Impuesto 19%		1.329.397	9.008.870	4.734.080	6.715.887	4.358.574
Utilidad Después de Impuesto		5.667.431	38.406.235	20.182.132	28.630.885	18.581.289
Depreciación		350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Utilidad del Ejercicio		6.017.431	38.756.235	20.532.132	28.980.885	18.931.289
Capital de Trabajo	-11.537.060					
Flujo de Caja	-11.537.060	6.017.431	38.756.235	20.532.132	28.980.885	18.931.289
VAN	\$ 61.166.289					
TIR	143%					

* Se estima un porcentaje de Comercialización óptimo de un 10%

* El VAN se evaluó con una tasa de descuento de un 12%

* La TIR se evaluó con una Tasa de un 17%

* El costo de Producción del manejo de vicuñas aumentará anualmente en un 5%

* Los Manejos de Vicuñas de Misitune y Chivatambo varían según el criterio de alternancia anual impuesto por el SAG.

* El manejo de vicuñas de Surire, se realizará todos los años, ya que no posee vecinos o manejos colindantes que limiten el manejo de vicuñas por criterio de alternancia.

* La necesidad de capital de trabajo fue para la apallar el costo de producción de la Temporada 2008 de manejos de vicuñas.

Flujo de Caja. Elaborado por Ing. Rodrigo Barra Novoa, Jefe Técnico del Proyecto.



Por otra parte, la estructura de costos de producción de fibra de vicuña en Chile ha experimentado un aumento de un 25 %, las siguientes tablas muestran con dos ejemplos (Silvestre y semicautiverio) las nuevas necesidades de capital de trabajo para iniciar o producir fibra de vicuña.

Estructura de Costos Operacionales Actualizados Para el Programa Productivo.

Costos Operacionales del Manejo Silvestre de Vicuñas Ejemplo Temporada 2008 Unidad Productiva de Surire

Gastos Operacionales	Valor \$
Arriendo de Motos (2 motos por día) 55.000 diarios x 3 días	330.000
Arriendo de Camionetas (2 camionetas por día) 60.000 diarios x 3 días.	360.000
Combustible para Motos, Camionetas y Maquinas Esquiladoras. 350 litros * 650 el litro de bencina.	227.500
Arriendo Bus traslado de jornales de trabajo y herramientas	300.000
Manutención maquinas esquiladoras	35.000
Gastos de Insumos y Accesorios de Esquila	
Peine de 13 puntas \$ 16.810 * 10	168.100
Cortantes de 4 puntas 4.600 c/u * 10	46.000
Grasa para engranaje de maquinas esquiladoras 500g	3.600
Frasco de Aceite para maquina 250 ml	1.800
Lijas (Pack de 6) \$ 7.500	7.500
Tenazas autocrotaleras (2) \$ 24.600 c/u	49.200
Bolsas plásticas para acopio de Fibra (1.000 bolsas)	4.000
Manejo Animal	
Antibiótico Enromic 5% / 100 ml. \$ 28.000 c/u * 2	56.000
Antiparásito \$ 18.000 c/u 500 ml. * 5	90.000
Larvispray (3) * 4.000 c/u * 3	12.000
Algodón 500 Kg.	2.500
Jeringa desechable 10 ml. \$ 70 c/u * 500	35.000
Autocrotales Tipo Botón \$ 330 c/u * 500	165.000
Capucha (5) \$ 2.500 c/u	12.500
Chaco (10) \$2.000 c/u	20.000
Eutanasia \$35.000 c/u	35.000
Vitaminas Vigantol \$ 10.700 c/u *5	53.500
Recurso Humano	
Medico veterinario (1) * 55.000 diarios * 3 días	165.000
Técnicos Esquiladores (2) esquiladores * 45.000 por día * 3 días.	270.000
Asesores de Arreo Motorizado (4) personas * 90.000 diarios c/u * 3 días.	1.080.000
Jornales de Trabajo (30) personas * \$ 12.000 diarios * 3 días.	1.080.000
Alimentación Jornales de Trabajo (30) personas	280.000
Total Costo Manejo Silvestre	4.889.200.-

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa, Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña. FIA-Surire.

Ingresos a Recibir (Estimación)

Producción de Fibra	Producción Año 2008	Valor Comercial \$ US	Ingresos Aproximados Exportación 2009.
Vellón	75 Kilos	700	\$ US 52.500
Garra	10 Kilos	250	\$ US 2.500
Total Fibra	85 Kilos		\$ US 55.000

US\$ 700 / CLP: \$600 = \$ 420.000.-

US\$ 250 / CLP: \$600 = \$ 150.000.-



Costos Operacionales del Manejo en Semicautiverio de Vicuñas Ejemplo Temporada 2008 Unidad Productiva de Cculiculine

Gastos Operacionales	Valor \$
Arriendo de Camionetas (1 camionetas por día) \$ 60.000	60.000
Combustible para Camioneta y Maquinas Esquiladoras. 120 litros * 650 el litro de bencina.	78.000
Manutención maquinas esquiladoras	35.000
Gastos de Insumos y Accesorios de Esquila	
Peine de 13 puntas \$ 16.810 * 3	50.430
Cortantes de 4 puntas 4.600 c/u * 3	13.800
Grasa para engranaje de maquinas esquiladoras 500g	3.600
Frasco de Aceite para maquina 250 ml	1.800
Lijas (Pack de 6) \$ 7.500	7.500
Tenazas autocrotaleras \$ 24.600 c/u	24.600
Bolsas plásticas para acopio de Fibra (1.000 bolsas)	4.000
Manejo Animal	
Antibiótico Enromic 5% / 100 ml. \$ 28.000 c/u * 1	28.000
Antiparásito \$ 18.000 c/u 500 ml. * 1	18.000
Larvispray (3) * 4.000 c/u * 1	4.000
Algodón 500 Kg.	2.500
Jeringa desechable 10 ml. \$ 70 c/u * 120	8.400
Autocrotales Tipo Botón \$ 330 c/u * 30 según el crecimiento de la población de vicuñas en el corral.	9.900
Capucha (2) \$ 2.500 c/u	5.000
Chaco (4) \$2.000 c/u	8.000
Vitaminas Vigantol \$ 10.700 c/u *2	21.400
Recurso Humano	
Medico veterinario (1) * 55.000 diarios * 1 día.	55.000
Técnicos Esquiladores (1) esquilador * 45.000 por día.	45.000
Jornales de Trabajo (8) personas * \$ 10.000 diarios * 1 día.	80.000
Alimentación Jornales de Trabajo (12) personas	25.000
Total Costo Manejo Silvestre	588.930.-

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa, Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña. FIA-Surire.

Ingresos a Recibir (Estimación)

Producción de Fibra	Producción Año 2008	Valor Comercial \$ US	Ingresos Aproximados Exportación 2009.
Vellón	11 Kilos	700	\$ US 7.700
Garra	2 Kilos	250	\$ US 500
Total Fibra	13 Kilos		\$ US 8.200

US\$ 700 / CLP: \$600= \$ 420.000.-

US\$ 250 / CLP: \$600 = \$ 150.000.-



IX.- IMPACTOS Y LOGROS DEL PROYECTO:

- Utilizando el formato de los cuadros presentados a continuación, describir y cuantificar los impactos y logros obtenidos con la ejecución del proyecto, comparándolo con los esperados, y razones que explican las discrepancias.

Cuadro 1: Impactos Productivos, Económicos y Comerciales

Logro	Al inicio del Proyecto	Al final del proyecto	Diferencial
Formación de empresa o unidades de negocio	Una Comercializadora de Fibra de Vicuña. "Sociedad de Surire".	Una Cooperativa de Servicios para la exportación asociativa de Fibra de Camélidos silvestres y domésticos.	Mayor número de Asociados Formales. Mayor Nivel de producción.
Producción (<i>por producto</i>)	Fibra de Vicuña Bruta.	Fibra de Vicuña Descerdada. Fibra de Alpaca enfiada. Unidades de Turismo Rural en fase de implementación.	3 unidades estratégicas de negocios incorporadas.
Costos de producción	Costos de Producción por manejo de vicuñas.	Incremento e incorporación de nuevos costos de producción. (manejo de vicuña, limpieza, esquila y clasificación de fibra de alpaca)	Nuevos costos involucrados al proceso productivo.
Ventas y/o Ingresos			
<i>Internacional</i>	Venta de Fibra de Vicuña Bruta.	Venta de Fibra de Vicuña descerdada y Venta de Fibra de Alpaca bruta.	Sexta y Séptima exportación asociativa. (Ver Tabla de Ingresos)
Convenios comerciales	Contrato de Venta de fibra de vicuña con Pelama Chubut. Argentina.	Contrato de venta de fibra de vicuña y alpaca con Pelama Chubut. Argentina.	Negociación de nuevos precios para la fibra de vicuña. Año 2008.



Cuadro 2: Impactos Sociales

Logro	Al inicio del Proyecto	Al final del proyecto	Diferencial
Nivel de empleo anual	0	20	Jornaleros de Trabajo, Asesores de Arreo, Esquiladores y Coordinadores de manejos de vicuñas.
Nuevos empleos generados	0	7	Esquiladores, arreadores y Coordinadores de manejos de Vicuñas.
Productores o unidades de negocio replicadas	1	4	Unidades de Manejo de Vicuñas en silvestria y nuevos productores de fibra de alpaca incorporados a la iniciativa.

Cuadro 3: Impactos Tecnológicos

Logro	Número			Detalle
	Nuevo en mercado	Nuevo en la empresa	Mejorado	
Producto Fibra de Vicuña Descerdada	NO	SI	Mayor valor agregado.	Aumento del precio de venta de la fibra de vicuña en formato descerdado manual.
Fibra de Alpaca Bruta.	NO	SI	Fibra de alpaca clasificada y categorizada.	
Proceso	NO	SI	Utilización de mangas móviles para captura de vicuñas.	
Servicio (Turismo Rural Comunitario)	SI	SI	Implementación de Albergues Turísticos Familiares.	Desarrollo de Nuevos ingresos complementarios para la Cooperativa.



Cuadro 4: Creación de alianzas y proyectos relacionados

Logro	Número	Detalle
Convenio o alianza	6	-PTI Turismo – CORFO. -Tarapacá Incuba. UTA. -Meridiana Alpaca. Italia. -Universidad para la cooperación Internacional. Sector Turismo. Costa Rica. -PDI INDAP. -PTI – AFC, FIA – Universidad de Chile.
Generación nuevos proyectos	9	Prospección de fibras finas en Italia. ProChile. Pasantía Turismo Rural Comunitario en Costa Rica. FIA. PDI Turismo Rural; Misitune y Ankara. PDI equipamiento de esquila y mejoramiento de corrales de vicuñas; Limani, Cculiculine y Pacharaquez. Red de Albergues Turísticos Familiares. CORFO. Proyecto de Consolidación Productivo – Comercial Cooperativa. FIA – U. Chile.

Resumen de los Impactos Generados

1.- Organizacional, Legal y Social

- Formalización de las unidades productivas por medio de la conformación de una Cooperativa de Servicios para la comercialización asociativa de fibra de camélidos domésticos y silvestres.
- Fortalecimiento de los lazos de colaboración entre las unidades productivas.
- Aumento del grado de confianza y motivación entre los productores.
- Aumento de Patrimonio Social (Inversiones vía proyectos y aumento N° Socios)

2.- Técnicos y Productivos

- Transferencia de capacidades técnicas a los productores por medio de capacitaciones. (3 productores esquiladores y 2 maestras clasificadoras)
- Aplicación de técnicas productivas
- Mayores rendimientos productivos por medio de la aplicación de la esquila mecanizada en los módulos en semicauiverio de vicuñas.



3.- Económicos

- Generación de Ingresos por la exportación de fibra de camélidos.
- Aumento del precio de la fibra de vicuña por medio de la asignación de valor agregado a través del descordado.
- Generación de nuevos Ingresos por la incorporación de la fibra de alpaca en la exportación asociativa del año 2007 y 2008.
- Generación de ingresos producto del pago por el proceso de descordado de fibra de vicuña y, limpieza y clasificación de fibra de alpaca. (Entre los integrantes de las unidades productivas)

4.- Tecnológico

- Incorporación del proceso de descordado al manejo técnico de la fibra de vicuña
- Incorporación del proceso de limpieza y clasificación de fibra de alpaca en la oferta exportable año 2007 y 2008.

5.- Ambiental

- Aplicación de buenas practicas ganaderas en los manejos productivos (Bienestar animal)
- Convocatoria de recursos financieros para el mejoramiento de corrales en semicautiverio y ampliación de corrales. (Disminuir la capacidad de carga animal)
- Desarrollo e implementación del turismo rural comunitario sostenible en los predios agroganaderos. (Manutención y protección del medio ambiente)

6.- Gestión

- Convocatoria de recursos financieros para el desarrollo de nuevos productos e inversiones en activos fijos para las organizaciones de base de la cooperativa.
- Articulación y vinculación con entidades de investigación y desarrollo.
- Obtención de recursos financieros para la consolidación productiva y comercial de la Cooperativa.

X.- Problemas Enfrentados Durante el Proyecto:

Identificar y describir los principales problemas que se debió enfrentar en los distintos ámbitos de la ejecución del proyecto:

Problema enfrentado	Identificación del Problema	Medidas tomadas
<p>Oposición Legal al manejo productivo de Vicuñas del sector de Surire</p>	<p>Oposición Legal al Manejo Productivo de la Vicuña correspondiente a dos temporadas:</p> <p>Oposición Legal Año 2007 realizada por Víctor Mario Castro.</p> <p>Oposición Legal Año 2008 realizada por Vilma Castro y Teodora Castro.</p>	<p>Gestión del proyecto para apoyar al representante legal de la Sociedad de Surire en la búsqueda de alternativas de negociación familiar.</p> <p>A la vez, se apoyo con la gestión de reuniones entre la Unidad Productora y las instituciones oficiales involucradas a nivel central y local para buscar una solución legal al problema.</p> <p>A través de estas actividades se logro la aprobación del SAG para la realización del manejo de vicuñas de la temporada 2008.</p>
<p>Amenaza de un nuevo competidor</p>	<p>A partir del segundo semestre del año 2007, el Programa Vicuña, ejecutado por la Seremia de Agricultura Arica y Parinacota, convoco a postular a nuevas unidades productivas para manejar el recurso vicuña y obtener ingresos por la venta de la fibra.</p> <p>En este contexto, el Programa tiene por objetivo asesorar técnicamente a las unidades ganaderas, programar los manejos productivos y realizar la exportación asociativa de la fibra obtenida.</p> <p>Cabe mencionar, que los manejos productivos de este programa no cuentan con el financiamiento para realizar el proceso productivo, y debe ser gestionado por el propio productor, pero técnicamente asesorado por los técnicos del Programa Vicuña.</p> <p>Es así, como la empresa peruana denominada SVA, se introduce en el mercado local para prestar el servicio de manejo productivo y comercialización de la fibra, concretando un contrato de servicios con las unidades productoras beneficiarias del Programa.</p>	<p>Por medio de la Sociedad de Surire se logro establecer el apoyo del comprador Argentino, para que la Sociedad ofreciera US \$ 700 por kilo de fibra de vicuña a las unidades productoras pertenecientes al Programa de la Seremia sin embargo, la unidades no aceptaron la oferta por tener un contrato con el consorcio SVA de Perú.</p>



	<p>A partir de esto, y por obligación del contrato, las unidades ganaderas deben traspasar la fibra a la empresa peruana, para luego ser comercializada y realizar la respectiva liquidación. (70% SVA, 30% productor)</p> <p>Bajo lo expuesto, y por el número de unidades productivas que realizaron el manejo pecuario, se logro producir 100 kilos de fibra de vicuña y fue vendida después de 3 meses a Italia a un precio de US \$ 670.</p> <p>Esta "oportunidad de negocio" logro fragmentar o dividir la exportación asociativa de las unidades ganaderas aymaras y, si bien, se realizaron esfuerzos comerciales por medio de la Sociedad de Surire para adquirir esta fibra a un precio de US\$ 700, no fue posible, debido a la obligación contractual que tenían las unidades del Programa con la empresa peruana.</p>	
<p>Aplicación de nuevos criterios de manejo sustentable de la vicuña</p>	<p>A partir de la realización de diferentes mesas de trabajo de la vicuña, y actividades concernientes al consenso y aplicación de criterios de manejo del recurso silvestre, el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), elaboro en conjunto con profesionales de la CONAF el documento denominado "Aplicación de Nuevos Criterios de Manejo Silvestre de la Vicuña", el cual establece 6 criterios que se aplicaron en la temporada 2007, sin embargo, no se encuentran validados en su totalidad por la mesa público – privada.</p> <p>Esta nueva aplicación normativa evalúa los siguientes criterios de selección.</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Distancia entre los centros focales de las solicitudes de las Unidades de Manejo.2.- Autorización de captura de vicuñas en el Parque Nacional Lauca.3.- Propiedad del área a intervenir.4.- Porcentaje de captura. <p>En este contexto, el criterio denominado distancia o "alternancia" da autorización a un titular cuando este no haya realizado manejos de vicuñas el año anterior.</p> <p>Este criterio, dejo fuera a las unidades productivas que habían programado en conjunto con el proyecto la temporada 2007, y que dentro del plazo legal entregaron sus solicitudes de manejos de vicuñas.</p> <p>En forma específica, el SAG impuso estos criterios un mes antes de los manejos productivos.</p>	<p>Se realizo manejo de vicuñas en semicautiverio.</p>



Carencia de protocolos y requerimientos para la Exportación de la fibra de alpaca (SAG)	En el marco del proyecto AFC Vicuña se realizó la primera exportación de fibra de alpaca en la Región, sin embargo, esta comercialización, tuvo diferentes obstáculos, siendo el más complejo la carencia de los requerimientos de exportación de la fibra y la baja capacidad profesional del SAG para abordar en forma eficiente el nuevo proceso.	Se logra realizar la exportación de la fibra de alpaca, a través de un proceso de negociación entre el SAG y el proyecto FIA, justificando a través de un programa productivo y de comercialización la incorporación de este producto.
Excesivo Costo de Certificado Zoosanitario para Exportación	En el marco de las actividades de exportación, se solicito al SAG el certificado zoosanitario para la fibra de vicuña y alpaca temporada 2008, el cual durante años ha tenido un valor de \$ 10.000 c/u, sin embargo, este año se cobro un monto de \$ 129.000.- excediendo el valor histórico de este documento y presionando la emergente actividad comercial de la AFC aymara vinculada a la exportación de fibra de camélidos.	Se presento una carta al SAG para reconsiderar dicho monto y entregar en forma oportuna las nuevas tarifas y exigencias.
Atraso de las actividades del Proyecto de Consolidación de la Cooperativa.	Debido a un error notarial de la escritura y su publicación en el diario oficial el Departamento de Cooperativas del Ministerio de Economía no pudo emitir en el mes de Noviembre el certificado de vigencia de la Junta de Administración de la Cooperativa, requisito que el banco solicito para la apertura bancaria. Esto genero un atraso en la recepción de la primera remesa del proyecto.	Se gestiono ante la notaria y el abogado que elaboro los documentos de la cooperativa la rectificación de los antecedentes para la posterior publicación y emisión del Certificado de Vigencia.

XI.- Otros Aspectos de Interés

1.- Análisis Comercial de la Fibra de Camélidos Domésticos

Con respecto a la comercialización de fibra de alpaca en la Región, es necesario mencionar que se realizó un análisis histórico de las exportaciones de fibra de camélidos domésticos, encontrando los siguientes datos comerciales:

De acuerdo a los datos entregados por la Corporación Norte Grande (1991), la exportación de fibra desde el norte de Chile se activa aparentemente frente a aumentos coyunturales de la demanda internacional. Las exportaciones se basan en una oferta regular que sólo ascendería a aproximadamente 30 toneladas anuales.

La irregularidad de la venta nacional se explica por el carácter periférico de la producción chilena respecto del mercado lanero de Bolivia y Perú. Gran parte de la fibra producida en Chile sale al mercado peruano por la feria tripartita de Visviri y, ocasionalmente, a través de un relevo por Bolivia.

Los registros oficiales de exportación de pelo corresponden a materia prima sucia de llama y alpaca, que se envía separada por colores. Los principales países compradores son Italia, Alemania y Reino Unido. En el cuadro N° 1, de acuerdo a lo publicado por la Corporación Norte Grande, se detallan las exportaciones desde la primera Región, según diferentes fuentes.

Estas cifras no dan cuenta necesariamente de la producción regional, ya que no discriminan los volúmenes según origen, de modo que en las cifras totales pueden estar incluidos volúmenes procedentes de Bolivia.

Cuadro N° 1

Año	Toneladas
1983	10.10
1984	4.96
1985	14.50
1986	2.30
1987	1.20
1988	-
1989	1.3

Fuente: Corporación Norte Grande
Elaboración: Rodrigo Barra Novoa



El registro para 1985 fue extraído del INE, sin embargo, según SAG para el mismo año
Registra 46,2 toneladas de fibra exportada.

1988, No hubo exportación de fibra.

Los datos del SAG indican para el año 1989 una exportación de 250 kilos, el INE para el mismo año, registra 13 145 kilos exportados.

Fuente: INE 1990; SAG I Región. (Citado por Corporación Norte Grande, 1991).

Por otra parte, y según conversaciones con los servicios oficiales y productores del altiplano, es necesario mencionar, que los datos entregados por la Corporación Norte Grande no corresponden a exportaciones de fibra enviadas desde la Región de Tarapacá, ya que la fibra proveniente del altiplano se comercializaba a nivel nacional, específicamente a la ciudad de Santiago, la que luego era enviada a los mercados internacionales mencionados anteriormente.

Por otra parte, y según datos aportados por SAG, el servicio debe realizar una rigurosa labor de fiscalización de la fibra, por lo tanto, el dato que aporta la Corporación Norte Grande **“Estas cifras no dan cuenta necesariamente de la producción regional, ya que no discriminan los volúmenes según origen, de modo que en las cifras totales pueden estar incluidos volúmenes procedentes de Bolivia.”** No puede ser posible, ya que se pondera el volumen de producción de fibra con la Declaración de existencia de ganado y posteriormente se valida con el Certificado zoosanitario.

En este contexto, el proyecto AFC Vicuña, es el primero que exporta fibra de alpaca en forma asociativa al mercado internacional.

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa, Jefe Técnico de Proyecto AFC Vicuña. FIA- Surire.



2.- Aplicación de Nuevos Criterios de Manejo Silvestre de la Vicuña (SAG)

A partir de la realización de diferentes mesas de trabajo de la vicuña, y actividades concernientes al consenso y aplicación de criterios de manejo del recurso silvestre, el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), elaboro en conjunto con profesionales de la CONAF el documento denominado "Aplicación de Nuevos Criterios de Manejo Silvestre de la Vicuña", el cual establece 6 criterios que se aplicaron en la temporada 2007, sin embargo, no se encuentran validados en su totalidad por la mesa público – privada.

A continuación se resumen los 6 criterios básicos:

I. Distancia entre los centros focales de las solicitudes de las Unidades de Manejo:

Se propone una distancia no inferior a 15 kilómetros entre "centros focales" de cada solicitud. Esta distancia supone un radio efectivo de 10 Km. y una zona de superposición de 5 Km. No obstante lo anterior, al momento de la evaluación de antecedentes, se ha de considerar los accidentes geográficos que pudieran separar, efectivamente, dos o más "Unidades de Manejo".

El criterio se establece sobre la base de la observancia de un porcentaje de animales, esquilados y marcados con crotal, cuya dispersión posterior a la esquila supera los 10 Km. de distancia.

La limitación expresada tiene por objeto minimizar la recaptura de animales manejados en la misma temporada de Unidades autorizadas que hagan aumentar los esfuerzos de captura de vicuñas útiles.

La distancia establecida se encuentra respaldada además por el "Documento Técnico para el Manejo Productivo de la Vicuña", que establece 10 Km como límite máximo de arreo. Para una mejor presentación y evaluación, la actual "Solicitud de captura para el manejo sustentable de la vicuña" será complementada con una Minuta Técnica que estará disponible para los solicitantes en la Oficina Sectorial de Paríacota o en la Dirección Regional.

Se entenderá como "centro focal" el punto geográfico donde serán construidas las mangas de captura; una o más por solicitud.

Unidad de Manejo corresponde al área o sector geográfico desde donde serán obtenidas las vicuñas para ser esquiladas en el centro focal.

II. Densidad poblacional

El Titular de la solicitud deberá proveer una estimación de la población, que de cuenta la cantidad de animales que se encontrarían en la Unidad de Manejo susceptible de ser capturadas. Una aproximación a esta cantidad podrá ser definida por el número de vicuñas observadas en los "sitios censales" de CONAF y que eventualmente pudieran contener una o más Unidades de Manejo autorizadas.



III. Autorización de captura de vicuñas en el Parque Nacional Lauca

No será autorizada la captura de vicuñas dentro del P. N. Lauca, a menos que el "Plan de Manejo Participativo" de esta Unidad determine lo contrario, en cuyo caso dejará establecidos los criterios de manejo de la especie al interior de esta Área Silvestre Protegida.

IV. Propiedad del área a intervenir

El Titular solicitante deberá presentar una DECLARACIÓN JURADA SIMPLE que exprese que es dueño o uno de los dueños del terreno correspondiente a la Unidad de Manejo propuesta, y que, en este último caso, cuenta además con la autorización del resto de los propietarios para efectuar el manejo.

Un formato de la Declaración será entregada a los solicitantes.

V. Porcentaje de captura

Para el año 2007 se establece como cuota anual de captura el 20% por ciento de la población de vicuñas (*Vicugna vicugna mensalis*) censada por CONAF en el año 2006. La cuota será aplicada homogéneamente en varias zonas geográficas del altiplano, y su valor será revisado anualmente.

VI. Comité Consultivo Regional para la captura de vicuñas

Previo al envío de las solicitudes, para resolución del Nivel Central del SAG, el Comité Consultivo, constituido por dos representantes de CONAF y dos del SAG evaluarán el contenido de los antecedentes y mediante la suscripción de un acta informará fundadamente de la conveniencia de autorizar o no la captura.



XII.- Conclusiones y Recomendaciones:

- Desde el punto de vista:
 - Técnico
 - Económico
 - De gestión.

1.- Conclusiones

- La posibilidad de establecer un trabajo colaborativo y asociativo entre los productores por medio de su formalización conllevó actividades de sensibilización y capacitación, con el objetivo de generar espacios de reflexión, participación, toma de decisiones y conocimiento entre los productores. Para ello, se establecieron actividades de apoyo transversal en el ámbito legal con la finalidad de establecer una figura acorde al contexto cultural y operativo de las unidades ganaderas.
- Si bien, esta actividad del proyecto fue realizada al 100%, es necesario mencionar que surgieron conflictos de interés, empoderamiento por el liderazgo y acciones de persuasión por parte de otros grupos de ganaderos, rechazando totalmente el procedimiento y los objetivos de la nueva entidad. ***En este contexto, la confianza entre las unidades productivas del proyecto FIA y la motivación por ser parte y actor de un nuevo escenario de cambio para el altiplano, permitió a las unidades históricas cumplir su objetivo y transmitir a las organizaciones opositoras la importancia de trabajar en forma conjunta para aumentar el poder de negociación, incrementar el volumen y los precios de las fibras y desarrollar otras actividades económicas como el turismo rural.***
- Las unidades productivas demostraron un buen desempeño técnico y organizacional en la realización de la primera exportación de fibra de alpaca en la Región de Arica y Parinacota, asumiendo un nuevo desafío y costo de oportunidad al venderla por primera vez en un mercado formal.
- La producción de fibra de vicuña exportada en el año 2007 fue vendida en forma descordada, incrementando su valor comercial de **\$ USD 660 a \$ US 770** por kilo de vellón. Esto permitió escalar en los precios y paliar la caída del dólar. A su vez, permitió demostrar a las unidades productivas que no quisieron realizar el proceso, por temor a incrementar levemente el precio o simplemente no incrementarlo, la factibilidad de realizar el descordado para aumentar el valor agregado de la fibra de vicuña.
- La incorporación de la esquila mecanizada en los módulos productivos en semicautiverio permitió generar un mayor rendimiento o volumen productivo en comparación con años anteriores, incrementando en un 20%. (En años anteriores se esquilaba con tijeras)



- El proceso de comercialización internacional asociativa de fibra de alpaca fue quizás la labor más crítica del proyecto, puesto que demandó un gran trabajo de gestión negociadora y administrativa con el Servicio Agrícola y Ganadero. En este sentido, el servicio oficial, desconocía algunos procesos y requerimientos de exportación, generándose demoras en el proceso comercial e incertidumbre por parte de las Unidades Productivas por no vender la fibra en los tiempos establecidos.
- En general la convocatoria de los productores a las diversas instancias de capacitación o transferencias desarrolladas en el marco del Proyecto fue constante y bien aprovechada.
- Las capacitaciones o transferencias a productores han sido esenciales para abordar el trabajo colaborativo y la vinculación asociativa de los ganaderos en el transcurso del proyecto. En este sentido, se lograron importantes avances en materia técnica y organizacional, así como el aumento de la motivación y el compromiso de los beneficiarios por seguir aprendiendo nuevos ámbitos técnicos que les permita aumentar sus capacidades y aplicarlas en los módulos productivos.
- Las transferencias o capacitaciones técnico – productivas son un buen instrumento para medir el desempeño y los avances operacionales de las unidades ganaderas, sobre todo, en aquellas actividades de formación que se evalúa el conocimiento práctico; Esquila de Vicuñas, Clasificación y Categorización de fibra, descordado, entre otras.
- Las campañas de acopio de fibra de alpaca de las temporadas 2007 y 2008 fueron organizadas y realizadas en los tiempos establecidos y cumplieron las expectativas productivas definidas en la programación de cada año.
- El desarrollo de la Unidad de Gestión de proyectos de la iniciativa en ejecución, gestiona un importante número de convocatorias de recursos financieros, con la finalidad de desarrollar la actividad turística rural y mejorar las condiciones técnicas de los sistemas productivos (Mejoramiento de corrales en semicautiverio, compra de maquinas esquiladoras, mangas móviles, etc.). Esto permitió a los beneficiarios del proyecto incrementar su patrimonio social y económico vía inversión y a la vez, mantener una vinculación activa y protagónica en el desarrollo de las iniciativas financiadas.



2.- Recomendaciones

Ámbito Económico

- Se debe considerar que para mejorar los niveles de participación económica de los productores en la distribución de los márgenes de la comercialización de la fibra es necesario incorporar valor agregado, realizando una transición de mediano plazo de la comercialización de fibra bruta a fibra clasificada, descordada e hilada.
- Se debe considerar alternativas de implementación de valor agregado través del desarrollo industrial de la fibra de camélidos, así como integrar horizontal y verticalmente a la cooperativa en la cadena de valor de la fibra.
- Un elemento importante para la continuidad comercial de la cooperativa es poder contar con nuevos socios estratégicos, con la finalidad de aumentar la oferta de producción de fibra de camélidos.
- Sería importante contar con un fondo económico o poder de compra para la cooperativa, ya que puede adquirir fibra de alpaca en forma más eficiente. De esta forma, se puede considerar la compra de fibra en sectores con alto potencial de acopio e invitar a estos proveedores a ser socio de la cooperativa. (Es necesario considerar que productores de otros sectores sólo venden en forma directa y que por el momento no consideran esperar una temporada de 2 o 3 meses para recibir los beneficios económicos por concepto de exportación)
- Debido que la empresa Pelama Chubut en los próximos años ingresará a un sistema de certificación de producción sustentable, lo que implica que toda su cadena de producción y exportación de sus productos será certificada con un sello verde. Será de vital importancia que la Cooperativa pueda Certificar el proceso y el producto fibra de vicuña como orgánico con el objetivo de ajustarse a los nuevos requerimientos internacionales e incrementar su valor por kilo de un 20% a un 30%.

Ámbito Técnico y Productivo.

- Se debe buscar la tecnificación productiva de las organizaciones de base de la Cooperativa con el objetivo de estandarizar los manejos productivos y mejorar la calidad, rendimientos, volumen y precios de la oferta exportable.
- Se debe considerar la capacitación como un proceso continuo y no como actividades individuales sin conexión entre si. Una sola actividad de formación no es suficiente para producir un proceso de aprendizaje significativo en los productores. Junto con esto, se requiere evaluar los contenidos o áreas de capacitación de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los participantes.



- Se deben realizar inversiones en los módulos en semicautiverios de vicuñas, con el objetivo de mejorar las instalaciones existentes, ampliar el sistema de confinamiento para disminuir la capacidad de carga animal y por competencia alimenticia.

Ámbito de Gestión

- Se debe considerar la importancia de consolidar productiva y comercialmente a la Cooperativa de Servicios Formalizada en el marco del proyecto en ejecución, con la finalidad de establecer una entidad que permita dar un carácter funcional de la cadena de valor de la fibra, permitiendo a los asociados de la cooperativa dejar de ser proveedores atomizados y desarticulados de materia prima y pasar a ser actores importantes dentro de la cadena de producción y exportación de las fibras de camélidos.
- Se debe desarrollar e implementar una unidad de comercio exterior para la cooperativa, con la finalidad de consolidar la oferta exportable e insertarla comercialmente en el mercado internacional.
- Se debe considerar la formación de capacidades organizacionales y de liderazgo para los directivos de la cooperativa, ya que son ellos, los que planificarán, dirigirán y coordinarán el desarrollo de la entidad formalizada. A su vez, serán ellos los que canalizarán las necesidades de los productores y resolverán las problemáticas que afecten a la organización.
- Se debe establecer la articulación de los actores que intervienen en el territorio por medio de alianzas estratégicas entre la cooperativa e instituciones locales, nacionales e internacionales, con el objetivo de articular redes de contacto que promuevan la asociatividad, el fortalecimiento sectorial y el posicionamiento de las fibras de camélidos en el mercado internacional.
- Se debe considerar que para la consolidación productivo-comercial de la Cooperativa y para el rubro ganadero en forma general, se desarrollen líneas de acción y apoyos transversales en los ámbitos de reproducción, manejo genético, manejo de suelos degradados, alimentación y otras áreas de interés para el rubro.
- Se debe apoyar en el corto y mediano plazo los emprendimientos de turismo rural comunitario, que fueron generados en el marco del proyecto AFC Vicuña. Con la finalidad de instalar las capacidades técnicas esperadas para operar los servicios de turismo y realizar las gestiones comerciales necesarias para insertar los productos en el mercado internacional. En este contexto, actualmente se ejecuta una experiencia piloto con 4 localidades altiplánicas a través de la implementación de una red asociativa de albergues turísticos familiares bajo un modelo demostrativo de turismo rural comunitario.
- Es necesario desarrollar actividades de transferencia tecnológica o cursos de formación, donde los jóvenes o hijos de los beneficiarios directos del proyecto tengan la oportunidad de familiarizarse con la actividad turística rural y puedan desarrollar alternativas económicas en los predios agroganaderos.



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

- Por otra parte, es necesario gestionar con el Servicio Agrícola y Ganadero medidas de mitigación para reducir la disminución de la población de vicuñas en los módulos en semicautiverio de vicuñas por depredación de Puma y Zorro.
- Finalmente y en vista de las debilidades notariales, vacíos legales y operacionales que han afectado el programa calendario de la cooperativa, es que se recomienda la transferencia de capacidades técnicas y administrativas para la correcta ejecución y manejo del sistema cooperativo. De esta forma, se podrá fortalecer a los directivos y asociados de la organización, así como a los profesionales que apoyan esta nueva entidad comercializadora.



XIII.- Actividades de difusión

- Identificar y describir cada una de las actividades de difusión realizadas en el marco del proyecto, incluyendo:

1.- Difusión Primer semestre del Proyecto

Fecha	Lugar	Información entregada	Participantes
18/01/07	Arica	Charla expositiva del proyecto en funcionamiento (Power Point)	13 personas (Listado de Asistentes Ver anexo)
18/01/07	Arica	Charla de Sensibilización del proyecto y reunión de compromisos con los asociados (Power Point)	10 personas (Listado de asistentes Ver anexo)
30/01/07	Arica	Charla de Sensibilización del proyecto (Power Point)	10 personas (Listado de asistentes Ver anexo)
12/03/07	Arica	Charla Masiva de difusión del proyecto (Power Point)	30 personas (Listado de asistentes Ver anexo)
16/04/07	Arica	Charla Masiva de Difusión del proyecto en conjunto con Seremia Agricultura (Power Point)	24 personas (Listado de asistentes Ver anexo)
11/12/07	Participación en la Primera Feria Internacional de Camélidos Domésticos (ITO Tripartito – Visviri.	250 Folletos del proyecto Se dio información del proyecto IN SITU	250 personas
17/04/07	Difusión en el Primer Taller de Competencias Técnicas para el manejo de predescordado de fibra de vicuña organizado por el proyecto AFC Vicuña.	Charla Masiva de Difusión del proyecto en conjunto con Seremia Agricultura (Power Point)	32 personas (Listado de asistentes Ver anexo)
15/05/07	Participación en el Seminario de Camélidos Domésticos, organizado por la Universidad Arturo Prat y el Departamento de Agricultura del Desierto.	Exposición del proyecto (Power Point)	50 personas
14/06/07	Difusión de la pasantía realizada por los productores de fibra de vicuña en Costa Rica (Putre)	Exposición del Curso realizado (Power Point)	18 personas (Listado de asistentes Ver anexo)

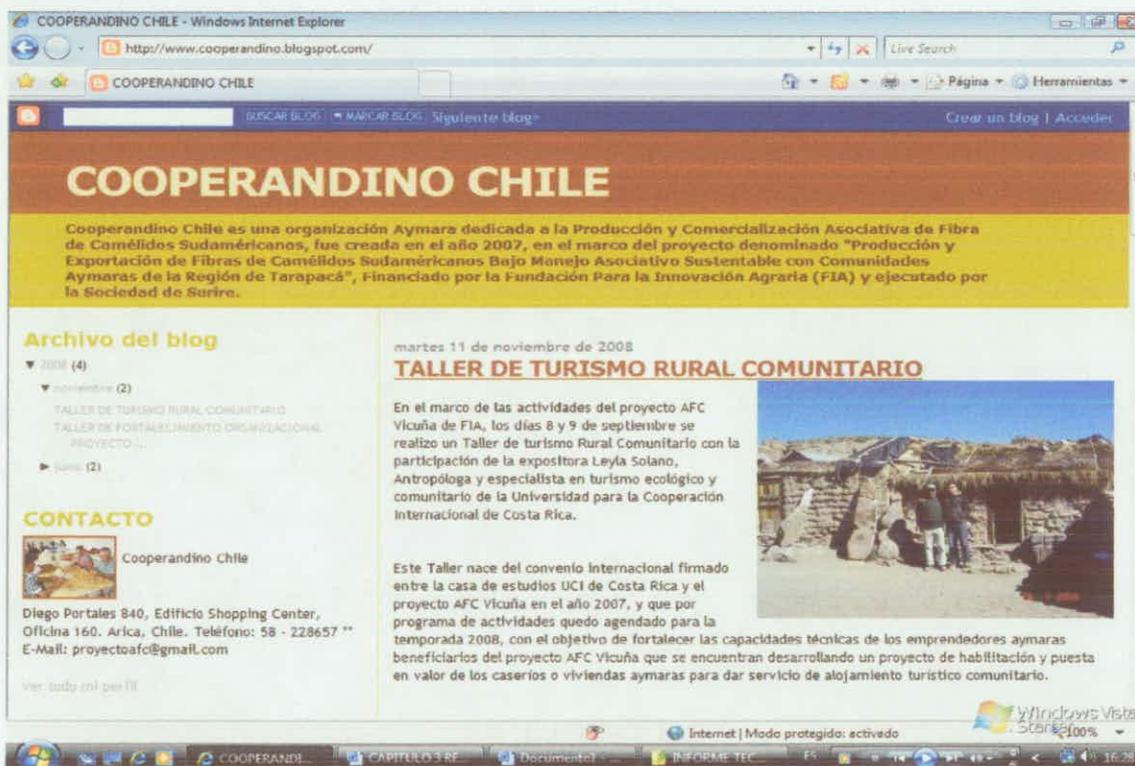
2.- Difusión Segundo Semestre del Proyecto

Fecha	Local, Nacional o Internacional	Diario, Revista o Web Page	Noticia
16/12/07	Local	Diario La Estrella de Arica	Precio récord para fibra de vicuña.
07/01/ 08	Nacional	FIA www.fia.cl www.prochile.cl	Productores aymaras exportan fibra de alpaca
10/01/08	Nacional	FIA www.fia.cl	Chile Busca Posicionarse como productor de fibra
14/01/08	Nacional	Diario Estrella de Iquique	Aymaras Inician exportación de fibra de alpaca
15/01/08	Nacional	Diario la Estrategia	Fibra de Vicuña, El Oro Ganadero de la XV Región
21/01/08	Internacional	América Economía	Parinacota Fashion
31/01/08	Nacional	www.tarapacaincuba.cl Diario la Estrella de Arica	"Red Asociativa de albergues turísticos familiares para localidades altiplánicas de la provincia de Parinacota, bajo un modelo demostrativo de Turismo Rural Comunitario"
28/04/2008	Nacional	www.tarapacaincuba.cl	Experto Ecuatoriano capacita beneficiarios del proyecto Red Asociativa de albergues turísticos familiares de CORFO.

06/05/08	Nacional	www.tarapacaincuba.cl	Turismo Homestays
21/06/08	Nacional	Diario La Estrella de Arica	Ganaderos se Capacitan en Perú.
08/08/08	Nacional	Diario La Estrella de Arica	Detenido cazador de vicuñas.
01/12/08	Nacional	Diario La Estrella de Arica	Fibra de Vicuña alcanza precio record en la región.

*Las noticias se encuentran adjuntas en el anexo del informe.

3.- Blog de Difusión Internacional de la Cooperativa



COOPERANDINO CHILE

Cooperandino Chile es una organización Aymara dedicada a la Producción y Comercialización Asociativa de Fibra de Camélidos Sudamericanos, fue creada en el año 2007, en el marco del proyecto denominado "Producción y Exportación de Fibras de Camélidos Sudamericanos Bajo Manejo Asociativo Sustentable con Comunidades Aymaras de la Región de Tarapacá", Financiado por la Fundación Para la Innovación Agraria (FIA) y ejecutado por la Sociedad de Surire.

martes 11 de noviembre de 2008

TALLER DE TURISMO RURAL COMUNITARIO

En el marco de las actividades del proyecto AFC Vicuña de FIA, los días 8 y 9 de septiembre se realizó un Taller de turismo Rural Comunitario con la participación de la expositora Leyla Solano, Antropóloga y especialista en turismo ecológico y comunitario de la Universidad para la Cooperación Internacional de Costa Rica.

Este Taller nace del convenio Internacional firmado entre la casa de estudios UCI de Costa Rica y el proyecto AFC Vicuña en el año 2007, y que por programa de actividades quedó agendado para la temporada 2008, con el objetivo de fortalecer las capacidades técnicas de los emprendedores aymaras beneficiarios del proyecto AFC Vicuña que se encuentran desarrollando un proyecto de habilitación y puesta en valor de los caseríos o viviendas aymaras para dar servicio de alojamiento turístico comunitario.

Ver todo en PDF

CONTACTO

Cooperandino Chile

Diego Portales 840, Edificio Shopping Center, Oficina 160. Arica, Chile. Teléfono: 58 - 228657 **
E-Mail: proyectoafc@gmail.com

Vista Blog Cooperativa¹
www.cooperandino.blogspot.com

¹ Blog, es un sitio Web para publicar datos, noticias, actividades y otros documentos de interés de una empresa o persona.

COOPERANDINO CHILE - Windows Internet Explorer

http://www.cooperandino.blogspot.com/

COOPERANDINO CHILE

martes 4 de noviembre de 2008

TALLER DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL PROYECTO AFC VICUÑA DE FIA

En el marco de las actividades del proyecto AFC Vicuña de FIA, se realizó los días 31 de Julio y 01 de agosto un Taller de Fortalecimiento organizacional y técnicas de negociación.



Esta actividad tuvo por finalidad fortalecer el desarrollo organizacional de los socios de la Cooperativa de Servicios Andinos de Chile y transferir habilidades sociales y de negociación, de forma tal, de abordar desde una óptica cultural y ética las futuras negociaciones con las distintas dimensiones que están insertos en el modelo de negocio de las fibras de camélidos sudamericanos.

Esta actividad de capacitación fue dictada por el Sr. Jaime García, Profesor de Negociación del Programa Executive MBA y Director del Centro de Negociación de la Universidad Adolfo Ibáñez.

Los resultados esperados del taller en los participantes son:

- 1.- Hacer apreciaciones del entorno y de las circunstancias para determinar, de modo efectivo, las acciones futuras dentro de un contexto relacional. Aprender a ver y verse.
- 2.- Apreciar a los actores de una negociación, determinar el tipo de poder que constituyen, los caracteres y estilos y reconocer sus estados de ánimo. Aprender a entender y entenderse.

Windows Vista
Internet | Modo protegido: activado

COOPERANDINO... CAPITULO 3 RE... Document1... INFORME TEC... ES

Vista Blog Cooperativa
Noticia de Taller de Fortalecimiento Organizacional

XIV Bibliografía

- Técnicas para el Manejo productivo de la Vicuña en Chile. 2005 FIA.
- Manual Básico de Procedimientos Técnicos para el Manejo Productivo de la vicuña. Proyecto AFC Vicuña FIA – Surire. 2007.



XV.- Anexos

ANEXO 1 : FICHA DATOS PERSONALES

FICHA REPRESENTANTE(S) LEGAL(ES)

(Esta ficha debe ser llenada tanto por el Representante Legal del Agente postulante o Ejecutor como por el Representante Legal del Agente Asociado)

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Representante legal del Agente Postulante y Coordinadora Principal		
Nombres	Gloria		
Apellido Paterno	Castro		
Apellido Materno	castro		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Universidad de Tarapacá		
RUT de la Organización	70.770.800-k		
Tipo de Organización	Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	Privada
Cargo o actividad que desarrolla en eia	Académica		
Dirección (laboral)	18 de Septiembre 2222		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Arica		
Fono	205872		
Fax			
Celular	84286707		
Email	gcastro@uta.cl		
Web	www.surire.cl		
Género	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino <input checked="" type="checkbox"/>
Etnia (B)	Aymará		
Tipo (C)	profesional		

(A), (B), (C): Ver notas al final de este anexo

(Se deberá repetir esta información tantas veces como números de representantes legales participen)



FICHA COORDINADORES Y EQUIPO TÉCNICO

(Esta ficha debe ser llenada tanto por el Coordinador Principal, Coordinador Alternativo y cada uno de los integrantes del Equipo Técnico)

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Coordinadora Alternativa		
Nombres	Patricia		
Apellido Paterno	Sanhueza		
Apellido Materno	Zenobio		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Sociedad de Hecho Surire		
RUT de la Organización	50.969.910-0		
Tipo de Organización	Pública	Privada	x
Cargo o actividad que desarrolla en ella			
Profesión	Ing. Comercial – Ing. Adm- de Empresas		
Especialidad	Finanzas y Administración		
Dirección (laboral)	Diego Portales 840, Edif. Shopping Center of. 160		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Arica		
Fono	228657		
Fax	228657		
Celular	83605028		
Email	pattysanhueza@gmail.com		
Web			
Género	Masculino	Femenino	x
Etnia (B)	sin clasificar		
Tipo (C)	Profesional		

(A), (B), (C): Ver notas al final de este anexo



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Jefe Técnico del Proyecto		
Nombres	Rodrigo		
Apellido Paterno	Barra		
Apellido Materno	Novoa		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Sociedad de Hecho Surire		
RUT de la Organización	50.969.910-0		
Tipo de Organización	Pública	Privada	<input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella			
Profesión	Ing. Ejecución en Turismo – Esp. Gestión de Proyectos y Estrategia Empresarial. Exportación de fibra de camélidos.		
Especialidad			
Dirección (laboral)	Diego Portales 840, Edif. Shopping Center of. 160		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota.		
Ciudad o Comuna	Arica		
Fono	228657		
Fax	228657		
Celular	97412218		
Email	rodrigobarra7@yahoo.es		
Web			
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino
Etnia (B)	sin clasificar		
Tipo (C)	Profesional		



Tipo de actor en el Proyecto (A)	Equipo Técnico		
Nombres	Jorge		
Apellido Paterno	Jimenez		
Apellido Materno	Subieta		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Sociedad de Hecho Surire		
RUT de la Organización	50.969.910-0		
Tipo de Organización	Pública	Privada	x
Profesión	Técnico Agrícola		
Especialidad			
Dirección (laboral)	Diego Portales 840, Edif. Shopping Center of. 160		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Arica		
Fono	228657		
Fax	228657		
Celular			
Email	jsubieta@gmail.com		
Web			
Género	Masculino	x	Femenino
Etnia (B)	sin clasificar		
Tipo (C)	Técnico		

(Se deberá repetir esta información tantas veces como números de coordinadores e integrantes del equipo técnico participen)



FICHA PARTICIPANTES O BENEFICIARIOS DIRECTOS

(Esta ficha debe ser llenada por cada uno de los beneficiarios directos o participantes vinculados al proyecto)

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	Teodora		
Apellido Paterno	Castro		
Apellido Materno	Fernandez		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular		
Tipo de Organización	Pública	Privada	x
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Ganadera-artesana		
Dirección (laboral)	Azabache 2255		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Arica		
Celular	89782743		
Género	Masculino	Femenino	x
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	Luisa		
Apellido Paterno	Yucra		
Apellido Materno	Mamani		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Hospital Juan Noe		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	x Privada	
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Facilitadora de Asuntos Indogenas de la Salud		
Profesión			
Especialidad			
Dirección (laboral)	18 de Septiembre 1000		



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Arica		
Celular	989420017		
Género	Masculino		Femenino x
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	sin clasificar		

(A), (B), (C): Ver notas al final de este anexo

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	German		
Apellido Paterno	Flores		
Apellido Materno	Mamani		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular Ankara		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada x
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Ganadero		
Profesión			
Especialidad			
Dirección (laboral)	Ankara s/n localidad de Chislluma		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	General Lagos		
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	x	Femenino
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	Margarita		
Apellido Paterno	Flores		
Apellido Materno	Chura		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular Ankara		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	<input type="checkbox"/> Pública	<input type="checkbox"/> Privada	<input checked="" type="checkbox"/> X
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Ganadera		
Profesión			
Especialidad			
Dirección (laboral)	Ankara s/n localidad de Chisluma		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	General Lagos		
Fono			
Celular			
Email			
Web			
Género	<input checked="" type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> XX
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		



Beneficiario Directo: Productor					
Tipo de actor en el Proyecto (A)					
Nombres	Carlos				
Apellido Paterno	Inquiltupa				
Apellido Materno	caballero				
RUT Personal					
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular				
RUT de la Organización					
Tipo de Organización	<table border="1"> <tr> <td>Pública</td> <td></td> <td>Privada</td> <td>x</td> </tr> </table>	Pública		Privada	x
Pública		Privada	x		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Ganadero				
Profesión					
Especialidad					
Dirección (laboral)	Pueblo de Caquena s/n comuna de Putre				
País	Chile				
Región	Arica y Parinacota				
Ciudad o Comuna	Putre				
Fono	215014				
Fax					
Celular					
Email					
Web					
Género	<table border="1"> <tr> <td>Masculino</td> <td>x</td> <td>Femenino</td> <td></td> </tr> </table>	Masculino	x	Femenino	
Masculino	x	Femenino			
Etnia (B)	aymara				
Tipo (C)	Productor individual pequeño				

Beneficiario Directo: Productor					
Tipo de actor en el Proyecto (A)					
Nombres	Juana				
Apellido Paterno	Inquiltupa				
Apellido Materno					
RUT Personal					
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular				
RUT de la Organización					
Tipo de Organización	<table border="1"> <tr> <td>Pública</td> <td></td> <td>Privada</td> <td>x</td> </tr> </table>	Pública		Privada	x
Pública		Privada	x		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Artesana - Ganadera				
Profesión					
Especialidad					



Dirección (laboral)	Pueblo de Caquena s/n Putre		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Putre		
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	Femenino	x
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	Rosa		
Apellido Paterno	Huanca		
Apellido Materno			
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	Privada	x
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Ganadera		
Profesión			
Especialidad			
Dirección (laboral)	Pueblo de Caquena s/n Putre		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Putre		
Fono			
Fax			
Celular			
Género	Masculino	Femenino	x
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	Ana		
Apellido Paterno	Huanca		
Apellido Materno			
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	<input type="checkbox"/> Pública	<input type="checkbox"/> Privada	<input checked="" type="checkbox"/> x
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Artesana - Ganadera		
Profesión			
Especialidad			
Dirección (laboral)	Pueblo de Caquena s/n Putre		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Putre		
Fono			
Fax			
Celular			
Género	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Femenino	<input checked="" type="checkbox"/> x
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		



Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	Genera		
Apellido Paterno	Flores		
Apellido Materno	Alave		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular Limani		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada x
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Artesana – Ganadera		
Profesión	Estudiante		
Especialidad			
Dirección (laboral)	Rio matoquito		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	General Lagos		
Fono			
Fax			
Celular	76623365		
Género	Masculino		Femenino x
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	Juan		
Apellido Paterno	Flores		
Apellido Materno	Maita		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular Limani		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada x
Cargo o actividad que desarrolla en ella			
Profesión			
Especialidad			



GOBIERNO DE CHILE
 FUNDACIÓN PARA LA
 INNOVACIÓN AGRARIA

Dirección (laboral)	Limani s/n Localidad de Cosapilla		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	General Lagos		
Fono			
Fax			
Celular			
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		

	Beneficiario Directo: Productor		
Tipo de actor en el Proyecto (A)			
Nombres	Juan		
Apellido Paterno	Quispe		
Apellido Materno	Quispe		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Ganadero		
Profesión			
Especialidad			
Dirección (laboral)	Estancia Misitune, Guallatire		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Putre		
Fono	291473		
Fax			
Celular			
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		



Beneficiario Directo: Productor	
Tipo de actor en el Proyecto (A)	
Nombres	Jorge
Apellido Paterno	Quelca
Apellido Materno	Flores
RUT Personal	
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Asociacion Indigena de General Lagos Markas Laycus
RUT de la Organización	
Tipo de Organización	<input type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Secretario - Ganadero
Profesión	
Especialidad	
Dirección (laboral)	Chapoco S/n
País	Chile
Región	Arica y Parinacota
Ciudad o Comuna	General Lagos
Fono	217566
Fax	
Celular	
Género	<input checked="" type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
Etnia (B)	aymara
Tipo (C)	Productor individual pequeño

Beneficiario Directo: Productor	
Tipo de actor en el Proyecto (A)	
Nombres	Rolando
Apellido Paterno	Manzano
Apellido Materno	
RUT Personal	
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Asociacion Indigena de General Lagos Markas Laycus
RUT de la Organización	
Tipo de Organización	<input type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Presidente – Ganadero
Profesión	
Especialidad	
Dirección (laboral)	Chaca 2020 Pobl. San Jose
País	Chile
Región	Arica y Parinacota

Ciudad o Comuna			
Fono	229245		
Fax			
Celular			
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		

Tipo de actor en el Proyecto (A)	Beneficiario Directo: Productor		
Nombres	Conrado		
Apellido Paterno	Blanco		
Apellido Materno	Mamani		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Particular		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Ganadero		
Profesión			
Especialidad			
Dirección (laboral)	Estancia Chivatambo - Guallatire		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Putre		
Fono	223415 - 248688		
Fax			
Celular			
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino
Etnia (B)	aymara		
Tipo (C)	Productor individual pequeño		

(Se deberá repetir esta información tantas veces como números de participantes o beneficiarios directos participen y/o estén vinculados al proyecto)

Se entenderán por beneficiarios directos del proyecto todas aquellas personas, productores, organizaciones, empresas u otra entidad, que sin poder constituirse en asociados de la propuesta, de alguna manera participan en el proyecto realizando un aporte a éste y a la vez recibiendo algún tipo de beneficio por dicha participación. En el caso de Productores se deberá llenar los siguientes cuadros:



ANTECEDENTES GLOBALES DE PARTICIPACIÓN DE PRODUCTORES

REGIÓN	TIPO PRODUCTOR	GÉNERO FEMENINO	GÉNERO MASCULINO	ETNIA (INDICAR SI CORRESPONDE)	TOTALES
Arica y Parinacota.	PRODUCTORES PEQUEÑOS	10	8	Aymaras	18
	PRODUCTORES MEDIANOS-GRANDES				
	PRODUCTORES PEQUEÑOS				
	PRODUCTORES MEDIANOS-GRANDES				

ANTECEDENTES ESPECÍFICOS DE PARTICIPACIÓN DE PRODUCTORES

NOMBRE	UBICACIÓN PREDIO			Superficie Hás	Fecha ingreso al proyecto
	Region	Comuna	Dirección Postal		
Juan Quispe	XV	Putre	Avd. concepcion 3797-Arica	1.747	Marzo/2007
Conrado Blanco	XV	Putre	Toesca 2277 campo verde-Arica	1.200	Marzo/2007
Rolando Manzano	XV	General Lagos	Chaca 2020 Pobl. San Jose – Arica	180	Marzo/2007
Mercedes Rojas	XV	Colchane	Tambo Quemado 3494 – Arica	300	Marzo/2007
Jorge Quelca	XV	General Lagos	Chapoco S/n Visviri	250	Marzo/2007



ANEXO 2 : FICHA DATOS ORGANIZACIÓN

FICHA AGENTES POSTULANTES Y ASOCIADOS

(Esta ficha debe ser llenada tanto por el Agente Postulante o Ejecutor, como por cada uno de los Agentes Asociados al proyecto)

Tipo de actor en el Proyecto (D)			
Nombre de la organización, institución o empresa	Castro Fernandez Teodora Agripina y Otros Sociedad de Hecho Surire		
RUT de la Organización	50.969.910-0		
Tipo de Organización	Pública	Privada	<input checked="" type="checkbox"/>
Dirección	Azabache 2255		
País	Chile		
Región	Arica Y Parinacota.		
Ciudad o Comuna	Arica		
Fono	242941 - 228657		
Fax	228657		
Email	surire21@yahoo.es		
Web	www.surire.cl		
Tipo entidad (E)	empresas productivas y/o procesamiento		

(D), (E) : Ver notas al final de este anexo



FICHA ORGANIZACIONES PARTICIPANTES O BENEFICIARIOS DIRECTOS

(Esta ficha debe ser llenada por cada una de las organizaciones, instituciones o empresas que participan y/o están vinculadas al proyecto)

Tipo de actor en el Proyecto (D)	Agente asociado		
Nombre de la organización, institución o empresa	Corporación Nacional Forestal		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	Privada
Dirección	Vicuña Mackenna 820		
País	Chile		
Región	Arica y Parinacota		
Ciudad o Comuna	Arica		
Fono	201201 - 201211		
Fax	201200		
Email			
Web	www.conaf.cl		
Tipo entidad (E)	Instituciones o entidades públicas.		

Tipo de actor en el Proyecto (D)	Organización Vinculada al Proyecto		
Nombre de la organización, institución o empresa	Universidad para la Cooperación Internacional		
RUT de la Organización	3-002-145470		
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección	Barrio Escalante de la Iglesia Santa Teresita este, 400 norte		
País	Costa Rica		
Región	San José		
Ciudad o Comuna	San José		
Fono	283-6464 234-7340		
Fax	280-8433		
Email	lsanroman@uci.ac.cr		
Web	www.uci.ac.cr		
Tipo entidad (E)	Universidades Extranjeras		

(D), (E) : Ver notas al final de este anexo

(Se deberá repetir esta información tantas veces como números de participantes o beneficiarios directos participen y/o estén vinculados al proyecto)

(D) Tipo de actores en el proyecto (Organizaciones)



- | |
|--|
| Actores —▶ Agente postulante o Ejecutor |
| —▶ Agente(s) Asociado(s) |
| —▶ Beneficiario Directo: Empresa y/ Organización vinculada al Proyecto |
| —▶ Empresa productiva o comercial |
| —▶ Organización o Asociación de productores |

(E) Tipo de entidad

Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas
Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores pequeños
Organización o Asociación de Productores mediano-grande
Empresas productivas y/o de procesamiento
Sin clasificar

ANEXO II

NOTICIAS PÚBLICADAS

EDICIÓN N° 171

PAGINA 2 Nacional

-Fruta Chilena Corre con
Ventaja Para Llegar
al Mercado Chino

PAGINA 3 Nacional

-Marigen Hornkohl
Pidió Confianza al
Asumir el Ministerio
de Agricultura

PAGINA 4 Nacional

-Exportaciones de
Alimentos Elaborados
Totalizaron US\$1.423
Millones a Noviembre
-Nacional al Día

PAGINA 5 Internacional

-Cae 30% Inversión en
Ganadería Argentina por
Descontento de
Productores
-Internacional al Día

PAGINA 6 Estadísticas

Fibras de Vicuña, el Oro Ganadero de la XV Región

La finalidad del proyecto es aumentar las alternativas de trabajo y sustento de las familias indígenas que viven en uno de los sectores más pobres de Chile: El altiplano de Arica y Parinacota.

que la fibra de vicuña sea tan cotizada?

La fibra de vicuña es la más fina a nivel mundial después del gusano de seda y entre los camélidos sudamericanos también. Además, en el mundo hay una escasez de este material, por ello Argentina nos compra a nosotros y a Perú y Bolivia también.

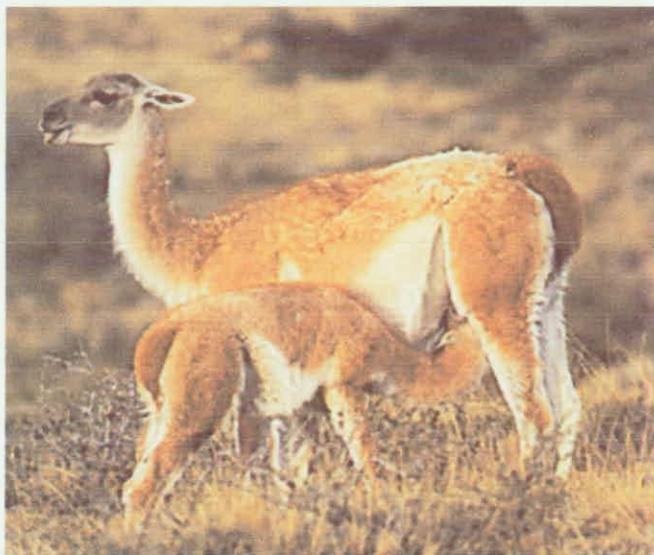
—¿La fibra es procesada?

Hay dos modos de venderla, en forma bruta o pura. La bruta es exportar la fibra tal cual se extrajo del animal. Por otro lado, la pura consta de un proceso de descordado, lo que la hace más costosa.

—¿Cuántos kilos de fibra extraen por vicuña y alpaca?

Una vicuña te da 200 gramos de fibra como máximo. Esta se distingue entre vellón y garra, la primera se conserva en mejores condiciones que la segunda, porque "garra" se refiere a las patas del animal, por ende, es fibra más deteriorada, gruesa, larga y sucia, por ello se vende a US\$220 el kilo, aún así se exporta porque también tiene su mercado. Por otro lado, una alpaca te da tres kilos de fibra y los precios son muy diferentes en comparación con la lana de vicuña. De hecho, no podemos contrastar los US\$700 que vale el kilo de fibra de vicuña con los US\$8 de la fibra blanca de alpaca y los US\$5,5 de la fibra de color del mismo animal.

—¿Es bueno el comercio para la venta de fibra de



■ **ESCASEZ.** La fibra de vicuña es la más fina a nivel mundial después del gusano de seda, y entre los camélidos sudamericanos también. Además, en el mundo hay una escasez de este material, señaló Sanhueza.

alpaca también?

Hace 20 años que la hoy región de Arica y Parinacota no exportaba fibra de alpaca, recién en 2007 se acabó con esa inmovilidad, significando un ingreso de US\$4.500 aproximadamente. Se exportó casi una tonelada al mismo importador de fibra de vicuña en Argentina.

PROYECCIONES

—¿Cuánto dinero proyectan para el 2008 por concepto de ventas?

Para este año se proyectan 25 kilos a US\$700, lo que equivale a US\$18.000. Esa proyección es sólo considerando la fibra de vicuña en semi-cautiverio. Los años anteriores se tenía una producción de 13 kilos aproximadamente, hoy se estiman 25.

—¿Hay nuevos mercados donde llegar?

Italia podría ser un potencial comprador, pero para entrar allá los requerimientos son mayores. Sin embargo, por medio de Argentina llegamos a

Europa de todas formas, ya que exporta sus productos hechos con fibra de vicuña a través de Pelama Chubut S.A.

—¿Tienen sólo compromisos con Argentina o le pueden vender a otros países?

Nosotros no tenemos un amarre de contrato con Argentina, sino que hacemos una licitación internacional y al mejor postor, de entre los 25 países que son potenciales compradores, se le vende.

—¿Han pensado en un proyecto donde se fabrique con la lana de vicuña o alpaca?

Se hacen 100 kilos anuales de fibra de vicuña, lo que es muy poco para producir con ella. Además, la maquinaria que se necesita para sacar una prenda básica es muy costosa, se requiere de una alta inversión. Por otro lado, la alpaca que se está trabajando se usa como unidad complementaria, las mujeres artesanas podrían llegar a un mercado con sus productos se venden informalmente. @agro

Con ventas de fibra de vicuña y alpaca que significaron US\$40.000 para las familias aymarás durante 2007, los ganaderos se preparan para vender US\$18.000 sólo por concepto de estos animales en semi-cautiverio, sin contar los silvestres.

—¿Cuánto se demoró el proyecto en dar resultados positivos?

Los resultados se dieron en la primera etapa y desde la fecha estamos en escalamiento de precios, por ejemplo, en 2001 se exportaba a US\$540 el kilo de fibra de vicuña, y el año pasado lo hicimos a US\$700.

—¿Qué característica hace

BUSCAR BLOG

MARCAR BLOG

Siguiente blog»

Crear un blog | Acceder

COOPERANDINO CHILE

Cooperandino Chile es una organización Aymara dedicada a la Producción y Comercialización Asociativa de Fibra de Camélidos Sudamericanos, fue creada en el año 2007, en el marco del proyecto denominado "Producción y Exportación de Fibras de Camélidos Sudamericanos Bajo Manejo Asociativo Sustentable con Comunidades Aymaras de la Región de Tarapacá", Financiado por la Fundación Para la Innovación Agraria (FIA) y ejecutado por la Sociedad de Surire.

Archivo del blog

▼ 2008 (4)

▼ noviembre (2)

TALLER DE TURISMO RURAL
COMUNITARIOTALLER DE FORTALECIMIENTO
ORGANIZACIONAL
PROYECTO ...

► junio (2)

CONTACTO

Cooperandino
Chile

Diego Portales 840, Edificio
Shopping Center, Oficina 160.
Arica, Chile. Teléfono: 58 -
228657 ** E-Mail:
proyectoafc@gmail.com

Ver todo mi perfil

martes 11 de noviembre de 2008

TALLER DE TURISMO RURAL COMUNITARIO

En el marco de las actividades del proyecto AFC Vicuña de FIA, los días 8 y 9 de septiembre se realizó un Taller de turismo Rural Comunitario con la participación de la

expositora Leyla Solano, Antropóloga y especialista en turismo ecológico y comunitario de la Universidad para la Cooperación Internacional de Costa Rica.



Este Taller nace del convenio internacional firmado entre la casa de estudios UCI de Costa Rica y el proyecto AFC Vicuña en el año 2007, y que por programa de actividades quedó agendado para la temporada 2008, con el objetivo de fortalecer las capacidades técnicas de los emprendedores aymaras beneficiarios del proyecto AFC Vicuña que se encuentran desarrollando un proyecto de habilitación y puesta en valor de los caseríos o viviendas aymaras para dar servicio de alojamiento turístico comunitario.

Los contenidos del curso fueron los siguientes:

1. Conocimiento de los conceptos, elementos y técnicas disponibles, que están involucrados en la definición de un producto turístico y sus estándares asociados, para una iniciativa rural comunitaria.

2. Conocimiento teórico y lineamientos prácticos generales para la aplicación del modelo de emprendimiento local, como base para la generación y administración de servicios turísticos en comunidades.

3. Conocimiento de los posibles impactos de la actividad turística sobre los sistemas ecológicos y sociales, y las posibles alternativas para su manejo.

4. Conocimiento de modelos de gestión participativos de áreas silvestres protegidas en Costa Rica.

Por: Ing. Rodrigo Barra Novoa
Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña. FIA-Surire.
Publicado por Cooperandino Chile en 10:48 0 comentarios

martes 4 de noviembre de 2008

TALLER DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL PROYECTO AFC VICUÑA DE FIA

En el marco de las actividades del proyecto AFC Vicuña de FIA, se realizó los días 31 de Julio y 01 de agosto un Taller de Fortalecimiento organizacional y técnicas de negociación.



Esta actividad tuvo por finalidad fortalecer el desarrollo organizacional de los socios de la Cooperativa de Servicios Andinos de Chile y transferir habilidades sociales y de negociación, de forma tal, de abordar desde una óptica cultural y ética las futuras negociaciones con las distintas dimensiones que están insertos en el modelo de negocio de las fibras de camélidos sudamericanos.

Esta actividad de capacitación fue dictada por el Sr. Jaime García, Profesor de Negociación del Programa Executive MBA y Director del Centro de Negociación de la Universidad Adolfo Ibáñez.

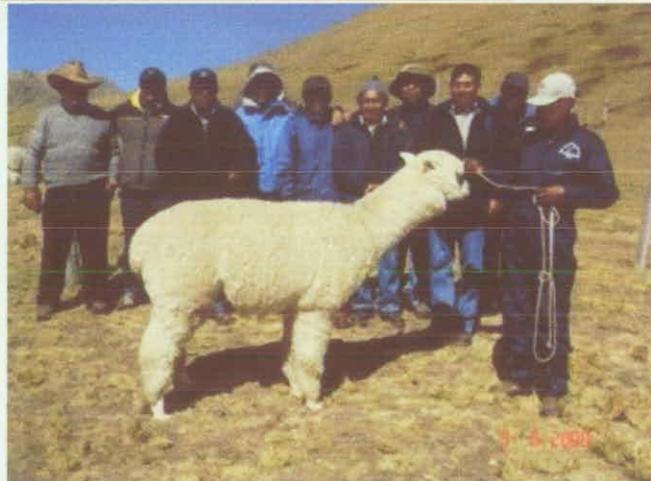
Los resultados esperados del taller en los participantes son:

- 1.- Hacer apreciaciones del entorno y de las circunstancias para determinar, de modo efectivo, las acciones futuras dentro de un contexto relacional. Aprender a ver y verse.
- 2.- Apreciar a los actores de una negociación, determinar el tipo de poder que constituyen, los caracteres y estilos y reconocer sus estados de ánimo. Aprender a entender y entenderse.
- 3.- Distinguir entre negociación y conflicto, sus orígenes y maneras de enfrentarlos.
- 4.- Interpretar los hechos, reconocer las especulaciones y determinar las posibilidades que configuran una relación de largo plazo. Aprender a escuchar y escucharse.
- 5.- Construir relaciones basadas en la confianza y en el respeto mutuo.

Publicado por Cooperandino Chile en 11:01 0 comentarios

miércoles 18 de junio de 2008

GANADEROS AYMARAS PARTICIPARÓN EN UN CURSO DE CAPACITACIÓN SOBRE LA CRIANZA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN CAMÉLIDOS SUDAMÉRICANOS



Entre los días 01 al 06 de Junio del 2008, ganaderos y profesionales del Proyecto AFC Vicuña de FIA, realizaron un curso de formación sobre la crianza, manejo e innovación Tecnológica en camélidos sudamericanos, en la ciudad de Puno, Perú.

Esta actividad fue realizada, en la facultad de medicina veterinaria de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Entre los contenidos abordados en el curso de formación se destacan; el manejo sanitario de los camélidos, empadres controlados, esquila de camélidos, innovación tecnológica,

descordado, clasificación y manejo de fibras.

A su vez, los avances técnicos y de investigación se vieron reflejados en las visitas de campo al fundo Chocoaquilla Alpacas y el centro multicomunal de manejo de vicuñas de Picotani. El primero de estos, pertenece al Sr. Porfirio Díaz, catalogado como uno de los mejores criadores y productores de alpacas del mundo, y la segunda visita permitió observar los avances técnicos, organizativos y de gestión de la productora de fibra de vicuña.

Esta actividad de capacitación, se realizó en el marco del Proyecto AFC Vicuña, el cual tiene por objetivo, la consolidación productivo comercial de una cooperativa de servicios para la comercialización asociativa de fibras de camélidos y el fortalecimiento de las capacidades técnicas y productivas de las unidades ganaderas de base de la organización aymara.

Por último, los ganaderos participantes mostraron un gran interés por invertir en un corral de empadre controlado, con el objetivo de mejorar y recuperar el patrimonio genético de los rebaños de alpaca y aumentar la calidad y finura de la fibra de estos camélidos.

Por: Ing. Rodrigo Barra Novoa, Jefe Técnico proyecto AFC Vicuña.
FIA - Surire

Publicado por Cooperandino Chile en 7:46 0 comentarios

martes 17 de junio de 2008

COOPERATIVA DE SERVICIOS ANDINOS DE CHILE

Cooperandin



o Chile es una organización Aymara dedicada a la Comercialización Asociativa de Fibra de Camélidos Sudamericanos, fue creada en el año 2007, en el marco del proyecto denominado "Producción y Exportación de Fibras de Camélidos Sudamericanos Bajo Manejo Asociativo Sustentable con Comunidades Aymaras de la Región de Tarapacá", Financiada por la Fundación Para la Innovación Agraria (FIA) y ejecutado por la Sociedad de Surire.

Cooperandino Chile, busca el desarrollo sustentable de las comunidades aymaras del altiplano de la Provincia de Parinacota, a través de la producción y comercialización de fibras nobles y el desarrollo del turismo rural comunitario.

Publicado por Cooperandino Chile en 14:22 0 comentarios

Suscribirse a: [Entradas \(Atom\)](#)



¿Qué es FIA?

Financiamiento para Innovación

Temas de interés

Bases de Datos

Centro de Documentación

Lunes, 06 de Enero de 2009

Inicio | Temas de Interés | Chile busca posicionarse como productor de fibra ...

Gracias a emprendimiento de AFC:

Chile busca posicionarse como productor de fibra

- **Asociación de 60 familias aymarás lleva seis años exportando fibra de vicuña, y acaba de concretar el primer embarque de lana de alpaca a Argentina.**

Un **Taller de Validación de Resultados** para conocer los beneficios y las acciones futuras a seguir en el "**Proyecto Manejo y Comercialización Fibra Vicuña**", reunió a los ganaderos aymarás y a representantes de instituciones del agro en Arica.



La actividad fue organizada por los integrantes del Proyecto AFC Vicuña FIA-Surire y participaron miembros de la Seremi de Agricultura, Fundación de Innovación Agraria (FIA), CONAMA, CONAF, CONADI, INDAP y los criadores aymarás de las comunas de Putre, General Lagos y Colchane.

En lo comercial, el grupo de 60 familias productoras, que trabaja en la iniciativa AFC Vicuña FIA-Surire, ha exportado en los últimos seis años fibra de vicuña por US\$220.000 y, recientemente, concretó el primer envío de fibra de alpaca, con destino a Argentina.

En la reunión, los participantes se informaron de los resultados alcanzados por esta iniciativa que, en el largo plazo, busca el posicionamiento de Chile como productor de fibra. Los ganaderos calificaron como fundamental darle valoración a este producto tanto en el país como en el extranjero.

La Seremi de Agricultura, Ana Cecilia Rojas, destacó que "el manejo y comercialización de la fibra de vicuña es un instrumento que forma parte del proyecto AFC Vicuña FIA-Surire. Gracias a este taller, las comunidades pueden conocer las opiniones de todos los beneficiados que participan en el proyecto y, asimismo, pueden aportar ideas que optimicen la ejecución del trabajo".

Al final del taller, los ganaderos señalaron que, durante estos años, han logrado formar una organización con vínculos estables entre las unidades productivas asociadas. Esto les ha permitido fortalecer técnicamente el manejo de vicuñas y aumentar sus ingresos por exportación de la fibra. Además, la iniciativa FIA-Surire les ha hecho valorar no sólo a este camélido como un recurso patrimonial, sino que también el legado de los pueblos andinos.

Gabriela Casanova, Jefa de la Unidad Valorización de Resultados del FIA, señaló estar sorprendida por el interés de los productores para asistir al taller. "Estas comunidades han sido capaces de ser protagonistas de la producción y venta de la fibra de vicuña. Ahora se encuentran en una fase organizacional y de consolidación comercial, lo que es muy importante para todos los objetivos que tienen los ganaderos", manifestó.

Subir

- Noticias
- Agenda
- Postulaciones Abiertas
- Calendarios FIA
- Base Nacional Proyectos
- Información Geográfica
- Catálogo Publicaciones
- Venta de Publicaciones
- Antena Tecnológica
- Documentos FIA
- Preguntas Frecuentes

Banco Negocios FIA

Reforma Previsional
Chile se la ganó

Sumario
TICs
"Herramientas para mejorar la competitividad del agro"

Encuesta de Servicios FIA

Gobierno Transparente

UNIDAD DE EMERGENCIA AGRÍCOLA

Buscar



buscar...

jueves, 06 de noviembre de 2008

MENÚ PRINCIPAL

- Inicio
- Contactar
- Noticias Otros Medios
- Buscar
- Foro
- Emprendedores
- Fotos Sociales

Administrador

Administración

ACCESO

Usuario

Clave

Recordarme

Entrar

[¿Recuperar clave?](#)

[¿Quiere registrarse?](#)

[Regístrate aquí](#)

Usted está en: Inicio

[Atención Virtual](#) | [Tienda Virtual](#) | [Mercado Laboral](#) | [Formulario de Postulación](#) | [Red de Inversionistas](#)

[Inicio](#) [Quienes Somos](#) [Servicios](#) [Incubadora](#) [Preguntas Frecuentes](#)

IMPARTE CAPACITACION:

martes, 29 de abril de 2008

EXPERTO INTERNACIONAL EN TURISMO

El experto internacional en turismo de intereses especiales, Arnaldo Rodríguez, imparte un seminario de capacitación a los emprendedores de esta área de la Incubadora de Negocios "Tarapacá Incuba".



La jornada está dirigida a los integrantes del proyecto "Turismo Rural Comunitario" que obtuvieron el primer lugar en el Concurso Innovación para el Turismo de Intereses Especiales, organizado por la Incubadora de Negocios "Tarapacá Incuba", dependiente de la Universidad de Tarapacá y el Programa Territorial Integrado, PTI, CORFO.

La idea de negocio apunta a la creación de una red asociativa de albergues familiares o lodges andinos para las localidades altiplánicas de la provincia de Parinacota, en un modelo demostrativo y experiencial de Turismo Rural Comunitario.

Integran esta red Teodora Castro (Surire), Germán Flores (Ankara), Luisa Yucra (Pacharaquez-Caquena), Juan Flores (Liman), Juan Quispe (Misitune) y Carlos Inquiltupa (Cculiculine). Todos ellos representados por el profesional Rodrigo Barra Nova.

La jornada –que contó con presencia del gerente Oscar Cofré; jefa de proyectos, Ana María Espíndola; consultor Bernabé Díaz; arquitecto Andrés Carevic y las asesoras Alexandra Lemus y Mercedes Van Bladel, entre los principales- tendrá una duración de cuatro días y se desarrolla en los salones del Club de Leones San Marcos de Arica.

En la primera sesión, el ecuatoriano Arnaldo Rodríguez se refirió a la actividad turística especialmente vinculada a los eco-albergues, resaltando su experiencia en la Amazonia y las islas Galápagos.

Se refirió a la importancia del mercadeo de los eco-albergues, es decir saber vender este producto. Destacó los tipos de turismo como el sustentable, ecoturismo, turismo de aventuras, turismo rural, turismo de naturaleza, entre otros, y explicó las características y diferencias entre ellos.

Contó que en encuestas aplicadas a turistas ellos solicitan como básico una habitación doble, baño privado y agua caliente. "Piden confort pero no lujo y el baño es un elemento esencial porque no les gustan los baños compartidos", señaló a los emprendedores aymaras.

EXPERIENCIA

Desglosó aspectos como el sistema turístico y sus partes, atractivos naturales y culturales, localización y accesibilidad, diseño arquitectónico, plan de negocios y determinación de tarifas, entre otros.

El consultor ecuatoriano dio a conocer también la experiencia del ecolodge "Oveja Negra", un sistema de albergue típico que goza de gran éxito en Ecuador, principalmente por su tratamiento ambiental, utilización de materiales de la zona y respeto por la naturaleza.



Modificado el (martes, 29 de abril de 2008)

ENCUESTAS

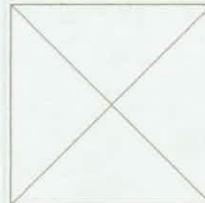
¿Cree que emprendimientos relacionados con medicina alternativa deban ser apoyados por la Incubadora

- Sí
- No
- Me da lo mismo

Votar

Resultados

REPRODUCTOR



¿QUIÉN ESTÁ EN LÍNEA?

Hay 1 invitado en línea

[< Anterior](#)

[Siguiente >](#)

[\[Volver\]](#)



buscar...

Jueves, 06 de noviembre de 2008

MENÚ PRINCIPAL

- Inicio
- Contactar
- Noticias Otros Medios
- Buscar
- Foro
- Emprendedores
- Fotos Sociales

Administrador

Administración

ACCESO

Usuario

Clave

Recordarme

Entrar

[¿Recuperar clave?](#)

[¿Quiere registrarse?](#)

[Regístrate aquí](#)

Usted está en: Inicio

[Atención Virtual](#) | [Tienda Virtual](#) | [Mercado Laboral](#) | [Formulario de Postulación](#) | [Red de Inversionistas](#)

[Inicio](#) [Quienes Somos](#) [Servicios](#) [Incubadora](#) [Preguntas Frecuentes](#)

PLANTEA CONSULTOR ECUATORIANO:

martes, 06 de mayo de 2008

TURISMO HOME STAYS

Un taller de capacitación por 3 días en diseño, manejo y comercialización de ecoalbergues y una visita de campo de 2 días dentro del marco del proyecto Red Asociativa de Albergues Familiares para localidades altiplánicas de Parinacota en un modelo demostrativo de Turismo Rural Comunitario, efectuó el consultor ecuatoriano Arnaldo Rodríguez.



El experto se reunió con los emprendedores turísticos de la Incubadora de Negocios "Tarapacá Incuba", de la Universidad Tarapacá de Arica y profesionales asesores, presentando ejemplos de ecoalbergues en el orbe, el negocio de los ecoalbergues y mercadeo, entre otros. El especialista en turismo sustentable, con 20 años de experiencia en manejo, marketing, interpretación y desarrollo, estuvo a cargo de la operación de Kapawi Ecologde and Reserve en la Amazonía ecuatoriana desde 1995 hasta 2004. Ha desarrollado consultorías en América Latina y Africa para diversas organizaciones. Por más de 10 años ha laborado con comunidades indígenas en Latinoamérica y Madagascar. Ha desarrollado y operado ecolodges con base comunitaria en la amazonía ecuatoriana. Durante su permanencia en la zona visitó Surire, Misitune, Ankara, Caquena y Limani, junto al arquitecto Andrés Carevic, al consultor Bernabé Díaz y coordinador Rodrigo Barra. Después del recorrido efectuó un diagnóstico el cual compartió con los integrantes de la Red Teodora Castro (Surire), Germán Flores (Ankara), Luisa Yucra (Pacharaquez-Caquena), Juan Flores (Limani), Juan Quispe (Misitune) y Carlos Inquiltupa (Cculiculline). Resaltó que los caseríos se encuentran dentro de áreas protegidas y destacó la tranquilidad y paz de los espacios vírgenes, expresando que en esta zona se aplica más el concepto de Turismo Home Stays. "Los caminos son buenos, hay motivación de la comunidad que tiene una cultura aymara con costumbres, bailes, cantos. Este altiplano es más diverso que en otros países", expresó, sugiriendo a la vez que los lugareños pueden otorgar el servicio turístico que implica dar alimentación propia de la familia, participación de las labores de la precordillera y altiplano como búsqueda de leña, floreo, pastoreo. También entregó informes sobre las debilidades y amenazas para este tipo de turismo, las cuales fueron analizadas entre todos los participantes. Rodríguez es guía naturalista del Parque Nacional Galápagos y Amazonía Ecuatoriana y ha sido invitado a dar conferencias en Stanford, California y el Tecnológico de Monterrey, México.

Modificado el (martes, 06 de mayo de 2008)

[< Anterior](#) [Siguiente >](#)

[\[Volver\]](#)



InnovaChile
CORFO



ChileIncuba

ENCUESTAS

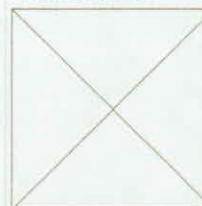
¿Cree que emprendimientos relacionados con medicina alternativa deban ser apoyados por la Incubadora

- Sí
- No
- Me da lo mismo

Votar

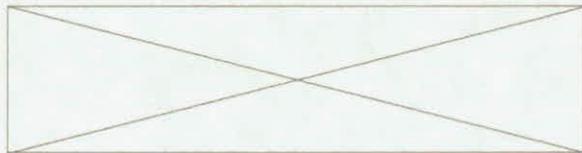
Resultados

REPRODUCTOR



¿QUIÉN ESTÁ EN LÍNEA?

Hay 1 invitado en línea



Última actualización: 12:24 hrs.
05 Enero 2009
22818 visitas hoy

El Morro cotudo nuestro diario de cada día

Contáctenos

Local

Nacional

Internacional

Cultura

Deporte

Economía

Política

Sociedad

Tecnología

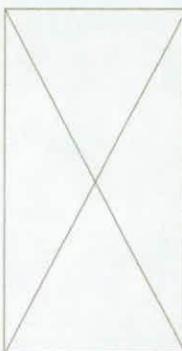
Columnas

Entrevistas

Servicios

Editorial

Vida social



<< Enero 2009

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sá	Do
		1	2	3	4	
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Hoy en la Red

05/01/09 11:05

Más de 3.000 voluntarios participarán de los últimos Trabajos de Verano de Un Techo para Chile (elrepuertero.cl)

Productores de Fibra de Vicuña capacitados en Turismo Rural en Costa Rica

categorias: [Local](#) - [Economía](#)

Durante ocho días un grupo de productores de fibra de vicuña participaron de una pasantía en Costa Rica, con el objetivo de realizar un curso de formación en Turismo Rural, asociado a sus labores productivas y territorio.

Leído 1417 veces

Escrito por [Corresponsales El Morro cotudo](#)



Entre los días 02 y 10 de Julio del presente año, un grupo de productores de fibra de vicuña, realizaron una pasantía en la **Universidad para la Cooperación Internacional**, en Costa Rica, actividad que tuvo por objetivo realizar un curso de formación de turismo rural, en la cual los participantes adquirieron experiencias de compartir conocimiento técnico con especialistas y recoger experiencias de campo, que les ayude a clarificar el como abordar en sus comunidades un esquema de turismo rural asociado a sus labores productivas y su territorio.

Este curso de turismo rural fue financiado por las actividades de formación

Buscar



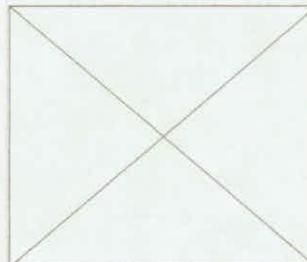
[INSCRIBETE COMO CORRESPONSAL](#)

[Publicar Artículo](#)

[Manual para Publicar](#)

[Avisos Clasificados](#)

[Publicar un Aviso Clasificado](#)



Corresponsales destacados



[Gloria Delucchi](#)



[Héctor Mamani S.](#)



[Ricardo Jorquera Dinamarca](#)

Video de la Semana



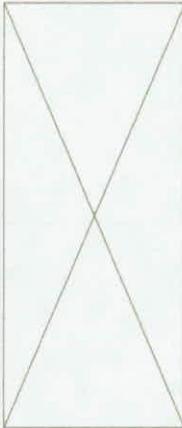
Saludos de los Diarios Ciudadanos en el Lanzamiento de [El Paradiario 14 de La Florida](#)

05/01/09 11:00
Europa envía misión a la Franja de Gaza ¿Se logrará que cese el fuego? (laopinon.cl)

05/01/09 10:55
¡No más vacas gordas!, Beneficios de Codelco caerán un 85% en 2009 (elrancahuaso.cl)

05/01/09 10:50
Logros del Mineduc durante el 2008 fueron destacados por Ministra Mónica Jiménez (elobservado.cl)

05/01/09 10:45
Dura Crítica a Evo Morales por "Regalo" de Aguas del Río Silala (elnortero.cl)



Avisos clasificados

VEHÍCULOS & ACCESORIOS
(05 avisos)

PROPIEDADES ARRIENDAN
(05 avisos)

PROPIEDADES VENDEN
(05 avisos)

COMPUTACIÓN E INTERNET
(05 avisos)

FOTOGRAFÍA & ELECTRÓNICA
(05 avisos)

EMPLEOS BUSCAN
(05 avisos)

EMPLEOS OFRECEN
(05 avisos)

HOGAR & ELECTRODOMÉSTICOS
(05 avisos)

2007 para proyectos financiados por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), y en calidad de contraparte participaron **la Seremía de Agricultura de la Región de Tarapacá, el Programa Territorial Integrado Turismo de Intereses Especiales de Arica Parinacota de CORFO, QUIBORAX, la Sociedad de Surire, los ganaderos aymarás y profesionales participantes.**

Este curso de formación contó con un monto de financiamiento de \$ 11.046.560.-. Por otra parte, los participantes de la actividad de formación fueron: Deysl Castro, Sociedad de Surire, Sofía Yucre, Unidad productiva de Pacharaquez, German Flores, Unidad Productiva de Ankara, Juan Quispe, Unidad Productiva de Misitune, Patricia Sanhueza, Coordinadora Alternativa Proyecto AFC Vicuña y Rodrigo Barra, Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña.

La actividad que se extendió por 8 días, tuvo dos etapas, la primera por medio de un enfoque teórico que permitió sentar las bases de aquellos conocimientos técnicos y de instrumentos de trabajo, que permitan generar criterios en los participantes, para entender y evaluar la realidad, así como determinar oportunidades de cambio en sus respectivos escenarios. Para ello, se conocieron conceptos básicos de turismo rural comunitario, evaluación y potencialidad del turismo, aplicación del modelo de emprendimiento local, identificación de oportunidad del negocio turístico, impactos de la actividad turística sobre los sistemas ecológicos y sociales, las posibles alternativas para su manejo y turismo en áreas silvestre protegidas.

La segunda etapa se realizó por medio de un estudio de casos prácticos, en la cual los participantes tuvieron la posibilidad de extraer lecciones por medio de visitas de campo. En esta etapa se visitaron los siguientes emprendimientos de turismo rural:

Nacientes Palmichal (ADESSARU): Comunidad que se organizó para proteger las aguas y los bosques de la cuenca Nacientes Palmichal, para llevar a la población hábitos y costumbres de protección y conservación ambiental. Actualmente cuenta con más de 50 asociados, de los cuales han sido parte de una experiencia de participación ciudadana a nivel local. Esto ha permitido que la asociación cuente con un aula ambiental abierta, donde los niños, estudiantes, profesores y vecinos puedan aprender sobre el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, conocer sobre las prácticas conservacionistas y compartir mediante un turismo agro ecológico los recursos de la cuenca, disfrutar las bellezas escénicas del bosque primario y compartir la multiculturalidad donde conviven grupos de campesinos con grupos étnicos Huetar en la Reserva Indígena de Qitirrisí.

Por medio de esta visita se logró observar pequeñas unidades productivas, como por ejemplo producción de abono orgánico, cultivo de hortalizas con prácticas orgánicas, ecoturismo, producción de artesanía, cría y pesca sustentable y producción de biogas

Reserva los Campesinos: Esta reserva natural está protegida por la Asociación de Productores de Vainilla (ASOPROVA), constituida por las personas de la comunidad de la quebrada de Arroyo en la cuenca alta del río Savegre, la cual se organiza para experimentar con iniciativas encaminadas a la conservación y uso sostenible de los recursos naturales, vainilla, cacao, canela, reforestación con especies nativas y protección del bosque favoreciendo la conservación del suelo, el agua y la biodiversidad. La vainilla y el cacao eran actividades agroforestales prometedoras que sin embargo por problemas de enfermedades y de mercado hicieron a los agricultores abandonar estos cultivos, quedando las personas en una situación económica muy difícil.

Es por esta razón que la Asociación desarrolló una iniciativa de turismo rural comunitario, con el apoyo del Programa de Pequeñas Donaciones del PNUD, construyendo un albergue, senderos y facilidades para el turismo de naturaleza, siendo favorecida todas las familias de la comunidad con esta nueva actividad complementaria.

Este emprendimiento turístico cuenta con hospedaje con baño privado, cocina a leña para preparar platos típicos, facilidades para observación de la naturaleza, 4 kilómetros de sendero, un puente colgante de 130 metros de largo y 40 de altura, un andarivel entre árboles gigantes y dos miradores.

Hacienda Pozo Azul:
Este emprendimiento turístico nace de la necesidad de una empresa dedicada a la producción de leche de vaca, instalación que recibía turistas de paso que deseaban conocer el proceso productivo, lo cual generaba un problema, ya que, el personal muchas veces dejaba de lado sus labores para responder las inquietudes de los visitantes. A partir de esto y en vista que se contaba con un hermoso paisaje rodeado de bosque, ríos y animales silvestres, se da inicio a un proyecto familiar de agroturismo y turismo aventura, en la que se conjuga el aprendizaje del manejo de un establecimiento de producción lechera con servicio de hospedaje,

CURSO de

Más Leídos Hoy

Reclaman Nueva Elección de CORES
154 veces

"Nosotros necesitamos Jardines Infantiles donde haya Inclusión Social y Cultural"
72 veces

Una Historia hecha Tradición: "La Pascua de Los Negros"
51 veces

Guerra de Israel contra Hamas inicia su Segunda Semana
45 veces

No es Web... Es Tendencia: Las Personas comienzan a Informarse Más por Internet que por los Diarios Impresos
40 veces

Escucha hoy en Podcaster

El Caset #14 Especial homenaje a Federico Moura, el líder de Virus que nos dejó hace 20 años.

Si La Cama Hablara #45 Quizás tu relación de pareja es perfecta, salvo por un detalle: la pasión ya se ha alejado.

Últimos Comentarios

UFFFF, COMPLICADO, PERO A LA
hace 4 mins 44 segs

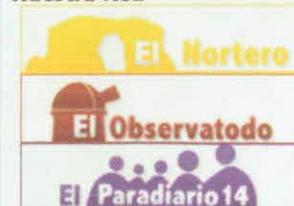
Aconsejo a los papás y
hace 12 mins 19 segs

Hola: Mi familia por parte
hace 18 mins 43 segs

Excelente, tema y es bueno
hace 23 mins 49 segs

cada dia me gustan mas los
hace 33 mins 47 segs

Nuestra Red



OTROS SERVICIOS PROFESIONALES
(05 avisos)

MÚSICA, LIBROS & PELÍCULAS
(05 avisos)

alimentación y actividades de aventura, como el canopy, rafting, rapel, tiendas de campaña y caminatas en senderos de excursión.

Este curso nace de una necesidad del proyecto **"Producción y Exportación de Fibra de Vicuña Bajo Manejo Asociativo Sustentable con Comunidades Aymarás del Altiplano de la Región de Tarapacá"**, el cual es ejecutado por la Sociedad de Surire y financiado por FIA, y el cual tiene por objetivo la conformación de una gestionadora productiva comercial para la exportación asociativa de fibra de vicuña de las unidades productivas del altiplano de la Región de Tarapacá. De esta forma se podrán establecer las actividades de apoyo transversal para aprovechar las inmejorables condiciones de mercado de la fibra de vicuña y conjuntamente se podrá generar las bases para la incorporación de otras actividades económicas como por ejemplo el desarrollo del turismo.

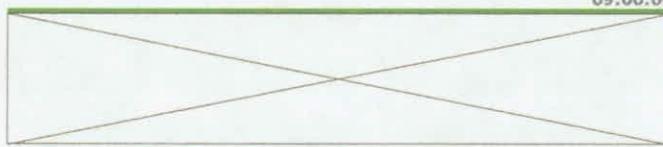
Por último, a partir del curso realizado nace un importante convenio de apoyo entre la Universidad para la Cooperación Internacional, la Escuela de Áreas Silvestres Protegidas y el actual proyecto en ejecución, lo cual permitirá potenciar el sector turístico del área de intervención de la iniciativa en funcionamiento.

Domingo 5 de Agosto 2007

[Imprimir](#) [Enviar por mail](#)



Última Actualización: 2007-08-05
09:00:00



1 Comentario

nicomedes:

PUBLICADO EN: VIERNES 28 DE NOVIEMBRE 2008 03:39:58 PM

mi gustaria tener un dilogo sobre el curso y tambien comentar sobre el conservacion de la vicuña en el peru y sobre la comercializacion de la fibra de vicuña

Publica un Comentario

Nombre:

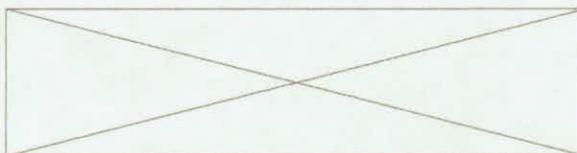
Email:

Sitio web:

Comentarios:

[Publicar](#)

PORQUE SOMOS REGION...



Última actualización: 12:21 hrs.
05 Enero 2009
22734 visitas hoy

El Morro cotudo nuestro diario de cada día

Contáctenos

Local

Nacional

Internacional

Cultura

Deporte

Economía

Política

Sociedad

Tecnología

Columnas

Entrevistas

Servicios

Editorial

Vida social

Potenciarán Exportación de Fibra de Vicuña fortaleciendo Asociatividad

categorias: [Local](#) - [Economía](#)

Proyecto financiado por la Fundación para la Innovación Agraria, a través del Ministerio de Agricultura, priorizará la asociatividad entre unidades productoras y el desarrollo de nuevos valores agregados para consolidar proceso exportador.

Leído 2906 veces

Escrito por [Corresponsales El Morrocotudo](#)



Por **Denizard Gallardo**

Nuevos apoyos técnicos y financieros para fortalecer la asociatividad entre los ganaderos camélidos y generar nuevos valores agregados a la actividad vicuñera y alpaquera, brindará desde este año la Fundación para la Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura, a través del proyecto "Producción y Exportación de Fibra de Vicuña Bajo Manejo Asociativo con las Comunidades Aymaras del Altiplano de la Primera Región", adjudicado a la sociedad ganadera aymara de Surire.

Según la coordinadora alterna del proyecto por parte de Surire, Patricia Sanhueza, lo que se busca es contar en dos años con una gestionaora productiva comercial que reúna a la mayor cantidad de comunidades y

Buscar



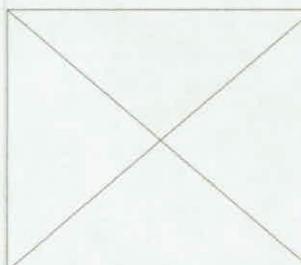
INSCRIBETE COMO CORRESPONSAL

Publicar Artículo

Manual para Publicar

Avisos Clasificados

Publicar un Aviso Clasificado



Corresponsales destacados



Gloria Delucchi



Héctor Mamani S.

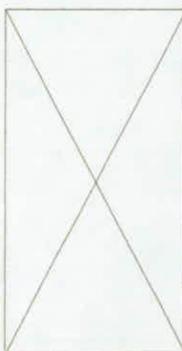


Ricardo Jorquera Dinamarca

Video de la Semana



Saludos de los Diarios Ciudadanos en el Lanzamiento de **El Paradiario14 de La Florida**



<< Enero 2009

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sá	Do
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Hoy en la Red

05/01/09 11:05

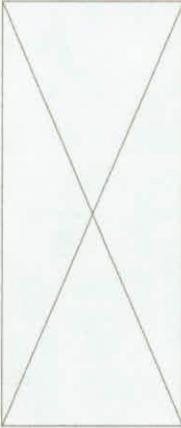
Más de 3.000 voluntarios participarán de los últimos Trabajos de Verano de Un Techo para Chile (elrepuerto.cl)

05/01/09 11:00
Europa envía misión a la Franja de Gaza ¿Se logrará que cese el fuego? (laopinon.cl)

05/01/09 10:55
¡No más vacas gordas!, Beneficios de Codelco caerán un 85% en 2009 (elrancahuaso.cl)

05/01/09 10:50
Logros del Mineduc durante el 2008 fueron destacados por Ministra Mónica Jiménez (elobservatodo.cl)

05/01/09 10:45
Dura Crítica a Evo Morales por "Regalo" de Aguas del Río Silala (elnortero.cl)



Avisos clasificados

VEHÍCULOS & ACCESORIOS
(05 avisos)

PROPIEDADES ARRIENDAN
(05 avisos)

PROPIEDADES VENDEN
(05 avisos)

COMPUTACIÓN E INTERNET
(05 avisos)

FOTOGRAFÍA & ELECTRÓNICA
(05 avisos)

EMPLEOS BUSCAN
(05 avisos)

EMPLEOS OFRECEN
(05 avisos)

HOGAR & ELECTRODOMÉSTICOS
(05 avisos)

unidades productivas, que sea eficaz y equitativa en la retribución económica al esfuerzo desplegado por cada unidad productora.

El proyecto además quiere estandarizar las competencias técnicas de los ganaderos aymaras para el manejo del predescerdado y la clasificación de la fibra, tanto de vicuña como de Alpaca, para presentar una oferta nacional "uniforme" al mercado internacional.

La Seremi de Agricultura de la Primera Región, Ana Cecilia Rojas, señaló que la aprobación de estos recursos demuestra la apuesta que está haciendo el ministerio por desarrollar nuevas fuentes de ingreso en la provincia de Parinacota.

Nuevos productos, nuevos mercados

Hasta ahora, la fibra de vicuña se vende al extranjero con un porcentaje de suciedad (predescerdado) del 10% y no se aprovechan las cerdas (pelo grueso) que se encuentran tanto en las garras (orilla de entrepiernas y brazos) como en el Vellón (lomo) de la Vicuña. Sin embargo, con las nuevas técnicas, la idea es aprovechar toda la lana del animal, y que llegue con la mínima cantidad de impurezas.

En el caso de la fibra de alpaca, la idea es clasificarla en distintos colores y procesarla como hilo, para exportar este producto desde Chile, y no sacarla de manera informal por el hito tripartito. Así se genera un producto por el cual se paga mejor.

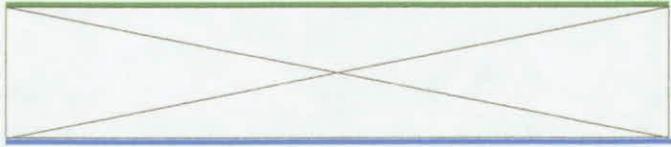
El proyecto cuenta con un aporte FIA de 60 millones de pesos, y otro de 18 millones de pesos de la Sociedad Surire con sus unidades productoras asociadas (Limani, Cculiculline, Ankara y Lagunillas). Además tiene apoyo de la CONAF valorizado en 5 millones de pesos por distintos conceptos de asesoría.

Patricia Sanhueza agregó que se han presentado nuevos proyectos a INDAP para equipar a las unidades productivas con maquinarias y mangas móviles. Además se analiza el establecimiento de actividades económicas complementarias como el agroturismo y la artesanía.

Sábado de 02 de Junio de 2007

[Imprimir](#) [Enviar por mail](#)

Última Actualización: 2007-06-02 08:00:00



1 Comentario

CURSO de

Más Leídos Hoy

Reclaman Nueva Elección de CORES
153 veces

"Nosotros necesitamos Jardines Infantiles donde haya Inclusión Social y Cultural"
72 veces

Una Historia hecha Tradición: "La Pascua de Los Negros"
50 veces

Guerra de Israel contra Hamas inicia su Segunda Semana
45 veces

No es Web... Es Tendencia: Las Personas comienzan a Informarse Más por Internet que por los Diarios Impresos
40 veces

Escucha hoy en Podcaster

El Caset #14 Especial homenaje a Federico Moura, el líder de Virus que nos dejó hace 20 años.

Si La Cama Hablara #45 Quizás tu relación de pareja es perfecta, salvo por un detalle: la pasión ya se ha alejado.

Todas las mañanas

Últimos Comentarios

Aconsejo a los papás y
hace 9 mins 16 segs

Hola: Mi familia por parte
hace 15 mins 40 segs

Exelente, tema y es bueno
hace 20 mins 46 segs

cada día me gustan mas los
hace 30 mins 44 segs

Amigos, Solo un breve
hace 47 mins 19 segs

Nuestra Red





pro CHILE



Buscar [Inicio](#) [Regístrese](#) [¿Quiénes Somos?](#) [Contáctenos \(OIRS\)](#)

en
-- elija donde buscar

[volver](#)

SERVICIOS

- > Servicios de ProChile
- > Directorio Exportador
- > Estadísticas de Comercio Exterior
- > Links de Interés
- > Biblioteca Virtual
- > Certificación de Origen
- > Ferias Internacionales
- > Calidad y Medioambiente
- > Estudios a Pedido
- > Preguntas Frecuentes

INSTITUCION

- > ProChile en el Mundo
- > ProChile en Regiones
- > Portales Institucionales

CAPACITACION

- > Exportar Paso a Paso
- > Taller Orientación para Exportar



OFICINA REGIONAL ARICA Y PARINACOTA

NOTICIAS REGIONALES

Aymarás inician exportación de fibra de alpaca

El primer envío a Argentina se enmarca dentro de un proyecto que busca dar nuevas alternativas de negocios a familias indígenas de la Región de Arica y Parinacota.

SANTIAGO.- La primera exportación de fibra de alpaca, con destino a Argentina, concretaron productores aymarás de la XV Región.

El envío —que se efectuó, a fines del 2007, a través de la Sociedad Ganadera Aymara Surire de la provincia de Parinacota— se enmarca en el proyecto "Producción y exportación de fibra de vicuña bajo manejo asociativo sustentable con comunidades aymarás del Altiplano de la Región de Tarapacá".

Éste es financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) y su objetivo es fomentar la asociatividad entre los productores de fibra de vicuña, alpaca y llama de la zona, para contribuir al desarrollo productivo del recurso camélido. La inversión en esta iniciativa asciende a poco más de \$75.400.000, de los cuales FIA aportó algo más de \$59.147.900.

Esta exportación se suma a los embarques de fibra de vicuña que ya está haciendo el grupo de productores aymarás, y que les han reportado ingresos cercanos a los US\$220.000 entre 2002 y 2007.

A la fecha, la Sociedad Ganadera Aymara Surire —que es la firma comercializadora que se creó— cuenta con una cartera de 25 clientes, entre los que figuran empresas Italianas, Inglesas y alemanas. Pero ha sido Pelama Chubut S.A., de Argentina, la compañía que ha mostrado un mayor interés comercial, porque con esta materia prima fabrica paños que son enviados al extranjero.

"Esto nos demuestra que en el altiplano chileno existe una oportunidad clara para desarrollar un negocio innovador, el cual también debe aprovechar la buena situación zoonosanitaria de nuestro país", afirma Rodrigo Vega, director ejecutivo de FIA.

Gloria Castro, coordinadora general de la Sociedad Ganadera Aymara Surire, explica que uno de los objetivos de esta iniciativa es aprovechar la gran demanda internacional y el alto precio de la fibra de alpaca en los mercados extranjeros, donde el kilo puede alcanzar US\$6,5 (lana blanca) y US\$5,5 (lana color).

Para generar volumen y hacer viable la actividad exportadora, se han ido sumando participantes al proyecto. Hoy 60 familias aymarás de las comunas de Putre y General Lagos, se benefician de la venta de la fibra.

"La asociatividad la logramos realizando actividades de sensibilización y difusión del proyecto, con la finalidad de captar a otras unidades productoras", señala Gloria Castro.

7-1-2008

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias>.

Consultas sobre Exportaciones Asistencia al Exportador: (56-2) 676 5700.

Central Telefónica: (56-2) 827 5100

© 2007, PROCHILE. Todos los derechos reservados / Políticas de Privacidad





¿Qué es FIA?

Financiamiento para Innovación

Temas de interés

Bases de Datos

Centro de Documentación

Lunes, 06 de Enero de 2009

Inicio | Noticias | Aymarás inician exportación de fibra de alpaca ...

Lunes, 07 de Enero de 2009

Noticias

Agenda

Postulaciones Abiertas

Calendarios FIA

Base Nacional Proyectos

Información Geográfica

Catálogo Publicaciones

Venta de Publicaciones

Antena Tecnológica

Documentos FIA

Preguntas Frecuentes

Banco Negocios FIA

Reforma Previsional
Chile se la ganóSeminario
TICs
"Herramientas para mejorar
la competitividad del agro"Encuesta de
Servicios FIAGobierno
TransparenteUNIDAD DE
EMERGENCIA
AGRICOLA

Buscar

Con apoyo de FIA:

Aymarás inician exportación de fibra de alpaca

- El primer envío a Argentina se enmarca dentro de un proyecto que busca dar nuevas alternativas de negocios a familias indígenas de la Región de Arica y Parinacota.

La primera exportación de fibra de alpaca, con destino a Argentina, concretaron productores aymarás de la XV Región.

El envío, que se efectuó a fines del 2007 a través de la Sociedad Ganadera Aymara Surire de la provincia de Parinacota, se enmarca en el proyecto "Producción y exportación de fibra de vicuña bajo manejo asociativo sustentable con comunidades aymarás del Altiplano de la Región de Tarapacá".



Éste es financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) y su objetivo es fomentar la asociatividad entre los productores de fibra de vicuña, alpaca y llama de la zona, para contribuir al desarrollo productivo del recurso camélido. La inversión en esta iniciativa asciende a \$ 75.424.499, de los cuales FIA aportó \$59.147.353.

Esta exportación se suma a los embarques de fibra de vicuña que ya está haciendo el grupo de productores aymarás, y que les han reportado ingresos cercanos a los US\$ 220.000 entre 2002 y 2007.

A la fecha, la Sociedad Ganadera Aymara Surire —que es la firma comercializadora que se creó— cuenta con una cartera de 25 clientes, entre los que figuran empresas italianas, inglesas y alemanas. Pero ha sido Pelama Chubut S.A., de Argentina, la compañía que ha mostrado un mayor interés comercial, porque con esta materia prima fabrica paños que son enviados al extranjero.

"Esto nos demuestra que en el altiplano chileno existe una oportunidad clara para desarrollar un negocio innovador, el cual también debe aprovechar la buena situación zoonosanitaria de nuestro país", afirma Rodrigo Vega, director ejecutivo de FIA.

Gloria Castro, coordinadora general de la Sociedad Ganadera Aymara Surire, explica que uno de los objetivos de esta iniciativa es aprovechar la gran demanda internacional y el alto precio de la fibra de alpaca en los mercados extranjeros, donde el kilo puede alcanzar US\$ 6,5 (lana blanca) y US\$ 5,5 (lana color).

"Otra de sus metas —agrega Castro— es instalar una unidad que gestione en forma productiva y comercial la fibra que obtienen los productores para buscarles un poder comprador y exportarla. Este trabajo también hará posible integrar entidades públicas y privadas con los microempresarios nortinos", señala la coordinadora general.

Para generar volumen y hacer viable la actividad exportadora, se han ido sumando participantes al proyecto. Hoy 60 familias aymarás de las comunas de Putre y General Lagos, se benefician de la venta de la fibra.

"La asociatividad la logramos realizando actividades de sensibilización y difusión del proyecto, con la finalidad de captar a otras unidades productoras", señala Gloria Castro.

El reto de la calidad

Introducir lana de camélidos en los mercados internacionales, también exigirá estandarizar las competencias técnicas de los productores indígenas para el manejo, limpieza y clasificación de la fibra, con la finalidad de ofrecer lana de igual característica y calidad.

En el caso de la fibra de alpaca, es necesario separarla en distintos colores y procesarla como hilo para exportarla. Hasta hace poco tiempo, estos envíos se hacían informalmente a través de los pasos fronterizos.

Otro aspecto que suma valor a la iniciativa, es que el manejo de los animales y su esquila está vigilado por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). Así, la coordinación público-privada en el cuidado de camélidos es constante, porque el encadenamiento productivo-comercial obliga a que las familias aymarás tengan sus permisos sanitarios correspondientes.

A su vez, este proyecto, juega un rol importante para el sector ganadero en materia de gestión, ya que canaliza nuevos recursos y genera los nexos de coordinación necesaria para establecer protocolos de manejo en forma participativa con la institución pública.

[Subir](#)



Chile Potencia Alimentaria

Búsqueda



Contenidos por fecha

<< enero, 2009 >>

lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom
29	30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1

- Portada
- Agenda Alimentaria
- Alimentación y Salud
- Biotecnología en Acción
- Cursos
- Desarrollos Rurales
- Documentos
- Energía
- Entrevistas
- Historias y Personajes
- Innovación
- Láminas
- Medio Ambiente
- Mercados y Negocios
- Opiniones/Debates
- Regulaciones
- Contacto

RSS



Agenda Alimentaria

- U. de Chile analiza posibilidades para ser potencia agroalimentaria
- Subsecretario Ruiz destacó ante el CAS la estrategia chilena para enfrentar crisis mundial
- Valparaiso: Apicultores realizan positivo balance de año

Alimentación y Salud

- El efecto del tiempo en los antioxidantes
- Cambio climático y salud humana
- Claves para enfrentar las celebraciones de fin de año y no subir de peso

Biotecnología

Con apoyo de FIA, aymarás inician exportación de fibra de alpaca

07/01/2008



El primer envío a Argentina se enmarca dentro de un proyecto que busca dar nuevas alternativas de negocios a familias indígenas de la Región de Arica y Parinacota.

(Unidad Comunicación y Prensa FIA) La primera exportación de fibra de alpaca, con destino a Argentina, concretaron productores aymarás de la XV Región.

El envío —que se efectuó a través de la Sociedad Ganadera Aymara Surire de la provincia de Parinacota— se enmarca en el proyecto "Producción y exportación de fibra de vicuña bajo manejo asociativo sustentable con comunidades aymarás del Altiplano de la Región de Tarapacá".

Éste es financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) y su objetivo es fomentar la asociatividad entre los productores de fibra de vicuña, alpaca y llama de la zona, para contribuir al desarrollo productivo del recurso camélido. La inversión en esta iniciativa asciende a \$ 75.424.499, de los cuales FIA aportó \$59.147.353.

Esta exportación se suma a los embarques de fibra de vicuña que ya está haciendo el grupo de productores aymarás, y que les han reportado ingresos cercanos a los US\$ 220.000 entre 2002 y 2007.

A la fecha, la Sociedad Ganadera Aymara Surire —que es la firma comercializadora que se creó— cuenta con una cartera de 25 clientes, entre los que figuran empresas italianas, inglesas y alemanas. Pero ha sido Pelama Chubut S.A., de Argentina, la compañía que ha mostrado un mayor interés comercial, porque con esta materia prima fabrica paños que son enviados al extranjero.

"Esto nos demuestra que en el altiplano chileno existe una oportunidad clara para desarrollar un negocio innovador, el cual también debe aprovechar la buena situación zoonosanitaria de nuestro país", afirma Rodrigo Vega, director ejecutivo de FIA.

Gloria Castro, coordinadora general de la Sociedad Ganadera Aymara Surire, explica que uno de los objetivos de esta iniciativa es aprovechar la gran demanda internacional y el alto precio de la fibra de alpaca en los mercados extranjeros, donde el kilo puede alcanzar US\$ 6,5 (lana blanca) y US\$ 5,5 (lana color).

"Otra de sus metas —agrega Castro— es instalar una unidad que gestione en forma productiva y comercial la fibra que obtienen los productores para buscarles un poder comprador y exportarla. Este trabajo también hará posible integrar entidades públicas y privadas con los microempresarios nortinos", señala la coordinadora general.

Para generar volumen y hacer viable la actividad exportadora, se han ido sumando participantes al proyecto. Hoy 60 familias aymarás de las comunas de Putre y General Lagos, se benefician de la venta de la fibra.

"La asociatividad la logramos realizando actividades de sensibilización y difusión del proyecto, con la finalidad de captar a otras unidades productoras", señala Gloria Castro.

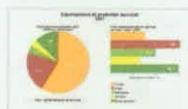
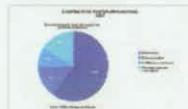
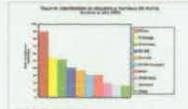
El reto de la calidad

Introducir lana de camélidos en los mercados internacionales, también exigió estandarizar las competencias técnicas de los productores indígenas para el manejo, limpieza y clasificación de la fibra, con la finalidad de ofrecer lana de igual característica y calidad.

En el caso de la fibra de alpaca, es necesario separarla en distintos colores y procesarla como hilo para exportarla. Hasta hace poco tiempo, estos envíos se hacían informalmente a través de los pasos fronterizos.

Otro aspecto que suma valor a la iniciativa, es que el manejo de los animales y su esquila está vigilado por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG). Así, la coordinación público-privada en el cuidado de camélidos es constante, porque el encadenamiento productivo-comercial obliga a que las familias aymaras tengan sus permisos sanitarios correspondientes.

A su vez, este proyecto, juega un rol importante para el sector ganadero en materia de gestión, ya que canaliza nuevos recursos y genera los nexos de



Gráficas
Imágenes

Conversaciones
Foro

Crisis Alimentaria
Mundial

Comentarios recientes

- erika duyvestein dijo hola &n...
hace 1 hora 29 mins
- marcos dijo respuesta flame
hace 1 hora 46 mins
- Gonzalo Allendes dijo comunicarte al mail gonzalo.al...
hace 3 horas 6 mins
- Gonzalo Allendes dijo si el proyecto esta caminando...
hace 3 horas 8 mins
- José Miguel Guerrero Mateluna dijo Información
hace 10 horas 49 mins
- Javier Piedra dijo Carne de res
hace 16 horas 53 mins

Proveedores
Exportadores
Recibidores
Consultores
Servicios

Ir a directoriofruta.cl

Agricultura

- Calda en noviembre confirma freno en exportaciones de vino
- Las claves para enfrentar 2009 en el agro
- Eduardo Meersohn "El mercado de referencia del trigo debe ser EE.UU. y no Argentina"
- Temporada 2009: el complicado año que esperan los sectores productivos del agro

Ganadería

- Productores lecheros mantienen rechazo a fusión entre Nestlé y Soprole

- o [Abril de 2008](#)
- o [Marzo de 2008](#)
- o [Febrero de 2008](#)
- o [Diciembre de 2007](#)
- o [Noviembre de 2007](#)

• Enlaces

- o [ACI](#)
- o [ACI Américas](#)
- o [Cooperativismo en avance](#)
- o [Departamento de Cooperativas](#)
- o [ICECOOP](#)
- o [Oibescoop](#)

• Comentarios

- o [Juan Araya en Cooperativa de Ahorro y Crédito del Microempresario Indígena \(Connicoop\)](#)
- o [Reinaldo en Ley General de Cooperativas y las Cooperativas de Ahorro y Crédito](#)
- o [Walter Choquehuanca Soto en Potencialidades de las cooperativas](#)
- o [karina peraza en Celebración Día Internacional del Cooperativismo](#)
- o [Daniel Contreras en Potencialidades de las cooperativas](#)

Enero 2009

L M X J V S D

1 2 3 4

5 6 7 8 9 10 11

12 13 14 15 16 17 18

19 20 21 22 23 24 25

26 27 28 29 30 31

[« Nov](#)

Capacitación Cooperativa de Ganaderos Aymara

✦ Escrito por admin



Fuente: <http://www.fia.cl/>

Exitosa capacitación de ganaderos aymarás en Perú

Curso en manejo de camélidos de la Universidad peruana de San Marcos, les permitirá introducir innovaciones en manejo genético para el mejoramiento de sus ganados de alpaca, con vistas a obtener fibras de mayor calidad para la exportación.

Altamente positivo resultó el curso de capacitación sobre crianza, manejo e innovación tecnológica de camélidos andinos -que dictó la Universidad Nacional Mayor San Marcos de Puno (Perú)- para

ganaderos aymarás y profesionales de Cooperandino Chile de la Región de Arica y Parinacota.

El curso, que se desarrolló en la Facultad de Medicina Veterinaria de esa casa de estudios, abordó, entre otros temas, el manejo sanitario de los camélidos, empadres controlados (cruzas controladas), esquiva de camélidos, innovación tecnológica utilizada, descerado, clasificación y manejo de fibras.

La participación en esta actividad tuvo el apoyo de FIA y se realizó en el marco del proyecto "Producción y Exportación de Fibras de Camélidos Sudamericanos najo Manejo Asociativo Sustentable con Comunidades Aymarás de la Región de Tarapacá", cuyo objetivo es la consolidación productivo-comercial de una cooperativa de servicios para la venta asociativa de fibras de camélidos y el fortalecimiento de las capacidades técnicas y productivas de las unidades ganaderas de base de la organización aymara.

Para ello se creó Cooperandino Chile, asociación que comercializa la fibra de camélidos de la zona desde el año 2007, y que se formó a partir de la Sociedad de Surire, ejecutora de la iniciativa. Cooperandino Chile busca el desarrollo sustentable de las comunidades aymarás del altiplano de la Provincia de Parinacota, a través de la producción y comercialización de fibras nobles y el desarrollo del turismo rural comunitario.

El jefe técnico del Proyecto AFC Vicuña de FIA-Surire, Rodrigo Barra, señala que el grupo aymara resultó impactado por el avance en innovación tecnológica que demuestran los productores de camélidos peruanos, especialmente en todo lo relacionado con mejora genética y la organización relativa al trabajo asociativo, donde cada miembro se esfuerza por cumplir debidamente la tarea específica que le ha sido asignada por el grupo. Agregó que "la calidad de sus animales, la finura y colorido de su fibra, lo han logrado gracias a los empadres controlados (cruza selectiva de los animales) para obtener un mejoramiento de la raza y la calidad de la fibra, algo que se podría replicar en Chile", destacó Barra.

Camélidos andinos en Chile

Según el Centro Silvoagropecuario 2007, el ganado camélido de la Región de Arica y Parinacota está formado por 19.066 alpacas y 17.392 llamas; mientras que las vicuñas se distribuyen principalmente en el Parque Nacional Lauca, la Reserva Nacional las Vicuñas y el Monumento Natural Salar de Surire, áreas protegidas administradas por la CONAF.

Por su parte, Cooperandino Chile maneja unas 1.500 vicuñas, distribuidas en 3 unidades en cautiverio y 4 unidades en estado silvestre. En cuanto a alpacas, los 23 socios de la cooperativa poseen en promedio 130 animales por socio, lo que da un total aproximado de 2.990 ejemplares.

Cooperandino Chile vendió el año pasado 800 kilos de fibra de alpaca a US\$7,5 el kilo de la fibra blanca y a US\$6,5 la de color. A su vez, la fibra de vicuña alcanzó un precio de US\$770 el kilo, el más alto obtenido a nivel internacional.

« [Mensaje de la ACI por el Día Internacional de las Cooperativas](#)
 Celebración Día Internacional del Cooperativismo »

ANEXO III

REGISTROS PRODUCTIVOS TEMPORADA 2008

Unidad Productiva: Cculiculline

Fecha: 14 Noviembre 2008

Crotal	Sexo	Categ	Peso	Vicuña Esquilada	Longitud		Peso Fibra		Tratamiento		
					Fibra	Torax	Vellón	Garra	Antipar	Vitam	Antibio
V-005	H			X	3		209,1	34,0	X	X	
N-168	H			X	3,5		301,7	64,6	X	X	
B-030	H			X	3		282,3	36,0	X	X	
N-152	H			X	3		223,1	58,2	X	X	
V-001	H			X	3		243,7	37,6	X	X	
B-048	M		25	X	3		157,5	27,7	X	X	
B-061	M		26	X	4		225,8	35,6	X	X	
B-047	M		27	X	3,5		204,4	22,5	X	X	
C-503	M		50	X	3		287,2	28,9	X	X	
B-046	M		30	X	4		200,7	37,6	X	X	
A-028	M		38	X	3		278,8	39,2	X	X	
C-507	M		45	X	3,5		220,1	71,1	X	X	
C-500	M		45	X	3		271,7	58,3	X	X	
N-167	H			X	3		181,0	52,0	X	X	
C-126	M			X	3		335,4	74,6	X	X	
V-204	H			X	4		300,0	29,7	X	X	
V-006	H			X	3		176,5	31,5	X	X	
N-501	H			X	4		254,3	40,6	X	X	
C-506	M			X	3		340,2	50,5	X	X	
N-510	H			X	3		234,6	39,2	X	X	
V-007	H			X	3		192,8	28,1	X	X	
N-505	H			X	4		229,0	56,4	X	X	
V-024	H		25	X	4		193,9	21,5	X	X	
N-512	H			X	3,5		299,7	45,8	X	X	
C-505	M			X	3		177,8	40,4	X	X	
C-502	M			X	3,5		307,3	36,6	X	X	
N-401	H			X	4		279,9	67,7	X	X	
N-058	H			X	4		258,4	37,6	X	X	
V-022	H		28	X	4		181,7	18,5	X	X	
A-036	H			X	4		367,2	40,7	X	X	
V-019	H			X	3,5		236,6	32,0	X	X	
V-018	H			X	3,2		255,5	38,5	X	X	
V-017	H		32	X	3,5		201,4	30,1	X	X	
V-015	H		27	X	3,5		240,3	23,5	X	X	
V-013	H		25	X	3,5		149,6	22,0	X	X	
N-164	H			X	3		548,2	88,6	X	X	
S/C2	M			X	3		241,6	45,8	X	X	
N-161	M			X	3		177,3	40,6	X	X	
N-402	M			X	4		262,5	38,6	X	X	
B-044	M		30	X	3		161,0	23,9	X	X	
S/C1	M		44	X	3		230,5	72,4	X	X	
S/C0	M		40	X	3		434,6	105,8	X	X	
A-027	M		40	X	3		292,8	27,4	X	X	
B-043	M		28	X	3,5		135,5	28,5	X	X	
A-409	M		47	X	3,2		345,0	78,8	X	X	
A-040	M			X	3		216,5	29,7	X	X	
A-029	M			X	3		184,7	40,7	X	X	
B-038	M		24		3				X		
B-039	M		27		2,5				X		

B-040	M		26	X	3,5		216,5	29,7	X	X	
B-041	M		20		2,5				X		
B-042	M		20		2,5				X	X	
S/C	M		45		2,5				X		
A-309	M		45		2,5				X		
A-400	M		46		2,5				X		
B-045	M		23		2,5				X		
A-037	M		37		2				X		
A-310	M		40		2,5				X		
A-410	M		46		2,5				X		
S/C3	M		37		2				X		
B-062	H		22		3,5				X		
V-012	H		26		4				X		
N-506	H				2				X		
N-173	H				2,5				X		
A-030	M			X	3,5		282,3	36	X	X	
N-507	H				2,5				X		
S/C3	H				4				X	X	
A-423	H				2				X		
N-400	H				2,5				X		
V-002	H				2,5				X		
A-403	H				2				X		
V-010	H				2				X		
C-136	M				2				X		
S/C4	M				3,5				X	X	
V-019	H		22						X		
S/C5	H				1				X		
20	H		23						X		
N-508	H				2				X		
V-021	H		23						X		
S/C6	M				2				X		
V-011	H				2				X		
V-023	H		23						X		
A-425	H								X		
N-177	H				2				X		
N-155	H				2				X		
V-049	H		20						X		
N-169	H				2,5				X		
A-424	H				2,5				X		
A-426	H				2,5				X		
N-502	H				3				X		
N-504	H								X		
S/C7	H				2,5				X		
N-175	H				2,5				X		
N-503	H				2				X		
V-004	H				4,5				X	X	

Unidad Productiva: Limani

Fecha: 30 Octubre 2008

Crotal	Sexo	Categ	Peso	Vicuña Esquilada	Longitud		Peso Fibra		Tratamiento		
					Fibra	Torax	Vellón	Garra	Antipar	Vitam	Antibio
N-031	H		47	X			316,9	50,8	X	X	
A-020	H		19						X		
A-019	H		19			74			X		
A-007	H		40	X			289,6	56,0	X	X	
N-035	H		43						X	X	
N-215	H		48			100			X		
A-009	H		42	X		93	297,8	30,7	X	X	X
N-416	H		47			95			X		
A-002	H		35	X		95	193,4	49,8	X	X	
C-010	M		42			93			X		
N-414	H		41						X		
A-006	H		28	X		93	236,6	36,7	X	X	
A-018	H		45			80			X		
A-008	H		31	X		87	241,2	45,8	X	X	
N-357	H		44			43			X		
A-001	H		44			94			X		
N-013	H		41	X			264,1	70,2	X	X	
N-404	H		46						X		
N-014	H		48			95			X		
C-022	H		49	X			252,4	66,0	X	X	
C-038	M		39	X		94	300,7	56,9	X	X	
A-005	H		45			86			X		
A-017	M		47	X		90	252,4	45,6	X	X	
A-003	M		42	X		86	240,6	47,2	X	X	
N-355	H		49	X		95	298,2	55,0	X	X	
N-144	H		44	X		88	241,0	40,9	X	X	
A-307	M		46			92			X		
C-010	M		30	X		85	224,4	24,5	X	X	
C-011	M		28	X		72	285,4	21,8	X	X	
C-032	M		47			2	91		X		
C-015	M		36			2	84		X		
A-016	M		27	X		4	76	302,3	29,3	X	X
A-304	M		48			2			X		
C-057	M		48			2	90		X		
C-009	M		32	X		3,5		276,5	18,0	X	X
C-005	M		45			2,5	90		X		
A-406	M		46			2	87		X		
C-012	M		29	X		3	73	244,4	27,7	X	X
C-001	M		34			2	80		X		
A-407	M		47			2	88		X		
A-409	M		42	X		3	80	321,8	44,0	X	X
A-300	M		46			2	90		X		
A-410	M		46			2,5	88		X		
C-013	M		30	X		3	76	228,8	19,3	X	X
C-004	M		44			2	89		X		
V-025	M		47			2,5	87		X		
A-408	M		43	X		3	86	301,0	32,2	X	X
C-006	M		40			3	82		X		
C-008	M		46			2	88		X		

C-007	M		44		3	89			X		
A-415	M		42	X	3	85	248,1	37,4	X	X	

Unidad Productiva: Chivatambo
 Fecha: 06 al 07 Noviembre 2008

Crotal	Sexo	Categ	Peso	Vicuña Esquilada	Longitud		Peso Fibra		Tratamiento		
					Fibra	Torax	Vellón	Garra	Antipar	Vitam	Antibio
N-001	H	A	34	X	3,5	89	293,8	62,0	X	X	
N-002	H	A	36	X	3	92	228,6	105,9	X	X	
N-003	H	C	14		4	62			X	X	
N-004	H	J	27	X	4	80	288,5	44,3	X	X	
N-005	H	A	35	X	6	88	257,6	65,9	X	X	
A-001	M	C	15		4	67			X	X	
A-002	M	A	36	X	6	90	309,5	65,1	X	X	
N-006	H	A	34	X	3	91	331,6	44,7	X	X	
N-007	H	C	16		5	67			X	X	
N-008	H	A	42	X	5,5	96	425,9	50,2	X	X	
A-003	M	J	27	X	4	71	327,4	24,9	X	X	
N-009	H	C	17		3	64			X	X	
N-010	H	A	40	X	4	92	442,5	59,9	X	X	
A-004	M	C	15		5	64			X	X	
A-005	M	C	14		5	66			X	X	
N-011	H	A	36	X	6	90	386,3	21,9	X	X	
A-006	M	A	39	X	5	92	378,1	61,4	X	X	
A-007	M	C	14		4	64			X	X	
N-012	H	A	32	X	5	90	288,7	35,0	X	X	
N-013	H	C	14		5	62			X	X	
N-014	H	A	36	X	4	86	314,9	44,0	X	X	
A-009	M	C	12		3	61			X	X	
A-010	M	A	38	X	6,5	87	428,5	53,2	X	X	
A-011	M	C	15		5	64			X	X	
N-015	H	A	42	X	6	91	313,6	69,6	X	X	
N-016	H	A	32	X	5	89	436,4	77,9	X	X	
N-017	H	C	13		5	63			X	X	
N-018	H	A	34	X	6,5	82	412,0	86,4	X	X	
N-019	H	A	40	X	7	86	476,5	45,5	X	X	
A-012	M	C	18		4	67			X	X	
A-013	M	C	25	X	4	73	223,7	55,5	X	X	
N-020	H	J	29	X	3	83	294,7	35,9	X	X	
A-014	M	C	12		4	64			X	X	
A-015	M	A	38	X	5	83	561,5	91,1	X	X	
N-021	H	A	40	X	5	87	321,1	52,3	X	X	
N-022	H	C	11		5	62			X	X	
N-023	H	A	39	X	5	89	282,4	55,0	X	X	
A-016	M	C	11		4	59			X	X	
N-025	H	A	34	X	4	88	283,9	43,4	X	X	
N-026	H	A	34	X	5	86	299,4	33,4	X	X	
N-027	H	A	32	X	4	84	337,0	45,2	X	X	
N-028	H	C	24		4	79			X	X	
N-029	H	A	36	X	6	80	313,6	43,1	X	X	
A-017	M	J	26	X	5	82	285,0	39,3	X	X	
A-018	M	C	16		5	67			X	X	
N-030	H	C	14		4	65			X	X	
N-031	H	A	34	X	6	81	361,8	71,5	X	X	
N-032	H	J	30	X	5	85	264,3	54,9	X	X	
N-033	H	C	12		4	61			X	X	

N-034	H	A	38	X	3	69	285,6	64,8	X	X	
A-020	M	C	13		5	63			X	X	
N-035	H	A	36	X	5	80	285,5	56,0	X	X	
N-036	H	J	28	X	6	80	349,1	48,8	X	X	
N-037	H	C	15		5	67			X	X	
A-021	M	C	22		5	71			X	X	
N-038	H	C	19		5	70			X	X	
N-039	H	C	14		4	65			X	X	
N-040	H	C	19		4	71			X	X	
A-022	M	C	17		4	68			X	X	
N-041	H	C	10		4	61			X	X	
A-024	M	C	14		4	66			X	X	
N-042	H	C	16		4	64			X	X	
A-025	M	C	12		5	65			X	X	
A-026	M	C	19		5	68			X	X	
N-043	H	C	16		5	65			X	X	
N-044	H	A	35	X	4	87	255,2	35,2	X	X	
N-045	H	A	34	X	5	89	349,7	50,8	X	X	
N-046	H	C	17		4	67			X	X	
A-027	M	C	24		5	73			X	X	X
N-047	H	J	30	X	4	90	458,8	72,2	X	X	
N-048	H	A	35	X	5	86	341,8	43,0	X	X	
N-049	H	A	39	X	5	89	331,8	29,5	X	X	
N-050	H	A	33	X	5	87	344,0	39,0	X	X	
N-051	H	A	40	X	4	89	340,6	44,3	X	X	
N-052	H	J	26	X	4,5	76	221,0	42,0	X	X	
N-053	H	C	13		4	41			X	X	
A-028	M	C	16		3	68			X	X	
A-029	M	C	13		3	61			X	X	
N-054	H	A	38	X	5	90	382,5	38,4	X	X	
N-055	H	A	33	X	5	80	372,6	56,7	X	X	
A-030	M	C	11		4	60			X	X	
N-056	H	A	36	X	5	87	427,8	43,8	X	X	
N-057	H	A	38	X	3	87	346,4	59,6	X	X	
N-058	H	A	32	X	5	85	312,8	39,2	X	X	
N-059	H	A	34	X	5	85	355,3	55,5	X	X	
A-031	M	A	34	X	4	86	374,1	28,7	X	X	
N-060	H	A	31	X	4	87	262,2	53,0	X	X	
A-032	M	A	34	X	6	85	380,0	44,3	X	X	
N-061	H	A	35	X	6	89	339,0	63,6	X	X	
N-062	H	A	36	X	5	87	320,9	61,6	X	X	
N-063	H	A	40	X	4	86	280,0	70,6	X	X	
A-033	M	A	38	X	5	88	427,7	76,6	X	X	
A-034	M	A	36	X	6	86	340,2	74,2	X	X	
A-035	M	A	39	X	5	84	332,3	69,8	X	X	
N-064	H	A	39	X	5	90	465,1	58,6	X	X	
A-036	M	A	40	X	5	84	335,7	72,9	X	X	
N-065	H	A	32	X	5	84	351,4	58,9	X	X	
N-066	H	A	30	X	5	76	292,1	52,9	X	X	
A-037	M	A	34	X	4	87	430,9	109,4	X	X	
N-067	H	A	34	X	5	88	279,2	51,6	X	X	
A-038	M	A	35	X	6	84	472,3	94,4	X	X	
N-068	H	A	34	X	4	88	359,4	27,1	X	X	
N-069	H	A	44		2,5	86			X	X	

N-070	H	A	42	X	4	92	563,0	107,6	X	X	
A-039	M	A	38	X	4	91	353,7	108,5	X	X	
A-040	M	A	36	X	5	88	367,9	69,4	X	X	
B-050	H	A	30	X	4	87	307,0	73,6	X	X	
B-052	H	A	37	X	5	93	352,8	84,7	X	X	
B-053	H	A	36	X	5	89	389,7	55,0	X	X	
B-054	H	A	41	X	5	87	381,4	86,8	X	X	
B-055	H	A	32	X	5	86	296,6	40,0	X	X	
B-056	H	A	32	X	4	86	344,3	54,8	X	X	
B-057	H	C	24		4	75			X	X	
A-041	M	A	40	X	5	92	441,1	56,7	X	X	
B-058	H	A	32	X	3	87	226,2	59,2	X	X	
B-059	H	A	36	X	3	86	273,7	56,4	X	X	
B-060	H	A	30	X	3	82	206,4	53,1	X	X	
A-042	M	A	32	X	4	88	404,4	62,5	X	X	
B-061	H	A	34	X	4	64	219,9	47,3	X	X	
A-043	M	A	34	X	6	83	551,9	94,9	X	X	
B-062	H	J	30	X	3	88	285,7	61,7	X	X	
B-063	H	A	40	X	3	89	249,5	51,6	X	X	
A-044	M	A	44	X	7	91	544,1	87,9	X	X	
B-064	H	A	32	X	4	83	336,5	39,2	X	X	
B-065	H	A	32	X	4	90	426,0	49,1	X	X	
A-045	M	A	37	X	4	88	349,8	71,8	X	X	
B-066	H	A	37	X	4	67	440,8	36,8	X	X	
B-067	H	A	33	X	3	80	254,4	49,3	X	X	
B-068	H	A	34	X	5	88	308,5	47,5	X	X	
A-046	M	A	40	X	4	87	503,9	91,4	X	X	
B-069	H	A	34	X	4	85	242,1	56,7	X	X	
B-070	H	A	34	X	6	82	287,4	49,8	X	X	
A-047	M	A	44	X	4	85	389,9	73,8	X	X	
B-071	H	A	37	X	5	83	382,6	92,5	X	X	
B-072	H	A	32	X	4	82	283,1	47,8	X	X	

Unidad Productiva: Misitune

Fecha: 03 al 04 Noviembre 2008

Crotal	Sexo	Categ	Peso	Vicuña Esquilada	Longitud		Peso Fibra		Tratamiento		
					Fibra	Torax	Vellón	Garra	Antipar	Vitam	Antibio
C-004	M	A	32	X	3	71	298,5	12,5	X	X	
B-001	H	A	38	X	5	78	496,2	64,3	X	X	
C-006	M	A	36	X	3	76	392,9	37,1	X	X	
B-002	H	J	26	X	4	72	328,5	26,6	X	X	
B-003	H	C	18		3	71			X	X	
C-008	M	J	29	X	4	87	458,5	40,8	X	X	
C-009	M	A	39	X	3,5	85	375,1	23,3	X	X	
C-007	M	C	21		3	72			X	X	
C-010	M	A	42	X	4	92	473,1	43,7	X	X	
C-011	M	A	32	X	4	88	411,2	31,2	X	X	
B-004	H	C	16		3	66			X	X	
B-005	H	A	36	X	3,5	71	464,8	29,5	X	X	
C-012	M	C	25	X	3	97	281,3	40,6	X	X	
B-006	H	C	24		3	74			X	X	
C-013	M	A	46	X	4	95	428,1	44,2	X	X	
C-016	M	A	48	X	3,5	98	361,1	77,0	X	X	
C-017	M	J	28	X	3	73	292,6	36,7	X	X	
B-009	H	J	28	X	3	79	242,0	25,0	X	X	
V-008	H	A	50	X	4	97			X	X	
C-018	M	A	44	X	3,5	93	361,6	93,3	X	X	
V-002	M	A	48	X	3	93	351,7	34,2	X	X	
B-010	H	C	20		3	74			X	X	
B-006	H	A	43	X	3,5	92	293,9	52,3	X	X	
B-008	H	A	42	X	3	95	375,0	61,3	X	X	
C-019	M	C	21		3,5	72			X	X	
C-020	M	J	27	X	3	84	324,7	25,7	X	X	
C-021	M	C	20		3	74			X	X	
C-022	M	A	32	X	3,5	84	241,5	39,4	X	X	
B-011	H	A	40	X	3	94	249,3	20,0	X	X	
C-023	M	A	40	X	3	91	283,2	43,8	X	X	
C-024	M	A	31	X	3,5	85	305,3	35,4	X	X	
B-012	H	A	44	X	4	96	406,8	49,1	X	X	
C-027	M	A	30	X	3,5	84	302,9	30,8	X	X	
C-028	M	A	46	X	3,5	93	334,9	70,3	X	X	
C-029	M	A	40	X	3	91	308,4	27,6	X	X	
B-013	H	A	44		4	92				X	
B-015	H	A	44	X	3	95	386,2	61,5	X	X	
B-016	H	A	48	X	4	92	439,2	39,2	X	X	
C-030	M	A	48	X	3	95	279,7	62,1	X	X	
C-031	M	A	37	X	3	92	305,7	22,7	X	X	
C-032	M	A	44	X	3,5	91	374,6	67,5	X	X	
C-033	M	A	37	X	3	84	292,5	45,4	X	X	
C-035	M	A	44	X	3	91	241,9	63,6	X	X	
B-018	H	A	42	X	3	93	333,2	42,8	X	X	
V-003	M	A	38	X	3	93	317,3	73,9	X	X	
C-036	M	A	40	X	3	90	381,7	37,9	X	X	
C-037	M	A	37	X	3	90	332,5	43,0	X	X	
C-038	M	A	30	X	3	87	215,7	44,2	X	X	

C-039	M	J	29	X	3	70	273,2	38,7	X	X	
B-019	H	A	36	X	3	79	357	41,4	X	X	
C-040	M	A	45	X	3	82	389,9	31,9	X	X	
B-020	H	A	43	X	3	92	287,3	61,5	X	X	
B-021	H	A	40	X	3	89	439,4	56,4	X	X	
B-022	H	A	44	X	3	90	289,1	77,1	X	X	
V-011	H	A	45	X	3	93	361,2	41,4	X	X	
B-023	H	A	41	X	3	90	280,8	48,2	X	X	
C-041	M	A	32	X	3	80	248,7	27,1	X	X	
C-042	M	C	19		3,5	68			X	X	
C-043	M	C	21		3,5	72			X	X	
B-024	H	C	22		3	72			X	X	
B-025	H	A	45	X	3,5	94	293,2	45,2	X	X	
B-026	H	A	45	X	3	90	244,2	94,7	X	X	
B-027	H	A	43	X	4	93	301,0	68,9	X	X	
C-044	M	A	50	X	4	99	310,7	35,1	X	X	
C-045	M	A	47	X	3,5	94	357,0	52,0	X	X	
C-046	M	A	47	X	3	94	294,8	138,9	X	X	
B-028	H	A	32	X	3	89	231,2	45,9	X	X	
C-047	M	A	39	X	3	89	289,8	43,4	X	X	
B-029	H	A	49	X	4	99	239,7	46,0	X	X	
B-030	H	A	43	X	4	95	259,7	46,7	X	X	
B-031	H	A	38	X	3	92	189,1	45,7	X	X	
B-032	H	A	43	X	4	96	319,0	49,2	X	X	
C-048	M	J	26		3	76			X	X	
B-033	H	C	23		3	76			X	X	
B-034	H	J	26		3	74			X	X	

Unidad Productiva: Surire

Fecha: 10 al 12 Noviembre 2008

Crotal	Sexo	Categ	Peso	Vicuña Esquilada	Longitud		Peso Fibra		Tratamientos		
					Torax	Fibra	Vellon	Garra	Antapa	Vitami	Antibi
612	M	C	16						X		
594	H	C	15		59				X		
595	H	C	19		87				X		
596	H	C	19		68				X		
613	M	C	19						X		
597	H	C	17						X		
598	H	C	19		69				X		
614	M	C	14		62				X		
615	M	C	22		69				X		
N-600	H	A	37	X	89	5	238,9	31,4	X	X	
N-601	H	A	42	X	91	4	238,1	131,2	X	X	
616	M	C	17		67				X		
602	H	C	18		67				X		
N-617	M	C	25	X	82	4	284,8	34,6	X	X	
N-497	H	A	36	X	88	6	217,4	34,4	X	X	
N-603	H	J	29	X	86	4	243,2	33,0	X	X	
N-604	H	A	48	X	97	5	310,4	49,6	X	X	
605	H	A	32		73				X		
A-618	M	A	34	X	84	6	361,2	45,0	X	X	
606	H	C	16		64				X		
A-619	M	J	26	X	78	4	208,9	21,5	X	X	
620	M	C	18		70				X		
607	H	C	21		69				X		
N-041	H	A	47	X	86	4	271,9	44,9	X	X	
608	H	C	16		66				X		
609	H	C	18		65				X		
N-610	H	A	46	X	93	3	410,9	34,5	X	X	
624	M	J	26		67				X		
622	M	C	10		66				X		
611	H	C			63				X		
N-361	H	A	46	X	86	5	402,9	41,2	X	X	
N-612	H	J	28	X	76	4	259,8	53,4	X	X	
A-626	M	J	28	X	78	5	334,5	44,8	X	X	
613	H	C	21		73				X		
614	H	C	20		74				X		
A-312	M	A	34	X	86	5	397,8	46,9	X	X	
627	M	C	17		72				X		
N-795	H	A	34	X	82	4	290,6	43,0	X	X	
628	M	C	18		70				X		
629	M	C	19		60				X		
54	H	A	44		87	3			X		
51	M	C	19		63				X		
A-057	M	A	39	X	90	4	537,7	57,1	X	X	
630	M	C	23		73				X		
631	M	C	21		69				X		
N-625	H	J	27	X	78	3	150,8	28,9	X	X	
631	M	A	30		81	4			X		
N-723	H	A	42	X	92	5	333,4	32,7	X	X	

85	H	A	43		86	2			X		
A-012	M	A	40	X	87	3	426,5	55,8	X	X	
A-633	M	A	30	X	84	4	319	23,4	X	X	
A-634	M	J	28	X	80	4	217,8	32,9	X	X	
A-635	M	A	38	X	80	4	288,5	32,4	X	X	
N-090	H	J	28	X	78	3	314,5	36,9	X	X	
N-617	H	A	44	X	97	3	279,9	39,2	X	X	
A-636	M	A	34	X	94	5	377,8	33,8	X	X	
A-637	M	J	28	X	79	5	287,1	26,1	X	X	
N-422	H	A	31	X	87	6	445,5	23,5	X	X	
N-618	H	A	36	X	89	5	305,4	23,6	X	X	
N-005	H	A	40	X	81	4	287,6	44,4	X	X	
N-477	H	A	47	X	73	3	311,9	28,4	X	X	
A-638	M	A	42	X	85	4	353,6	35,0	X	X	
A-513	M	A	40	X	93	4	332,8	45,5	X	X	
N-027	H	A	34	X	91	5	441,7	71,5	X	X	
N-639	M	A	46	X	92	4	366,8	34,2	X	X	
N-083	H	A	40	X	90	4	390,7	39,1	X	X	
A-640	M	A	36	X	87	4	329,7	44,5	X	X	
N-641	M	A	34	X	88	4	317,8	36,9	X	X	
V-075	M	A	44	X	88	5	476,1	44,7	X	X	
N-619	H	A	36	X	85	3	283,2	35,2	X	X	
N-620	H	J	29	X	80	5	196,6	21,2	X	X	
A-642	M	J	28	X	78	5	293,7	19,4	X	X	
A-037	M	A	40	X	93	3	298,4	38,8	X	X	
621	H	C	22		74				X		
N-622	H	A	40	X	96	4	270,6	31,4	X	X	
A-643	M	J	27	X	79	6	296,8	45,9	X	X	
A-644	M	A	38	X	85	4	329,8	42,8	X	X	
N-645	M	A	31	X	81	4	341,9	38,9	X	X	
R-623	H	A	34	X	83	4	290,2	33,4	X	X	
R-624	H	A	32	X	84	5	322,8	30,8	X	X	
A-646	M	A	38	X	92	5	330,5	17,3	X	X	
A-647	M	J	27	X	79	4	233,4	20,7	X	X	
R-006	H	A	42	X	89	5	244,5	38,2	X	X	
A-648	M	J	30	X	79	4	264,7	56,7	X	X	
N-774	H	A	38	X	89	3	300,3	10,9	X	X	
N-626	H	J	27	X	78	5	222,3	28,9	X	X	
N-746	H	A	32	X	88	4	289,4	24,8	X	X	
627	H	C	25		76				X		
N-628	H	A	42	X	91	3	307,4	49,8	X	X	
629	H	A	38		88	2,5			X		
A-356	M	A	42	X	89	4	476,0	50,9	X	X	
78	H	A	40		92	2,5			X		
N-325	H	A	44	X	90	5	315,7	24,3	X	X	
A-649	M	J	26	X	77	4	218,8	34,8	X	X	
33	H	A	35		90	2			X		
81	H	A	42		95	2			X		
630	H	C	25		78				X		
A-650	M	A	35	X	88	3	339,9	34,5	X	X	
A-651	M	A	39	X	81	4	328,8	35,5	X	X	
A-652	M	J	28	X	76	4	239,6	41,1	X	X	
N-631	H	A	32	X	82	5	257,9	49,4	X	X	
A-653	M	J	26	X	75	4	266,4	59,8	X	X	

A-632	H	A	41	X	90	4	221,2	39,4	X	X	
A-048	M	A	38	X	82	4	309,9	69,1	X	X	
N-515	H	A	41	X	87	4	297,2	46,4	X	X	
A-654	M	J	28	X	78	5	305,2	30,9	X	X	
A-655	M	C	25	X	75	5	230,2	29,1	X	X	
A-656	M	A	36	X	88	5	348,8	39,3	X	X	
A-657	M	A	34	X	84	4	234,1	36,3	X	X	
A-658	M	A	34	X	86	4	362,0	24,9	X	X	
A-659	M	A	36	X	84	4	276,3	24,2	X	X	
N-633	H	J	30	X	75	4	249,3	30,9	X	X	
A-660	M	J	28	X	85	3	271,0	29,4	X	X	
A-661	M	A	34	X	85	4	346,2	49,0	X	X	
N-634	H	A	40	X	87	4	239,7	39,9	X	X	
N-635	H	A	32	X	86	4	279,6	30,3	X	X	
A-662	M	J	27	X	76	4	241,1	36,2	X	X	
N-636	H	J	28	X	80	4	200,0	35,1	X	X	
A-663	M	A	34	X	83	4	288,8	40,4	X	X	
N-637	H	A	40	X	88	3	262,1	34,9	X	X	
A-664	M	J	27	X	73	4	240,7	27,5	X	X	
A-665	M	J	27	X	79	3	262,5	33,2	X	X	
N-638	H	J	27	X	79	3	235,4	30,1	X	X	
N-316	H	A	40	X	86	3	304,3	63,7	X	X	
N-503	H	A	38	X	78	3	391,8	23,5	X	X	
A-666	M	J	30	X	78	4	249,8	38,8	X	X	
N-639	H	A	38	X	88	5	442,3	37,5	X	X	
A-667	M	J	30	X	85	3	273,3	22,8	X	X	
A-668	M	A	40	X	80	5	377,8	26,7	X	X	
A-669	M	A	34	X	85	4	294,1	51,6	X	X	
A-670	M	A	40	X	87	3	281,7	48,5	X	X	
649	M	J	27		75	5			X		
A-671	M	J	26	X	75	4	240,4	28,7	X	X	
A-839	M	A	40	X	88	5	357,5	42,6	X	X	
A-672	M	A	36	X	86	4	285,1	41,9	X	X	
116	H	A	42		96	2,5			X		
A-673	M	A	31	X	80	4	260,3	43,4	X	X	
A-674	M	A	32	X	80	5	284,7	30,0	X	X	
A-675	M	J	30	X	82	4	210,6	34,9	X	X	
A-108	M	A	39	X	86	4	361,3	34,5	X	X	
A-676	M	J	28	X	76	4	280,6	27,8	X	X	
A-677	M	J	30	X	82	3	242,0	33,7	X	X	
A-678	M	A	32	X	83	5	300,1	39,8	X	X	
N-640	H	J	28	X	76	4	282,1	43,4	X	X	
A-679	M	J	26	X	70	5	257,3	36,8	X	X	
A-680	M	J	28	X	75	4	205,9	25,4	X	X	
A-681	M	J	26	X	75	4	279,2	37,4	X	X	
641	H	A	34		81	2,5			X		
A-682	M	A	33	X	81	4	206,4	28,5	X	X	
A-683	M	A	40	X	89	3	412,8	59,0	X	X	
684	M	A	40		85	2			X		
N-715	H	A	42	X	90	3	350,7	68,2	X	X	
A-113	M	A	34	X	82	4	291,4	49,1	X	X	
N-536	H	A	38	X	90	4	287,1	78,5	X	X	
N-642	H	A	31	X	82	4	346,8	46,0	X	X	
A-685	M	J	25	X	77	5	223,6	21,2	X	X	

A-686	M	J	27	X	75	3	250,5	40,0	X	X	
N-687	M	J	26	X	75	4	216,4	26,1	X	X	
A-082	M	A	40	X	86	3	376,3	49,1	X	X	
A-688	M	A	36	X	86	5	274,4	32,1	X	X	
N-643	H	A	37	X	87	4	256,8	47,3	X	X	
689	M	C	24		75				X		
A-768	H	A	37	X	88	4	291,2	32,7	X	X	
A-690	M	J	26	X	77	5	255,1	44,7	X	X	
N-038	H	A	40	X	87	3	478,3	57,6	X	X	
N-644	H	J	26	X	78	5	334,8	42,9	X	X	
N-100	H	A	42	X	90	4	279,8	48,4	X	X	
A-691	M	A	36	X	79	6	403,6	69,4	X	X	
N-645	H	A	31	X	81	4	270,1	46,0	X	X	
N-760	H	A	40	X	85	6	351,2	36,4	X	X	
A-692	M	J	29	X	80	4	307,7	39,2	X	X	
N-646	H	J	29	X	79	3	204,9	27,7	X	X	
A-693	M	J	29	X	79	4	245,4	46,3	X	X	
N-583	H	J	27	X	79	5	258,6	23,7	X	X	
A-694	M	A	32	X	81	4	247,8	20,3	X	X	
695	M	J	22		78				X		
N-755	H	A	35	X	89	3	231,9	25,8	X	X	
N-647	H	A	40	X	89	4	282,4	44,0	X	X	
A-696	M	J	27	X	77	5	276,6	39,8	X	X	
N-648	H	A	42	X	90	5	293,1	35,2	X	X	
A-039	M	A	42	X	92	4	648,0	74,4	X	X	
A-697	M	A	37	X	89	3	366,5	49,7	X	X	
N-649	H	A	31	X	78	4	234,8	18,0	X	X	
A-478	M	A	42	X	89	4	436,7	39,5	X	X	
N-651	H	A	49	X	90	5	269,1	42,7	X	X	
A-698	M	J	27	X	80	6	352,8	32,4	X	X	
N-720	H	A	36	X	88	4	212,3	41,2	X	X	
A-699	M	J	29	X	78	5	329,2	46,0	X	X	
A-124	M	A	38	X	89	6	405,7	43,4	X	X	
A-700	M	A	37	X	73	6	305,3	35,1	X	X	
N-311	H	A	44	X	86	4	294,4	42,8	X	X	
A-701	M	A	32	X	83	5	320,6	34,5	X	X	
A-702	M	A	44	X	92	5	444,9	42,7	X	X	
N-652	H	A	38	X	62	3	243,6	30,9	X	X	
A-703	M	A	35	X	81	4	231,2	29,8	X	X	
N-653	H	A	42	X	85	5	346,3	42,5	X	X	
N-654	H	A	37	X	82	4	355,4	38,5	X	X	
A-704	M	A	36	X	82	5	301,3	49,2	X	X	
A-408	M	A	42	X	87	4	331,1	47,3	X	X	
N-655	H	A	39	X	80	5	333,2	45,9	X	X	
772	H	A	36		89	2			X		
N-656	H	A	35	X	82	4	302,5	38,1	X	X	
21	H	A	38		88	2			X		
A-705	M	J	29	X	78	4	249,4	20,0	X	X	
N-657	H	A	34	X	85	3,5	306,0	39,8	X	X	
706	M	C	15		67				X		
658	H	C	24		70				X		
S-C	H	C	24		66				X		
706	M	C	15		65				X		
659	H	C	24		67				X		

660	H	C	18		68				X		
707	M	C	15		63				X		
708	M	C	20		62				X		
N-127	H	A	36	X	68	4	228,7	41,2	X	X	
N-661	H	A	37	X	68	4	532,3	90,4	X	X	
662	H	C	16		63				X		
A-709	M	A	37	X	89	4	358,1	49,7	X	X	
V-075	M	A	44	X	95	4	434,3	81,4	X	X	
A-602	M	A	37	X	90	3	285,9	35,8	X	X	
710	M	C	21		70				X		
A-711	M	A	42	X	95	4	319,5	42,9	X	X	
V-077	H	A	46	X	95	4	293,7	62,7	X	X	
712	M	C	21		71				X		
A-713	M	J	28	X	83	4	230,8	26,3	X	X	
N-663	H	A	36	X	92	3	230,1	32,2	X	X	
A-714	M	A	33	X	95	3	260,8	42,6	X	X	
114	H	A	42		87				X		
A-715	M	J	28	X	84	4	285,1	62,2	X	X	
A-716	M	A	34	X	79	4	229,8	56,8	X	X	
N-664	H	A	38	X	89	3	299,1	50,1	X	X	
N-665	H	A	42	X	97	3	327,4	37,5	X	X	
N-387	H	A	33	X	90	3	261,9	60,2	X	X	
A-081	M	A	46	X	98	3	426,7	60,4	X	X	
N-666	H	A	32	X	86	4	280,2	57,8	X	X	
A-604	M	A	37	X	92	4	244,3	34,6	X	X	
A-717	M	A	41	X	91	4	277,7	56,0	X	X	
N-667	H	J	27	X	82	3	310,3	38,3	X	X	
A-718	M	A	34	X	85	3	288,3	40,6	X	X	
N-668	H	A	40	X	97	4	301,0	45,9	X	X	
N-669	H	A	31	X	90	4	312,2	34,5	X	X	
N-670	H	A	42	X	93	3	340,3	47,2	X	X	
816	M	A	37		93				X		
A-719	M	A	48	X	88	4	280,3	63,7	X	X	
304	H	A	44		87				X		
461	H	A	52		100	5			X		
372	H	A	38		91				X		
N-671	H	A	34	X	90	3	386,6	55,6	X	X	
33	H	A	34		78				X		
11	H	A	50		98	3			X		
N-672	H	A	38	X	89	4	368,5	69,7	X	X	
N-073	H	A	39	X	95	3	336,6	79,7	X	X	
N-779	H	A	46	X	95	4	338,2	49,4	X	X	
N-673	H	A	40	X	92	4	349,5	53,5	X	X	
N-674	H	A	38	X	98	3	311,6	53,7	X	X	
712	H	A	36		76				X		
675	H	A	42		91				X		
N-443	H	A	50	X	87	3	385,8	95,4	X	X	
A-085	M	A	41	X	95	4	410,4	67,3	X	X	
85	M	A	44		96				X		
345	H	A	32		80	3			X		
A-720	M	A	32	X	84	4	175,3	27,1	X	X	
A-721	M	A	50	X	85	3	250,6	38,6	X	X	
N-676	H	J	28	X	80	3	205,3	25,9	X	X	
A-722	M	J	27	X	80	3	249,6	18,5	X	X	

677	H	J	22		80				X		
N-678	H	A	43	X	91	3	228,7	49,5	X	X	
679	H	A	40		83				X		
N-342	H	A	42	X	87	3	293,7	64,2	X	X	
681	H	J	28		81	4			X		
723	M	A	40		83	3			X		
A-589	M	A	42	X	94	3	457,9	43,3	X	X	
A-724	M	A	31	X	82	3	265,2	36,1	X	X	
A-725	M	A	31	X	80	4	329,2	33,1	X	X	
681	H	C	20		71				X		
726	M	C	20		70				X		
727	M	C	20		74				X		
682	H	A	38		83	3			X		
A-728	M	J	25	X	76	3	203,0	24,5	X	X	
A-729	M	J	30	X	80	3	239,9	40,3	X	X	
587	H	A	40		92				X		
A-730	M	A	32	X	80	4	282,2	19,7	X	X	
A-731	M	A	33	X	91	3	280,4	57,5	X	X	
A-316	M	A	38	X	87	3	250,9	45,2	X	X	
N-425	H	A	42	X	90	3	292,6	52,6	X	X	
A-732	M	J	28	X	80	4	281,5	60,3	X	X	
A-733	M	J	30	X	78	3	215,4	40,4	X	X	
N-683	H	A	41	X	90	3	244,5	24,4	X	X	
A-734	M	J	28	X	79	3	231,2	46,5	X	X	
N-368	H	A	42	X	87	3	271,8	33,1	X	X	
735	M	J	22		73				X		
A-736	M	J	30	X	86	4	290,3	43,5	X	X	
N-440	H	A	36	X	83	4	279,9	38,0	X	X	
N-684	H	J	30	X	86	3	290,7	31,3	X	X	
A-737	M	A	37	X	83	4	268,3	28,2	X	X	
A-876	M	A	42	X	90	3	358,3	50,2	X	X	
A-738	M	J	28	X	83	4	226,7	29,4	X	X	
N-756	H	A	40	X	86	3	217,4	68,4	X	X	
N-685	H	J	28	X	75	3	196,3	25,4	X	X	
A-739	M	A	32	X	87	3	263,1	37,5	X	X	
740	M	C	24		80				X		
A-741	M	A	32	X	82	3	192,1	22,2	X	X	
742	M	J	28		85	4			X		
743	M	C	23		80				X		
N-686	H	J	26	X	75	3	231,9	26,8	X	X	
744	M	C	23		78				X		
687	H	C	18		68				X		
688	H	C	20		68				X		
745	M	C	18		60				X		
746	M	C	24		74				X		
A-747	M	J	28	X	74	4	274,7	35,0	X	X	
A-748	M	J	30	X	81	3	246,9	28,9	X	X	
A-749	M	J	27	X	80	4	235,8	29,8	X	X	
A-750	M	A	36	X	82	4	291,8	35,5	X	X	
N-400	H	A	44	X	90	4	352,0	47,6	X	X	
N-689	H	A	33	X	81	3	224,9	39,4	X	X	
A-751	M	J	30	X	81	5	332,4	34,3	X	X	
N-690	H	A	32	X	90	4	337,2	43,8	X	X	
N-691	H	A	35	X	80	3	310,1	41,5	X	X	

N-692	H	J	30	X	80	4	257,6	40,1	X	X	
A-752	M	A	40	X	93	4	378,4	37,5	X	X	
A-753	M	A	32	X	82	4	251,4	21,3	X	X	
110	H	A	32		80				X		
A-754	M	A	32	X	85	4	246,1	31,8	X	X	
A-756	M	A	34	X	88	3	255,0	36,3	X	X	
A-757	M	A	34	X	88	4	283,5	30,9	X	X	
A-758	M	A	38	X	88	4	355,0	41,1	X	X	
A-759	M	J	30	X	84	3	403,5	47,0	X	X	
A-760	M	A	33	X	90	5	257,2	37,3	X	X	
A-761	M	J	28	X	80	4	239,1	40,4	X	X	
N-149	M	A	42	X	96	4	526,1	39,2	X	X	
A-762	M	A	38	X	90	4	299,5	45,1	X	X	
763	M	C	16		66				X		
693	H	A	32		94				X		
A-764	M	A	35	X	80	3	266,5	38,5	X	X	
765	M	A	34		85	3			X		

ANEXO IV

INFORMES Y DOCUMENTOS DE CAPACITACIÓN

ESQUILA MECANIZADA EN VICUÑAS



Sócrates Colque Rojas.
José Escalante Yana.
Emilio Escalante Yana.

PONENTES

JOSE ESCALANTE:

Ing. Geólogo.
Ex Presidente de la Multicomunal Picotani.
Ex Presidente de ACVIR - Puno.
Delegado Nacional de la SNV.
Asesor permanente de la Multicomunal Picotani.
Responsable de la organización de captura y esquila de vicuñas.
Miembro del equipo técnico de Inter Operation SAC.

EMILIO ESCALANTE:

Técnico es esquila mecanizada.
Jefe de esquila de la Multicomunal Picotani.
Capacitador en esquila del CITE - Camélidos Sudamericanos.
Miembro del equipo técnico de Inter Operation SAC.

COMITÉ MULTICOMUNAL DE MANEJO DE VICUÑA PICOTANI

Organización de carácter empresarial de segundo nivel que agrupa a ganaderos de tres comunidades campesinas.

210 familias, 1050 habitantes.
5,000 vicuñas en cautiverio.
450 vicuñas en estado silvestre.
45,000 alpacas raza huacaya y suri.
14,000 ovinos
260 kilos de fibra de vicuña.
54,600 kilos de fibra de alpaca.
20,450 kilos de lana de ovino.

100 % de población de vicuñas con esquila mecanizada.
80% de población de alpacas y ovinos esquila mecanizada



RECOMENDACIONES PARA LA ESQUILA MECANIZADA

1. Antes de la esquila:

- Efectuar las reuniones de coordinación.
- Solicitar las autorizaciones necesarias para esquila de vicuñas.
- Formular el plan de esquila que contemple los requerimientos en personal, equipos, materiales, insumos, instalaciones y las actividades a cumplirse.
- Evaluación y reparación de las máquinas esquiladoras.
- Compra de accesorios y requerimientos.
 - Adecuación de instalaciones.
- Capacitación del personal de esquila.

2. Durante la Esquila:

- Seleccionar los animales a esquilar y tratamiento de los enfermos.
- Mantener limpio los pisos de esquila o lonas de piso.
- Evitar la contaminación de l vellón.
- Curar las heridas provocadas durante la esquila.
- Emplear en la esquila el tiempo mas breve posible con la finalidad de evitar el estresamiento del animal.
- Evitar ruidos innecesarios, bullicio de personas, aparatos musicales.
- El personal debe tener la mayor concentración posible en la esquila.

3. Después de la esquila.

- Hacer limpieza y engrasado de las máquinas esquiladoras.
- Reportar las necesidades y el funcionamiento de las máquinas.
- Efectuar inventario de cada máquina.
- Almacenar las máquinas y accesorios en lugares aparentes, sin humedad para evitar que ataque el óxido.
- Guardar pelnes y cortantes afilados y engrasados.
- Almacenar la fibra en lugares seguros y secos.

REQUERIMIENTOS PARA LA ESQUILA

1. Personal:

- Coordinador de esquila.
- Esquilador y ayudante.
- Persona encargada de sanidad.
- Personal encargado de limpieza.
- Lanero.
 - Alcanzadores de vicuña.
 - Técnico de soporte en esquila
 - Almacenero.

2. Equipos:

- Máquinas Esquiladoras.
- Accesorios (Peines, cortantes).

lijas)

- Moladora con 2 discos para

lijas.

- Péndulo.
- Tijera de esquila manual.
- Generador eléctrico o batería.
- Aceitero.
- Balanza electrónica

3. Material:

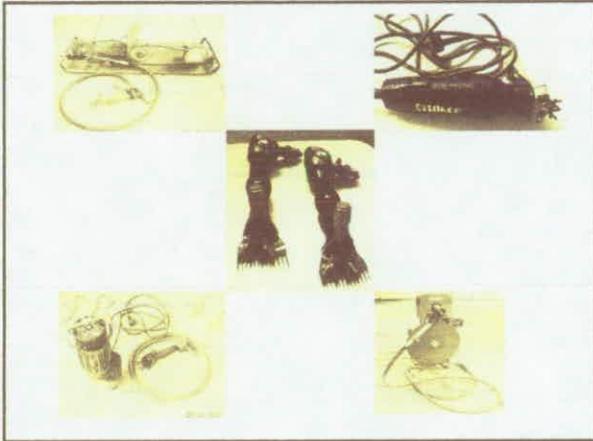
- Sacos para embase de fibra.
- Bolsas de polietileno.
- Pita.
- Agujas de arriero.
- Escobas.
- Soguillas.
- Rollizos de 1.5 m. x 4".
- Lonas para los pisos.
- Materiales de escritorio.

Insumos:

- Pegamento para lija.
- Aceite grado 30.
- Grasa delgada.
- Bencina o gasolina.
- Productos veterinario

MAQUINA DE ESQUILAR.

- La vicuña puede ser esquilada con cualquier tipo de máquina que se utiliza normalmente para esquilar ovinos, pueden estar accionados por un solo motor o articulados mediante un eje fijo con brazos flexibles de 10 a 20 esquiladoras, instaladas en galpones diseñados para tal fin.
- Se están utilizando equipos de esquila portátiles con motor incluido con la finalidad de dar servicio a pequeños criadores y a comunidades campesinas.



EVALUACION DE LA MAQUINA DE ESQUILA

Es importante efectuar esta actividad para conocer las condiciones en el que se encuentra cada una de las máquinas esquiladoras a utilizar, debiendo de revisar lo siguiente:

- El generador su nivel de aceite y el encendido.
- Mangueras y brazos de esquila.
- Tijera o galgo de esquila.
- Plenes y cortantes.
- Partes móviles y engranajes
- De cada máquina esquiladora se debe de llevar un kardex donde se registre el estado y el record de trabajo

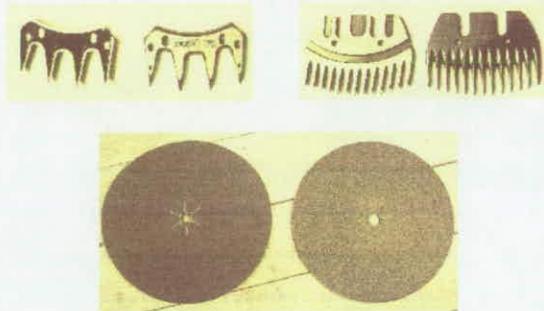
ACCESORIOS DE LA MAQUINA DE ESQUILAR

PEINES, CORTANTES Y LIJA.

Peine, es el accesorio que va fijo a la tijera de esquila (brazo) y el cortante es la cuchilla móvil que se desliza horizontalmente sobre el peine y genera el corte de la fibra.

Cualquiera de los tipos de peines y cortantes pueden ser utilizadas en la esquila de vicuñas, se recomienda el uso de peines de 13 puntas con una amplitud de corte de 3 pulgadas, con los dientes o puntas abiertas y curvas hacia fuera y el cortante de 4 puntas, que permite una rápida y eficiente esquila.

Las lijas que se utiliza son de forma circular, el número 40 (gruesa) es para el afilado de peines y el número 80 (fina) para los cortantes.



REVOLUCIONES Y LUBRICACION DE LOS ELEMENTOS CORTANTES

Para esquila adecuadamente las vicuñas, es importante el número de revoluciones por minuto (r.p.m.), es decir la velocidad de deslizamiento del cortante sobre el peine.

Para el ovino es de 2,800 a 3,000 r.p.m., mientras que para los camélidos esta se debe reducir entre 1,000 a 1,500 r.p.m. La razón de este cambio es debido al calentamiento de los elementos cortantes por la falta de grasa del vellón y por la fricción o contacto con el polvo o tierra existente en la fibra. Es necesario adicionar lubricante para evitar este calentamiento.

Antes del uso de la máquina esquiladora se debe de engrasar las partes móviles y engranajes del brazo y de la gaiga.



AFILADO Y ARMADO DE PEINES Y CORTANTES

Para iniciar la esquila es indispensable que primero se revise el estado del peine y cortante, es necesario efectuar el afilado de ambos accesorios que garantice efectuar un buen corte de la fibra.

Para el afilado se emplea la moladora con abrasivos de forma circular (lija), las que deben pegarse con 24 horas de anticipación en los discos correspondientes tanto para peines y cortantes, que se irán alternando en la moladora según sea el caso. (Nro. 40 para peines y Nro. 80 para cortantes)

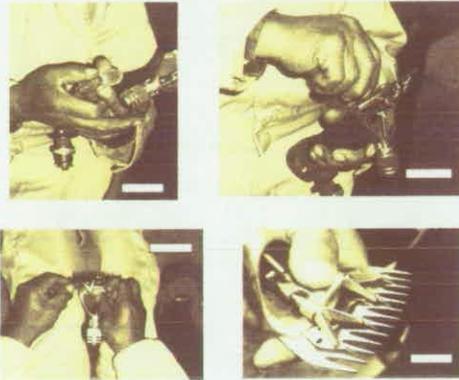
El péndulo es el accesorio que permite asentar los peines y cortantes en forma vertical al disco efectuando un afilado uniforme



El armado de la tijera se efectúa de la forma siguiente: Primero se fija el cortante a las uñas de la tijera y seguidamente se coloca el peine, sujetados con los dos pernos.

Se regula fijando el cortante que este a 3 o 4 milímetros del borde el afilado del peine y girando manualmente el cortante de un lado para otro verificaremos que el desplazamiento es uniforme. Se ajusta los pernos del peine con ayuda de un destornillador.

Para regular la presión del deslizamiento del cortante se hace uso del cabezal, la que se regular hasta lograr que la tijera haga un buen corte.



FACTORES PARA UNA BUENA ESQUILA DE LA VICUÑA

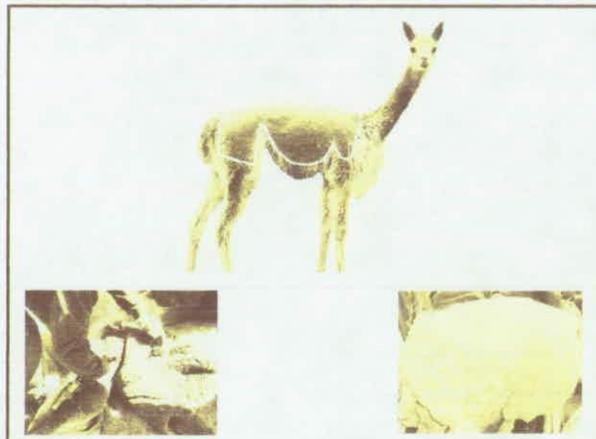
- Características morfológicas del animal.
- Características físicas de la fibra y vellón.
- Característica de la máquina de esquila.
- Revoluciones y lubricación de los elementos cortantes.
- Afilado y armado de peines y cortantes.
- Pasos y técnicas de esquila.
- Instalaciones o infraestructura
- Personal.
- Acondicionamiento del vellón.

CARACTERÍSTICAS MORFOLOGICAS DE LA VICUÑA.

- Cuello y las extremidades demasidos largos y delgados, necesidad que sean convenientemente sujetados sea por amarres o personal de apoyo.
- La distribución de las calidades de fibra en el cuerpo de la vicuña es bastante notorio.
- El vellón propiamente dicho, se encuentra cubriendo la parte del cuerpo, que es la que se esquila.

CARACTERISTICAS FISICAS DE LA FIBRA Y EL VELLON.

- La fibra que cubre la vicuña varía en dimensión, finura y longitud de acuerdo al lugar donde se ubiquen.
- La delimitación de estas zonas en el cuerpo de la vicuña en relación a la calidad de la fibra es importante en la esquila, por que determinará el área a esquilarse
- Por naturaleza la fibra de la vicuña es relativamente seca con aproximadamente de 8 % de humedad y con un fino polvo debido a su limitado contenido de grasa 2% y una finura promedio de 13 a 14 micrones



PASOS Y TECNICAS DE ESQUILA.

- Para esquilar una vicuña, necesariamente deben de intervenir dos personas; el esquilador y un ayudante.
- El primero debe de ser una persona con suficiente experiencia en el manejo de la máquina esquiladora, mientras que el ayudante sujeta al animal de las patas delanteras permitiendo estirarlo e inmovilizarlo.

CONDUCCIÓN DE LA VICUÑA A LA PLAYA DE ESQUILA.

Sujetar por el cuello y la cola con la finalidad de inmovilizar.



SUJECIÓN.

Se hace uso de un lazo con nudos corredizos en sus extremos que aprisionan las patas y la sujetan durante todo el proceso de esquila. El lazo se sujeta a un extremo fijo a 50 cm. De la base o piso de la playa de esquila.



ORDEN DE LOS CORTES DE LA ESQUILA.

FLANCO DERECHO.

- Se abre el vellón a la altura del costillar derecho, a este nivel se hace el primer corte de forma horizontal de la parte anterior a la posterior en relación a la posición del esquilador.
- Se repite los cortes, paralelos que va hasta el borde el muslo derecho



DELIMITACION DEL VELLON Y LAS BRAGAS.

- A la altura de la paleta derecha se practica un ligero corte perpendicular, limitando la porción del vellón.
- En la parte del muslo es factible efectuar un corte perpendicular.



Se termina esta posición levantando de la cola ligeramente la vicuña e imprimir el último corte longitudinal al otro lado de la columna vertebral del animal.



FLANCO IZQUIERDO.

Juntar convenientemente el vellón que ha sido esquilado y plegarlo lo mejor posible para que la voltear a la vicuña sobre la columna, facilite su recojo cuando se termine de esquilar el flanco izquierdo.

Se empieza el corte desde el muslo izquierdo hacia adelante por el borde de la barriga hasta la paleta izquierda.



Al final de la esquila se obtiene el vellón propiamente dicho y las bragas no se esquilan.



PERSONAL.

La esquila mecanizada requiere de dos personas: Un esquilador y su ayudante.

Es necesario recalcar que el esquilador debe de tener experiencia y capacitación en el método de esquila mecanizada, además de conocer el uso y manejo de las máquinas, sus accesorios, afilado de los elementos cortantes y de su mantenimiento.

INSTALACIONES O INFRAESTRUCTURA.

La fibra de vicuña por ser un producto de alta calidad, se recomienda que la esquila se efectúe en instalaciones aparentes y con el debido equipamiento de máquinas esquiladoras.

El uso de máquinas portátiles está permitiendo aplicar este sistema de esquila mecanizada de la vicuña en diferentes zonas donde se debe de acondicionar lugares con pisos empedrados y en último de los casos utilizar mantas de yute o tolderas en el piso con la finalidad de evitar la contaminación del vellón y asegurar su limpieza.

Necesario prever habitaciones adecuadas para el almacenamiento de la fibra, no esquilar vicuñas con fibra corta ni con el vellón mojado y menos almacenar en este estado, de estar húmedos se debe de arear.

VENTAJAS DE LA ESQUILA MECANIZADA.

- Rapidez en la esquila.
- Permite uniformidad en el corte.
- Permite separar el vellón propiamente dicho de las bragas para evitar la contaminación.
- Se obtiene mayor longitud de fibra y por consiguiente mayor peso.
- Se evita el doble corte y mermas por fraccionamiento de la fibra.
- Permite obtener el vellón propiamente dicho que facilita su manejo y clasificación.
- Económicamente más rentable.

CUIDADOS DEL VELLON

- Evitar la contaminación de la fibra durante la esquila.
- En lo posible tratar de obtener el vellón íntegro a la esquila.
- Efectuar inmediatamente el envoltamiento y el embolsado.
- Hacer el rotulado para cada vellón, con la identificación necesaria.
- Almacenar en un lugar seco y ventilado.
Usar un producto contra la polilla, sea químico (naftalina) o natural como el clavo de olor.
- Por ningún motivo efectuar el excesivo manipuleo de la fibra en el campo.
- Si se tiene programado efectuar el predescerdado o el descerdado, no almacenar por mucho tiempo la fibra para evitar la contaminación con las fibras gruesas y la pérdida de rigidez de estas.

**GRACIAS AMIGOS
GANADEROS**



MANEJO DEL CALENDARIO ALPAQUERO

Dr. Danilo Pezo Carreón.

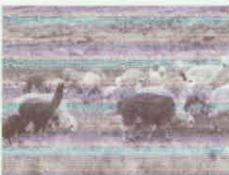
IVITA-Marangani-La Raya



¿NUESTRA REALIDAD?



Lo que tenemos

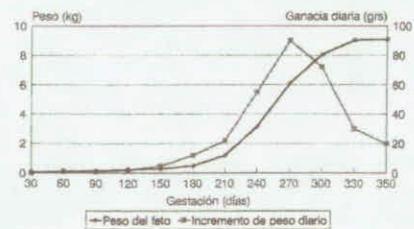


Lo que debemos tener



PARICIÓN

CURVA DE CRECIMIENTO FETAL EN ALPACAS



FUENTE: INFORMACIÓN Y SUPLEN DE BARRON, C. J. 1981, 1975.

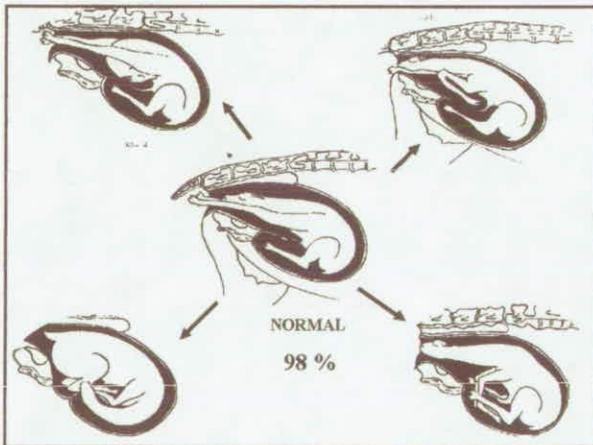
TIEMPO PROMEDIO DE DURACIÓN EN MINUTOS (Prom. ± D.E.) PARA LAS 3 ETAPAS DEL PARTO DE ALPACAS MULTÍPARAS Y PRIMERIZAS

Alpaca Madre	Primer Estadio	Segundo Estadio	Tercer Estadio
Multiparas	87.54 ± 67.26	24.73 ± 16.18	80.76 ± 38.83
Primerizas	101.52 ± 77.59	24.52 ± 12.80	77.13 ± 38.61



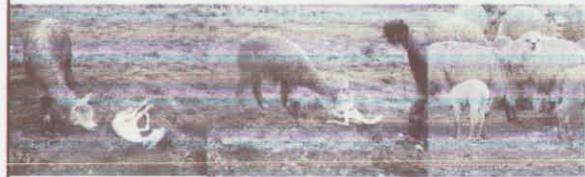
PARICIÓN

- ¿ TIEMPO DE PARTO ?
- 3.5 HORAS
- 95 % OCURRE 7.00 am a la 1.00 pm
- NO HAY NACIMIENTOS
- ENTRE LAS 5.00 pm y las 4.00 pm.



TIEMPO EN MINUTOS (Prom. ± D.E.) QUE TOMA LA CRÍA PARA INCORPORARSE POR PRIMERA VEZ E INICIO DE LA LACTANCIA, DESDE SU EXPULSIÓN

Alpaca Madre	Tiempo para incorporarse	Tiempo para iniciar la lactancia
Multiparas	41.36 ± 22.54	47.60 ± 35.11
Primerizas	48.84 ± 39.93	63.87 ± 48.56



SISTEMA DE PARICIÓN



PERFORMANCE REPRODUCTIVA DE HEMBRAS EMPADRADAS POST PARTO

PERFORMANCE	10 Días		20 Días		30 Días	
	n	%	n	%	n	%
Hembras empadradas	82	100.0	52	100.0	62	100.0
Hembras que ovularon	40	64.5	40	76.90	52	83.9
Hembras que concibieron	25	62.5	35	87.50	47	90.4
Hembras preñadas	19	76.0	31	88.60	44	93.6
Total vacías	43	69.4	21	40.38	18	29.0

Fuente: Bravo, W. y Col. 1995

REGISTRO DE PARICION DE ALPACAS

Paricionero.....
 Cancha.....
 Raza..... Año.....

Fecha de Nacimiento	MADRE		CRIA				
	Nº arete	Color	Nº arete	Sexo	Color	Peso vivo	Observaciones
5-3-99	H009/2-95	BL	H021/3-99	M	BL	7.5	Polidac

PESO CORPORAL DE CRIAS DE ALPACAS AL NACIMIENTO Y AL AÑO DE EDAD (kg) EN REBAÑO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES

MES DE NACIMIENTO	NACIMIENTO		AÑO DE EDAD	
	N	Promedio	N	Promedio
Enero	25	6.7	25	28.7
Febrero	27	6.9	24	31.8
Marzo	14	7.3	14	31.4
Abril	8	8.0	8	33.2
Promedio	75	7.2	71	31.2

EMPADRE

1. Sistema Continuo

Porcentaje de natalidad en cuatro comunidades del distrito de Ananea, Puno. (Campaña 1987-1988)

Comunidad	Nº de hembras en edad Reproductiva	Nº de Nacidos	% Natalidad
Chuquine	850	404	47.5
Oriental	460	208	45.4
Linata	608	298	49.0
Ananea	512	242	47.3
TOTAL	2,430	1,153	47.3

2. SISTEMA TRADICIONAL

Se emplea en punta de hembras compuestas de 100, 200, 300 o máximo 500 animales. Con 5 a 6 % de machos en un periodo de 3 meses (enero a marzo) con refuerzo del 2% de machos adicionales a mitad de dicho periodo.

VENTAJAS

- Se requiere un reducido numero de machos (5 a 6 %)
- Se requiere poca mano de obra.
- Hay poca movilización de los machos, así como su manejo es fácil.

DESVENTAJAS

- Durante la primera semana pueden llegar a cubrir hasta el 50 % de hembras, luego decrece.
- La pelea entre machos se incrementa sobre todo cuando el porcentaje utilizado es alto.

3. SISTEMA ALTERNADO

3.1. EMPADRE ALTERNADO 7 X 7.

Machos al 6 % con 2 % de refuerzo

Entran	A	B	A	B	A	B	A	B	A
Días	0	7	14	21	28	35	42	56	63

-----70 a 90 días

Descanso B A B A B A B A B

3.2. Empadre alternado 15 x 15.

3.3. Empadre alternado 25 x 10.

3.4. Empadre alternado en comunidades.

LABORES ANTES DEL EMPADRE.

EN LAS HEMBRAS.

- Raza.
- Color.
- Categoría.
- Estado reproductivo
- Vacías, primerizas de uno y dos años de edad y peso.
- Examen Clínico.

CON LOS MACHOS.

- Examen Clínico
- Clasificación de los machos : raza, color, categoría, edad y peso.

EFFECTO DEL EMPADRE ALTERNADO SOBRE LA NATALIDAD EN ALPACAS. (SAIS Picotani)

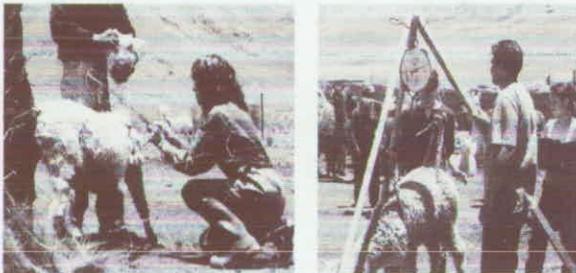
AÑO	Tipo de Empadre	% de Natalidad
1966	Tradicional	53.1
1967	Tradicional	49.0
1968	Tradicional	51.2
1969	Tradicional	55.4
1970	Tradicional	63.1
1971	Tradicional	61.0
1972	Alternado	81.1

Fuente: Novoa, C. 1973

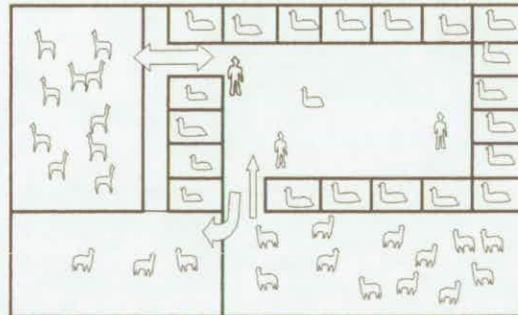
NATALIDAD EN EL EMPADRE ALTERNADO DE ALPACAS

Autor	Clase de animales	Tipo	% Natalidad	Año
Novoa y otros	Adultas con cría	7 x 7	90.0	1973
Novoa y otros	Adultas vacías	7 x 7	73.2	1973
Novoa y otros	Primerizas	7 x 7	77.3	1973
Condorena y V.	Primerizas	7 x 7	85.6	1979
Pinto	Adultas	7 x 7	63.0	1990
Pinto	Adultas	15 x 15	76.0	1990
Huanca	Adultas	-----	76.5	1992
Pari y otros	Primerizas	-----	52.0	1992

EMPADRE CONTROLADO DEL IVITA



CORRAL DE EMPADRE CONTROLADO



REGISTRO DE EMPADRE CONTROLADO DE ALPACAS

Pastor.....Raza.....
Clase.....Año.....

HEMBRA				MACHO				SERVICIO		
N°arete	Color	Peso	N°	N°arete	Color	Peso	N°	2-2-01	12-2-01	24-2-01
H005/2-09	Bl	48	15	H025/3-07	Bl	62	35	A	A	R

EFFECTO DEL EMPADRE CONTROLADO SOBRE LA NATALIDAD EN ALPACAS

AÑO	% NATALIDAD
1997	87.0
1998	85.0
1999	88.0
2000	84.0
2001	86.0

DESTETE

Las madres destinan su alimentación:

- Producción de fibra.
- Producción de leche.
- Mantener la gestación y el desarrollo de la nueva cría.
- Su mantenimiento.

DESVENTAJAS

- Las crías compiten con las madres por el escaso pasto.
- Los tuis de un año de edad continúan mamando en la siguiente lactación.

EFFECTO DEL DESTETE SOBRE EL PORCENTAJE DE FERTILIDAD* DE ALPACAS

INDICE	DESTETADOS	NO DESTETADOS
Nro. De Animales	50	50
Prefnadas	81	67
Vacías	19	33

Fuente: San Martín, F. 1996.

* La fertilidad es referida al primer chequeo de celo 18 días después del primer servicio

PESO CORPORAL Y PESO DE VELLÓN (kg) DE ALPACAS DESTETADAS Y SIN DESTETAR.

Grupos	n	Madres		Crias	
		PC ¹	PV ²	PC	PV
Con destete	22	56.4 ± 1.0	1.727 ± 0.07	24.3 ± 0.9	1.15 ± 0.04
Sin Destete Signf.	23	56.2 ± 0.9 NS	1.578 ± 0.04 NS	26.7 ± 0.7 0.05	1.20 ± 0.04 NS

Fuente: Leyva, V. 1991.
1 = Peso corporal
2 = Peso de vellón

¿EDAD ADECUADA PARA EL DESTETE?

- A los 3-4 meses de edad la función ruminal de la cría es similar a la del animal adulto.
- Es recomendable retrasar el destete hasta los 7 meses de edad.

MÉTODOS DE DESTETE.

- Separación definitiva de las crías
- Separación física temporal de las crías por 90 días.
- Sin separar físicamente a las crías de sus madres, con el método del "sosten" y "palito".

REGISTRO DE DESTETE DE ALPACAS

Pastor.....Clase de Ganado.....
Fecha.....

Nº arete	Sexo	Peso vivo (kg)	L. De Mecha (cn)	Color	Diámetro	Rizos o rulo	Observ.
H005/2-98	M	30	12	BL	23	no	Sin calce

ESQUILA

- Al utilizar mejor los pastos
 - Prevenir y curar enfermedades
 - Seleccionar buenos reproductores
- ⇒ Vellón de buena calidad y peso

Todo lo podemos perder si no hacemos buen manejo antes, durante y después de la esquila.



- De un largo de 7.5 cm como mínimo
- De calidad uniforme
- limpio y seco
- Fino

EPOCA

MESES DE OCTUBRE NOVIEMBRE

¿Por qué?

- a. Permite la total esquila de la población.
- b. Las condiciones climáticas son mas favorables.
- c. Empiezan a recuperar los pastos en praderas naturales

ANTES DE LA ESQUILA

Clasificación de Animales



CLASIFICAR

Por Raza, Sexo, Edad y Color



Durante la Esquila

GALPON DE ESQUILA



CONTROL DE PESO DE VELLÓN DURANTE LA ESQUILA DIAGNOSTICO DE PREÑEZ



CONTROL PESO VIVO



CONTROL DE ENFERMEADES



REGISTRO DE ESQUILA DE ALPACAS							
Pastor.....Clase de ganado.....							
Fecha.....Edad.....Sexo.....							
Nº de orden	Arete	Fecha	Peso Corporal kg	Peso Vellón kg	Peso Braga kg	Longitud de Mecha cn.	Gestación
1	H005	01-95	52	1.5	0.4	10	Vacía



COOPERATIVISMO

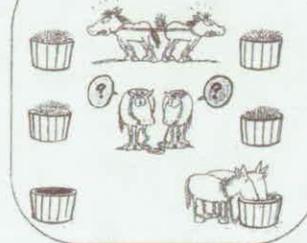


PROYECTO AFC VICUÑA
FIA - SURIRE

A) LOS VALORES DE LA COOPERACION

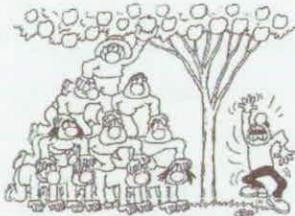
La cooperación es la unión de esfuerzos y voluntades con el fin de alcanzar un objetivo común deseado por todos. Podemos decir que la cooperación es el trabajo mancomunado y solidario que realiza un grupo de personas, con el fin de resolver sus problemas y satisfacer sus necesidades.

¿EN FIN, QUE ES LA COOPERACIÓN?



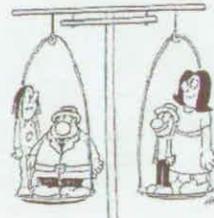
1.- La unión

La cooperación hace posible que el esfuerzo individual y aislado adquiera gran fuerza a través de la unión, permitiendo la solución de problemas que la persona sola y aislada no podría resolver



2.- La igualdad

La cooperación pone en la misma condición de igualdad a las personas quienes por el esfuerzo común, pueden producir, comercializar y/o transformar bienes y servicios, con el consenso de todos.



3.- La equidad

La cooperación permite una mejor distribución de la riqueza, sin dejar al margen a ninguno de los que participan.



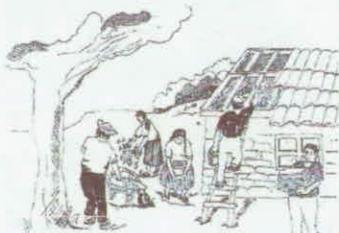
4.- El esfuerzo propio

Los esfuerzos de cada socio (aporte de capital, trabajo físico o intelectual, participación activa en las reuniones y actividades, utilización de los servicios de la organización, etc.), permiten lograr los objetivos fijados por el grupo.



5.- La autorealización

Es la voluntad de los socios de salir adelante con sus esfuerzos propios, para lograr el bienestar de sus familias y la autosostenibilidad de su organización.



6.- La solidaridad Humana

Es el apoyo recíproco entre la organización y sus socios. Es la ayuda mutua entre los socios para lograr el bien común de todos. Es la dependencia mutua entre los hombres y las mujeres.



B) DEFINICIÓN DE LA COOPERATIVA

« Una cooperativa es una asociación autónoma de personas reunidas para satisfacer sus aspiraciones y necesidades económicas, sociales y culturales comunes, mediante una empresa donde la propiedad es colectiva y donde el poder es ejercido democráticamente ».

C) LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS

- 1 La adhesión voluntaria y abierta a todos
- 2 El poder democrático ejercido por los socios
- 3 La participación económica de los socios
- 4 La autonomía y la independencia
- 5 Educación, capacitación e información
- 6 La cooperación entre las cooperativas
- 7 El compromiso en favor de la comunidad

1 La adhesión voluntaria y abierta a todos



« Las cooperativas son organizaciones fundadas sobre el voluntariado y están abiertas a todas las personas aptas a utilizar sus servicios y determinadas a tomar sus responsabilidades como socios, y esto sin discriminación fundada en base al sexo, el origen social, la raza, la afiliación política o la religión ».

2 El poder democrático ejercido por los socios



« Las cooperativas son organizaciones democráticas dirigidas por sus socios que participan activamente en el establecimiento de políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y las mujeres elegidos como representantes de los socios, son responsables ante ellos. En las cooperativas de primer nivel, cada socio tiene un derecho de voto, en virtud de la regla « un socio, un voto ». Las organizaciones de otros niveles son también organizadas de manera democrática ».

3 La participación económica de los socios



« Los socios contribuyen de manera equitativa al capital de su cooperativa y lo controlan. Al menos una parte de ese capital, usualmente es la propiedad común de la cooperativa. Los socios se benefician habitualmente de una remuneración limitada sobre el capital suscrito como condición de adhesión ».

4 La autonomía y la independencia



« Las cooperativas son organizaciones autogotas de ayuda mutua, administradas por sus socios. La conclusión de acuerdos con otras organizaciones, incluyendo gobiernos o la búsqueda de fondos a partir de fuentes exteriores, deben hacerse en condiciones que preserven el poder democrático de los socios y manteniendo la independencia de su cooperativa ».

5 Educación, capacitación e información



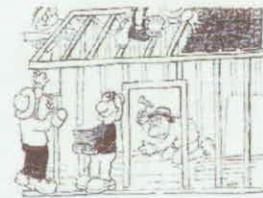
«Las cooperativas brindan a sus socios, sus dirigentes elegidos, sus ejecutivos y sus empleados, la educación y la capacitación requerida para poder contribuir eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Ellas informarán al público, en particular a los jóvenes y líderes de opinión, sobre la naturaleza y las ventajas de la cooperativa ».

6 La cooperación entre las cooperativas



« Para aportar un mejor servicio a sus socios y reforzar el movimiento cooperativo, las cooperativas obran juntas dentro de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales ».

7 El compromiso en favor de la comunidad

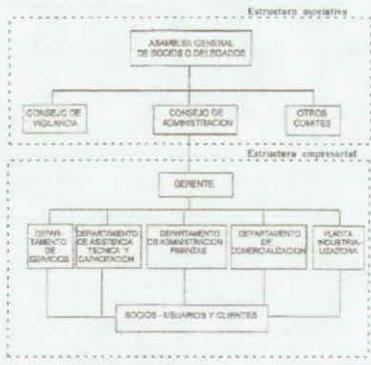


« Las cooperativas contribuyen al desarrollo sostenible de sus comunidades según las orientaciones aprobadas por sus socios ».

D) ESTRUCTURA DE UNA COOPERATIVA

1. Estructura orgánica

Una cooperativa está organizada según la estructura siguiente:





¿Cómo vender Turismo Rural Comunitario? Experiencias vivenciales!

MERCADEO BASADO EN EXPERIENCIAS

Lo que los consumidores quieren son productos, comunicaciones y campañas de marketing que encandilen sus sentidos, les lleguen al corazón y estimulen su mente"

B. Schmitt

EXPERIENCIAS DE VIAJE

*El producto se compra,
la experiencia se recuerda...*

- ! Placer - despertar los sentidos (sonidos, aromas, paisajes, cocina típica ...)
- ! Descubrimiento (ofrecer algo diferente, único)
- ! Afinidad (sentirse seguros, con posibilidad de comunicarse ..conectarse con la gente y el lugar
- ! Generar memorias únicas y duraderas.



Que hace únicos estos lugares?

- Atención familiar, sin normas de etiqueta y protocolo
- Los anfitriones y guías con personas que viven en el lugar, conocen su historia
- Contacto con la naturaleza muchas veces en lugares poco visitados
- Nuevas rutas, nuevos destinos
- Posibilidad de apoyar al desarrollo familiar y local
- Contribuir con los esfuerzos de conservación local
- Hacer amigos verdaderos con gente sencilla y desinteresada, orgullosos de los que son y de lo que tienen.

El perfil de los clientes...

- Los que buscan experiencias únicas en contacto cercano con la cultura local
- Estudiantes deseosos de aprender más acerca de desarrollo, conservación y cultura local
- Turistas activos, especialmente caminantes y ciclistas
- Los que quieren explorar lugares donde no hayan turistas tradicionales
- Los que viajan con un sentido más cultural
- Grupos de interés específico (rutas alimenticias, religiosos)



¿Cómo vender el Turismo Rural Comunitario?

- El diseño de producto es un elemento IMPORTANTÍSIMO

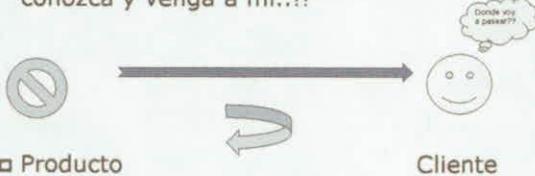
LOS PRIMEROS PASOS:

-Diseño de Manual de Ventas de cada producto:

- ¿A qué perfil de clientes va dirigido el producto?
- ¿Por qué es único este lugar?
- ¿Cómo llegar?
- ¿Cómo vincularlo a destinos turísticos reconocidos, incluyendo transporte
- Diseño de producto de acuerdo al perfil del cliente: 15 días? paquetes de 2d/1n, 3d/2n, tours de un día...
- Tarifas netas y rack
- Políticas de pago, políticas de cancelación, políticas de guía y chofer.
- Seguros

La Cadena de Comercialización

- Donde estoy yo y donde esta mi cliente?
- Como hago para que m cliente me conozca y venga a mí..!!



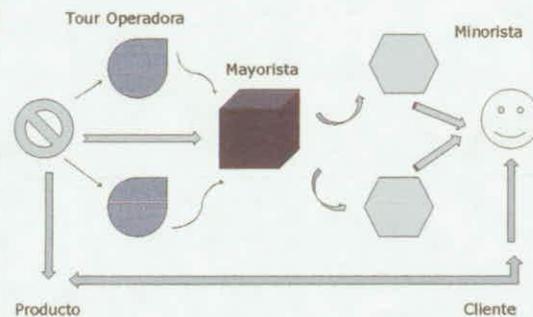
SEGMENTACION

- Permite la conexión entre valores sociales y comportamiento de los viajeros
- ! Entender las motivaciones del cliente
- ! Más allá de la segmentación tradicional
- ! Perfiles psicográficos- Estilos de vida
- ! Nichos y microsegmentos

Requisitos para segmentacion exitosa

- - Homogeneidad
- - Identificable y mensurable
- - Permanece en el tiempo
- - Factible de llegar a ella- accesible
- - Sustancial

Cadena de comercialización..



Algunas Ideas..

- (1) Encuentros verdaderos (gente, sitios...)
- (2) Descubrir lo inesperado (sorpresa)
- (3) Contar historias
- (4) Aprender haciendo
- (5) Acceso especial- detrás de la escena

Desde la perspectiva del destino:

- "El nuevo modelo de destino es un lugar que la gente visita por un periodo extendido, donde se compromete en múltiples actividades, donde existen actividades para diferentes grupos meta y donde la gente quiere regresar no solamente para repetir la experiencia pero anticipando nuevas cosas para ver y hacer"

*The Experience Profit Cycle,
The London School of Business, 2003*

¿Cómo vender el Turismo Rural Comunitario

-Los publi-reportajes, especialmente TV, son efectivos.

-Para turismo nacional hay que tener los paquetes montados con transporte, para que cuando los clientes llaman tengamos buenos resultados.

-Las alianzas con personas clave de TV son muy importantes.

¿Cómo vender el Turismo Rural Comunitario?

Medios alternativos de promoción:

- Aparecer en Guías turísticas!
- Comercio electrónico por Internet
- Mercadeo por correo-e



¿Cómo vender turismo rural comunitario?

Lo que hemos aprendido...

- Librarse de preconceptos...
- Si queremos clientes, hay que diseñar productos tomando en cuenta no solamente la oferta actual, sino la demanda
- Para rutas multi-destino, la mezcla entre experiencias de TRC y otras experiencias más orientadas al confort (pequeños hoteles tipo boutique) resultan exitosas.
- Aprender del mercado..
- Debemos aprender a ser mejores comunicadores entre el mundo urbano y el mundo rural para que la brecha que existe sea interpretada como algo positivo y no genere desilusiones o angustias en el cliente

Porque cuesta vender TRC?

- Porque es una **experiencia, más que un servicio**
- Es **único, personal y no un producto empaquetado**
- Es un **encuentro, un intercambio cultural**
- Se basa en la **autoestima y el orgullo** por mostrar y compartir la forma de vida propia, local, campesina.
- Se muestra tal como es, es decir; **AUTENTICO**
- Usualmente se ubica en **zonas no tradicionales** de desarrollo turístico

Consejos para Tour Operadores

- ❑ Ante todo es necesario entender el concepto y su finalidad, leer, investigar, compartir
- ❑ Visitar los lugares que ofrecen iniciativas de TRC, hablar con la gente, contagiarse de sus sueños y esperanzas, conocer sus esfuerzos y el empeño en salir adelante con sus proyectos turísticos, como ellos le llaman.
- ❑ Recomendar como estos empresarios pueden mejorar, ellos están abiertos siempre a escuchar buenos consejos.
- ❑ Ubicar la iniciativa en el mapa turístico, conocer el entorno del destino, la dinámica turística local
- ❑ Explorar opciones de enganche con rutas tradicionales, un desvío, una parada...
- ❑ Ser muy creativos en el desarrollo de los programas o paquetes turísticos, las iniciativas de TRC se pueden incorporar como opciones, extensiones o mezclas con programas de ecoturismo o turismo tradicional
- ❑ Crear programas de intercambio de experiencia, rutas culturales, rutas agrícolas, rutas alimenticias
- ❑ Aprovechar el posicionamiento de Costa Rica como destino de naturaleza y aventura y complementar estas experiencias con visitas a comunidades
- ❑ Tener paciencia. La respuesta de los empresarios del turismo rural, son más lentas que el empresario tradicional.





Curso de Negociación

Modelo de la Universidad Adolfo Ibáñez basado en las relaciones

¿Es una habilidad natural o cultural?

Arica 2008

Ambitos de negociación e identidad

Multidimensionalidad del convivir

La identidad del negociador es relacional, una misma corporalidad puede vivir distintas identidades



La negociación



Re



La

Realizar un programa que amplíe la autonomía reflexiva y de acción, donde surjan y se conserven las ganas de conocer, entender, buscar, investigar y aplicar conocimientos en un espacio de convivencia que genere bien-estar

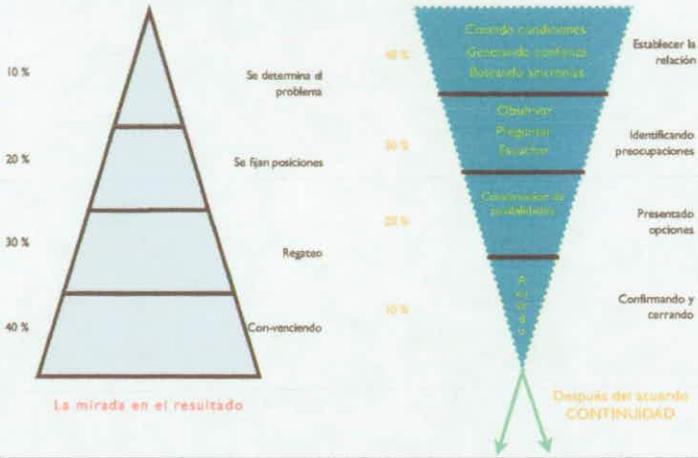
CIRCUNSTANCIAS



Cambio de paradigma

Siglo XX

Siglo XXI

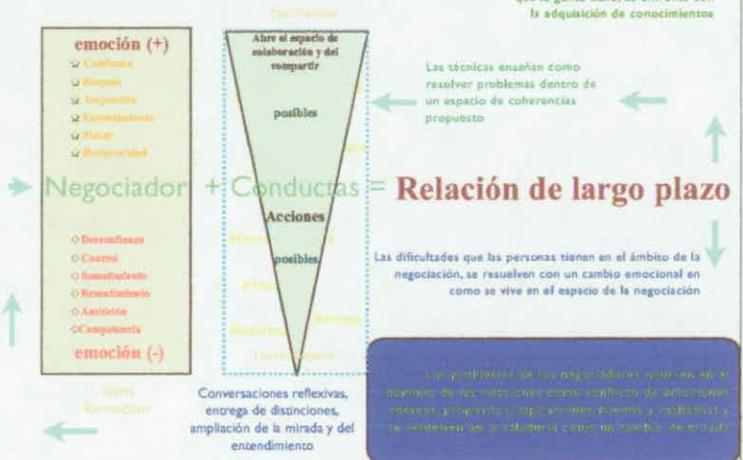


Proceso de formación - transformación

Hacer esto es positivo, pero no abre una oportunidad para modificar nuestro modo de estar en la negociación

Pensar lineal causal

Las dificultades o las limitaciones que la gente tiene, se enfrenta con la adquisición de conocimientos



El dilema

Cambio de mirada
Conducta negociadora

Transformación de las Relaciones

Autonomía en el operar.
Innovación,
inspiración, invención.

Transformación Personal

Familia, amigos,
trabajo, empresa,
colegio,
democracia, medio
ambiente.
Hacer un mundo
mejor

Nivel de formador

Transformación del Entendimiento

Nuevas distinciones:
preguntar, escuchar,
explicaciones, juicios.
Nuevos comportamientos y
prácticas, nuevos
dominios, nuevas
posibilidades

Nivel de aplicación

Actuar relacional
espontáneo en el
espacio laboral

El propósito

El nuevo fundamento
del negociador como
un ser ético,
emocional, lingüístico y
cultural

Nivel de aplicación

Actuar relacional
intencional en el
propio vivir

Actuar autónomo
Responsable relacional

Nivel básico de
comprensión

Tiempo - práctica reflexiva

Aprender a mirar el proceso

En esta cultura vivimos con la atención puesta en el resultado, no vemos el proceso, queremos la culminación, la meta, el logro

Cuando miramos el proceso nos damos cuenta que el resultado nunca es un fin, es un momento del proceso. Cada instante resulta de los anteriores

En el proceso vemos a las personas, en el resultado NO

El que operemos de una u otra forma

determina nuestra dinámica relacional negociadora

La conservación define el entorno de cambio y de acción posible



¿Que queremos conservar en una negociación?

La reflexión es un acto en la emoción en el que se abandona la certidumbre y se admite que...

Lo que se hace Lo que se cree Lo que se piensa

Lo que se opina

Lo que se tiene

Lo que se quiere

Lo que se desea

Puede ser observado y analizado



Aceptado

Corregido

Rechazado

La reflexión constituye un acto en el desapego que, cuando se hace, nos libera de cualquier trampa

El saber es enemigo de la reflexión

Mientras más creemos que sabemos menos reflexionamos

La principal dificultad que enfrentamos es el miedo a perder lo que se cree que se tiene y a lo desconocido que trae el cambio

La práctica reflexiva, muestra que no hay que temer porque abrimos la posibilidad a un nuevo operar, sin cálculos, sin exigencias, como un resultado espontáneo

El mundo que se vive es siempre una creación personal

La dinámica relacional

Somos sistemas en cambio continuo por:

No da lo mismo negociar de una manera u otra; porque lo que resulta es distinto en los distintos modos de NEGOCIAR

Las palabras operan en un espacio relacional:

El cliente quiere comprar "al mejor precio"
El vendedor quiere vender "al mejor precio"

Cada vez que hay un encuentro, lo que nos pasa depende de nosotros



Las palabras significan las acciones que coordinan

Lo que sucede con nosotros en cada instante, depende de como estamos en ese instante

Entorno

Las dimensiones encuentro/entorno son múltiples

Conducta negociadora



El escuchar determina el tipo de convivencia

El escuchar esta determinado por los criterios de validez que adoptamos como coherencias operativas

- **Aprendemos el** escuchar en nuestra infancia
- **Conservamos el** escuchar en la cultura que vivimos
- **Enseñamos el** escuchar que vivimos



Condición que se pone en el escuchar para aceptar la respuesta

Hay tantas explicaciones como criterios de validación puede usar el que escucha

Un nuevo entendimiento del escuchar

Aplicamos la curiosidad a lo que sea que escuchemos, veamos, toquemos, oíamos...o pensemos

El futuro es un espacio de colaboración y confianza

Nunca escuchamos en el vacío

Abrimos espacios de conversación reflexiva

Se escucha desde el respeto por el otro negociador y por si mismo

Vemos a la otra persona



Escucha

Habla

Nos vamos

→



Escucha

←

Nos entendemos

Responde

Abrimos el camino hacia relaciones de aceptación y respeto

Estamos tranquilos

Escuchamos a la persona

→ Desde donde dice lo que dice

Hacemos preguntas

→ Queramos entenderlo

Surge el entendimiento
Estamos serenos

Escuchamos para descubrir donde se valida lo que el otro negociador dice desde su legitimidad



El arte de hacer preguntas

El nuevo operar del preguntar



Preguntas cerradas

Preguntas con alternativas

- ¿Prefieres esto o lo otro?
- ¿Pagaras al contado o a

Invitan



- ¿Estas conmigo o contra mí?
- ¿O renuncias o te despidos?
- ¿Me tomas o me dejas?

Exigen

Preguntas abiertas



¿**Cómo?** de que modo

¿**Qué?** el hecho

¿**Cuando?** el tiempo

¿**Quién?** la(s) personas

¿**Donde?** el lugar

¿**Porqué?** motivo (s)

¿**Muéstrame?** la evidencia

¿**Cual?** las alternativas

Evaluar - Analizar

¿Como compararía...?

¿Cuales son las diferencias que ve...?

Especular

¿Si usted pudiera organizar...?

¿Supongamos que usted?

Expresar emociones

¿Que opina de la tendencia...?

¿Que siente cuando...?

Preguntas
de
profundidad

Distinción: Ver

Ver = mirar + emoción (interpretación)

- Para ver tenemos que tener distinciones
- Vemos desde la emoción
- El ver es cultural
- El mirar es biológico
- Creer para ver



Pensamos que son estados íntimos y nos referimos a ellas como sentimientos



Las emociones son conductas o dominios de conductas relacionales

La emoción define la acción

El fundamento de todo quehacer



MIENTRAS MÁS CERCANO, MEJOR

Fuente: IBM T.M.P.C.I.B.A.O.

En general, ¿en qué medida le inspiran hoy confianza los siguientes grupos y personas? Media en una escala de 0 a 10, en la que 0 significa que "no le inspiran ninguna confianza" y 10 que "le inspiran mucha confianza".

MIAS con:	Dinamarca	EE.UU.	Reino Unido	Alemania	España	Japón	Rusia	Israel	Francia	Italia	Turquía	México	Chile
Familiares	9,2	8,9	8,8	8,9	8,7	9,1	9,3	8,9	8,2	8,9	9,2	8,9	8,2
Amigos	9,0	8,4	8,3	8,3	8,1	7,7	7,5	7,5	7,8	7,0	6,5	7,2	7,0
Compañeros de trabajo o estudio*	7,8	6,7	6,7	6,5	6,9	6,7	6,5	6,5	6,1	6,1	7,2	6,6	5,6
Su jefe, supervisor o profesor*	7,7	6,7	6,3	6,2	6,0	6,4	5,4	6,1	5,6	5,8	6,6	6,5	5,8
Sus vecinos	7,2	6,3	6,4	6,2	6,0	5,7	4,9	5,1	5,3	5,2	6,0	6,2	5,0
La gente de su pueblo o ciudad	6,8	5,9	5,5	5,8	6,4	5,5	4,7	5,0	5,3	5,4	5,2	6,4	5,1
La gente de su país	6,5	5,7	5,4	5,5	6,2	5,1	4,8	4,5	5,2	5,3	5,8	5,7	4,7

* si trabaja o estudia

No es lo mismo

Un encuentro con alguien que pertenece al mundo de uno y a quien uno respeta

Un encuentro con alguien que no pertenece al mundo de uno y que por lo tanto le es indiferente

Aunque esto sea en una simple transacción mercantil que parece tan sencilla y tan elemental

No es lo mismo porque las emociones involucradas son distintas

Mi emoción - mi acción

- **Confianza**
 - **timidez**
 - **desconfianza**
 - **enojo**
 - **duda**
 - **curiosidad**
 - **optimismo**
 - **seguridad**
 - **ansiedad**
 - **miedo**
- **me debo cuidar**
 - **vamos a ganar**
 - **pediré más datos**
 - **intransigencia**
 - **apresuramiento**
 - **no cederé**
 - **es un pesado**
 - **pediré garantías**
 - **No me atrevo**
 - **pediré el contrato**

Mi emoción - su acción

- **Confianza**
 - **timidez**
 - **desconfianza**
 - **enojo**
 - **duda**
 - **curiosidad**
 - **optimismo**
 - **seguridad**
 - **ansiedad**
 - **miedo**
- **Quiere engañar**
 - **cederá**
 - **pedirá más datos**
 - **se correrá**
 - **habrá acuerdo**
 - **postergará**
 - **no habrá acuerdo**
 - **lo pensará**
 - **es un pesado**
 - **pedirá concesiones**

La emocionalidad básica del negociador es:



Las emociones especifican el espacio relacional en que nos movemos

La emocionalidad básica de cualquier relación de largo plazo es la:



Cuando no hay confianza
aparece el deseo de control



**PROYECTO AFC VICUÑA
FIA – SURIRE**



INFORME TECNICO TALLER DE CAPACITACION

**“COMPETENCIAS TÉCNICAS PARA EL MANEJO DE
PREDESCERDADO Y CLASIFICACIÓN DE FIBRA DE
VICUÑA Y ALPACA”**



**Sócrates A. Colque Rojas
Médico Veterinario y Zootecnista
EXPOSITOR**

1. PRESENTACION

En un nuevo enfoque de participación de los actores de la cadena productiva de la vicuña y alpaca, instituciones, organizaciones y productores de diferentes regiones de Chile criadoras de camélidos andinos llegan a concertar con la finalidad de brindar apoyo a iniciativas de organizar la oferta y generar valor agregado del producto fibra, además de formar capacidades para la negociación en beneficio de los ganaderos.

En esta visión, organizaciones de la Región Tarapacá como la Sociedad de Hecho Surire y la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), a través del Proyecto AFC Vicuña, aunaron esfuerzos para ejecutar el taller de competencias técnicas en el manejo del predescerdado de la fibra de vicuña y clasificación de fibra de alpaca que permitirá ofertar productos de acuerdo a las exigencias del mercado internacional textil.

En el presente documento damos cuenta de lo acontecido en el desarrollo del evento tecnológico.

2. ANTECEDENTES

El conocimiento tecnológico expuesto en el taller es generado por dos organizaciones de ganaderos del Perú, criadores de vicuñas y alpacas.

La Central de Cooperativas de Servicios Especiales Alpaqueros de Puno Ltda. – CECOALP, en la región Puno - Perú, como producto de varios años de trabajo ha llegado a acumular una gran experiencia en la gestión empresarial de la comercialización de la fibra de alpaca, implementado de esta forma todo un sistema sostenido de gestión comercial, que comprende desde la estructuración de la oferta, la generación del valor agregado y la colocación del producto en el mercado, siendo una organización empresarial de alpaqueros comprometida en generar alternativas que contribuyan al desarrollo del sector, por ello, en estos últimos tiempos esta experiencia está siendo masificado en otras regiones y zonas alpaqueras del Perú como una posibilidad de generar mejores condiciones a la comercialización de la fibra en beneficio de los ganaderos.

El Comité Multicomunal de Manejo de Vicuñas Picotani, en la Región Puno, Perú es una de las organizaciones líderes en el manejo sustentable de la vicuña, pionera en la crianza en cautiverio de esta especie, que ha permitido generar tecnología propia para el manejo de la fibra de vicuña, que va desde la organización de la captura, la esquila mecanizada, el acondicionamiento del vellón, el predescerdado y el descerdado de la fibra, experiencias que sirven como base para la formulación de las normas técnicas de la fibra de vicuña, además de estar masificando esta

experiencia como un aporte hacia otras organizaciones de criadores de vicuñas de nivel nacional e internacional.

El proyecto AFC Vicuña FIA SURIRE, cumpliendo con su misión de promover el desarrollo de LOS ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA del sector textil de los camélidos sudamericanos de la Región Tarapacá, está ejecutando una serie de acciones dirigidas a la capacitación de los ganaderos y emprende la tarea mediante el intercambio y la transferencia de tecnología en forma horizontal a nivel interregional, con la finalidad de facilitar el inicio de propuestas comerciales y empresariales que permita la generación y la articulación de la cadena de valor de la fibra de vicuña y alpaca.

Sobre esta premisa la Sociedad de Hecho Surire y Asociados, asumen el reto de organizar el **Taller de Competencias Técnicas en el Manejo de Predescerdado y Clasificación de Fibra de Camélidos**

3. JUSTIFICACIÓN.

- 3.1. El recurso camélido sudamericano esta basado sobre un sistema tradicional en su producción y productividad, la comercialización de sus productos sujetos a una intermediación dirigido a un mercado informal de frontera, distorsionando los precios y el retorno de los costos de producción, dando la apariencia de ser una actividad económica no rentable.
- 3.2. El desarrollo tecnológico en la crianza de los camélidos y las experiencias gestonarias en el proceso productivo y de comercialización son disímiles y más aún en cada uno de los países latinoamericanos dedicados a la crianza de los camélidos. Esta diversidad de conocimientos y prácticas genera la necesidad de interrelacionar experiencias que permitan desarrollar una estrategia conjunta para potenciar el sector.
- 3.3. La importancia de la organización de la oferta y de generación del valor agregado en los productos que proviene de los camélidos sudamericanos, no es asumida por el ganadero, debido a problemas de orden tecnológico y gestionario. Las experiencias de transformación y comercialización de la fibra, carne y pieles, deben de contribuir al restablecimiento de las nuevas prácticas productivas y de transformación de la materia prima que contribuyan a la construcción de una alternativa pecuaria rentable,
- 3.4. Es necesario que los ganaderos comprendan que la cultura de calidad es de suma importancia en la negociación de sus productos, por ello, la necesidad de conocer y tener la capacidad de aplicar las

tecnologías existentes en el manejo comercial de la fibra de vicuña y alpaca, que permita obtener precios diferenciados a la calidad.

4. PROBLEMAS ABORDADOS

4.1. Problemas económicos

- Organización de la oferta de fibra de vicuña y alpaca.
- Generación de márgenes comerciales y valor agregado.
- Articulación directa con el mercado.

4.2. Problemas técnicos

- La esquila de vicuñas y alpacas, el envellonado.
- Categorización de la fibra de alpaca en vellón.
- Clasificación de la fibra de alpaca
- Generación de recursos humanos para la gestión empresarial de la experiencia.

4.3. Problemas organizacionales

- La generación de alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones situadas en diversos niveles y sectores a fin de generar una red que apoye la iniciativa de la organización empresarial.
- Como resultado de abordar estos problemas debe de lograr la consolidación de la organización empresarial y su fortalecimiento institucional.

5. OBJETIVOS.

5.1. OBJETIVO GENERAL.

Transferir conocimientos teóricos y prácticos en el manejo, limpieza y clasificación de fibra de vicuña y alpaca para las unidades productivas de la provincia de Parinacota.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Transferir capacidades técnicas en la implementación de las Normas Técnicas del categorizado y clasificado de fibra de alpaca.
- Transferir conocimientos en el proceso del predescerdado y descerdado de la fibra de vicuña.

- Transferir conocimientos en el manejo técnico de la fibra de vicuña y alpaca.
- Conocer las técnicas desarrolladas de manejo de fibra por las empresas textiles peruanas.
- Efectuar limpieza, selección y clasificación de 70 kilos de fibra vicuña y 400 kilos de fibra de alpaca.

6. IMPACTO GENERADO:

Desarrollo de capacidades de los asistentes, integrantes de la Sociedad de Hecho Surire y Asociados, en el manejo técnico del predescerdado de la fibra de vicuña y del clasificado de fibra de alpaca de acuerdo a normas internacionales del mercado textil.

7. INSTITUCIÓN ORGANIZADORA:

Sociedad de Hecho Surire y Asociados, Región de Tarapacá.

Dirección: Oficina 160, 1° piso, Edificio Shopping Center del Pacifico –
Arica

Comuna: Arica

Región: Tarapacá

8. INSTITUCIÓN FINANCIADORA:

Fundación para la Innovación Agraria
Proyecto AFC Vicuña
FIA – SURIRE.

9. COORDINADOR DEL EVENTO:

Ing. Patricia Samhueza.
Proyecto AFC Vicuña
FIA – SURIRE.

10. EXPOSITOR:

Sócrates Antonio Colque Rojas
Médico Veterinario y Zootecnista.
Miembro Comisión Andina de Normas Técnicas de Fibra de Alpaca.

11. PERSONAL DE APOYO:

Ing. Rodrigo - Proyecto AFC Vicuña

Tec. Jorge Jiménez - Proyecto AFC Vicuña

Sr. Emilio Escalante Yana – Técnico en Esquila Mecanizada.

Sra. María Carrasco Carrasco – Maestra en Clasificación de Fibra de Alpaca.

12. BENEFICIARIOS:

12.1. Unidades de Producción:

- Lauca.
- Misitune.
- Surire.
- Chivatambo.
- Limani.
- Achacala.

12.2. Ganaderos aymaras productores de fibra de vicuña:

- Fernando Caris.
- Berna Caris.
- Placido Laura.
- Félix Caris.
- Juan Quispe.
- Marina Poma.
- Yolanda Quispe.
- Gumersindo Gutiérrez.
- Conrado Blanco.
- Marcia Blanco.
- Maria Lucia Nahualkeo.
- Celestino Blanco.
- Uberlinda Blanco.
- Sofia Yucra.
- Ángela Mamani.
- Deysi Castro.
- Martha Miranda

12.3. Ganaderos aymaras productores de fibra de alpaca:

- Natalia Chura.
- Carmen Huaylla.
- Felipe Condori.
- Luisa Yucra.
- Margarita Flores.

- Genara Flores.
- Gumersindo Gutiérrez.

13. FECHA DEL EVENTO:

17, 18 y 19 de abril de 2007

14. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL EVENTO:

Recinto Campestre de los Técnicos del Ejército, Ciudad de Arica, I Región (Tarapacá), Chile.

15. ACTIVIDADES CUMPLIDAS:

15.1. Metodología y Técnica de Capacitación.

El evento metodológicamente fue implementado como curso taller, que ha permitido transferir en forma horizontal conocimientos y habilidades en el predescerdado de fibra de vicuña y clasificación de fibra de alpaca.

Las técnicas empleadas fueron:

- Exposiciones Teóricas, presentado por el expositor principal para desarrollar los módulos de capacitación programadas.
- Trabajo práctico, En grupos para el clasificado y predescerdado de acuerdo a las diferentes unidades de producción asistentes al evento.

El grupo de clasificación de fibra de alpaca estuvo conformado por 7 ganaderos de diferentes unidades de producción.

Los 6 grupos para el predescerdado de fibra de vicuña estuvo conformado por ganaderos de cada unidad de producción que asistieron al evento.

15.2. Programación Ejecutada.

Día 17 de abril de 2007.

HORA	ACTIVIDAD	PARTICIPANTES
9.00 a.m.	Inauguración del evento.	- Organizadores. - SEREMIA. - Expositores. - Ganaderos
10.00 a.m.	1ra Exposición tema fibra de alpaca. <ul style="list-style-type: none"> • La fibra de la alpaca, características textiles y propiedades. • Transformación y competidores • La esquila, época, formas y ventajas. • Centros de esquila, implementación. • Envellonado • Acopio de la fibra de alpaca, actividades, ventajas. • Centros de acopio, productos que oferta • La CECOALP, Evolución empresarial. • Plan de acopio, documentos de gestión • Norma técnica del categorizado de la fibra de alpaca. • Norma técnica del clasificado de fibra de alpaca. • Comercialización de la fibra de alpaca. • Cadena productiva de la fibra de alpaca • Destino para los Top's, hilados y prendas a base de fibra alpaca. • Propuesta de desarrollo. • Articulación de la cadena de valor de la fibra de alpaca. 	Sócrates Colque
11.30 a.m.	2da. Exposición: Esquila de vicuñas <ul style="list-style-type: none"> • Esquila mecanizada de la vicuña. • Factores para una buena esquila. • Características morfológicas de la vicuña. • Características físicas de la fibra y el vellón • La máquina de esquila, características. • Afilado y armado de peines y cortantes • Pasos y técnica de la esquila mecánica. • Instalaciones, personal y ventajas. 	Sócrates Colque

14.30 p.m.	<p>3ra. Exposición: Predescerdado de fibra de vicuña.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto del predescerdado. • Actividades antes del predescerdado. • Proceso del predescerdado. • Desbragado, materiales e instalaciones. • Pasos del predescerdado. • Nivel de trabajo del predescerdado. • Ventajas del predescerdado. 	Sócrates Colque
16.00 p.m.	<p>Formación de grupos de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grupo de clasificación de fibra de alpaca, integrado por las U. P. Surire, Ancara y Lauca, integrado por 7 ganaderos. • Demostración de clasificación de fibra de alpaca. • Grupo de descerdado de fibra de vicuña, conformado por 6 grupos integrados por ganaderos de las siguientes unidades de producción: <ul style="list-style-type: none"> - Grupo 1: U. P. Lauca. - Grupo 2: U. P. Misitune - Grupo 3: U. P. Surire. - Grupo 4: U. P. Chivatambo. - Grupo 5: U. P. Achacala - Grupo 6: U. P. Limani • Demostración de predescerdado de fibra de vicuña. 	Sócrates Colque. Maria Carrasco Emilio Escalante.

Día 18 de abril de 2007.

HORA	ACTIVIDAD	PARTICIPANTES
09.00 a.m.	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de fibra de alpaca blanca. • Manejo de la nomenclatura en la clasificación de fibra de alpaca. • Calculo de rendimientos de clasificación. • Predescerdado de fibra de vicuña. • Determinación de tiempos de avance de predescerdado por grupo de trabajo. 	Sócrates Colque Maria Carrasco Emilio Escalante

14.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de fibra de alpaca blanca y repaso de clasificación. • Predescerdado de fibra de vicuña. • Calculo de rendimientos. 	Sócrates Colque Maria Carrasco Emilio Escalante
------------	---	---

Día 19 de abril de 2007.

HORA	TEMA	EXPOSITOR
09.00 a.m.	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de fibra de alpaca color. • Calculo de rendimientos. • Uso de nomenclatura de clasificación. • Predescerdado de fibra de vicuña. • Evaluación del nivel de descerdado por cada grupo. 	Sócrates Colque Maria Carrasco Emilio Escalante
14.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de fibra de alpaca. • Elaboración de cartas de colores. • Predescerdado de fibra de vicuña. • Evaluación de avance de predescerdado por grupo. 	Sócrates Colque Maria Carrasco Emilio Escalante
18.30 p.m.	<ul style="list-style-type: none"> • Clausura del evento con entrega de certificados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Gobernadora de General Lagos. - SEREMIA. - Organizadores. - Ponentes. - Ganaderos.

16. METAS ALCANZADAS

16.1. Asistentes:

- 07 Unidades de producción.
- 24 ganaderos en predescerdado de fibra de vicuña.
- 07 ganaderos en clasificación de fibra de alpaca.

16.2. Materiales de capacitación entregados:

- Resumen de separatas, ponencias e instrumentos de gestión.
- Carta de colores de clasificación de fibra de alpaca.

16.3. Volumen y resultados del predescerdado de fibra de vicuña.

- 36 vellones con un peso de 8904.1 gramos.

Grupo 1: U. P. Lauca: 06 vellones con 1691.0 grs.
 Grupo 2: U. P. Misitune: 06 vellones con 1646.9 grs.
 Grupo 3: U. P. Surire: 04 vellones con 1132.3 grs.
 Grupo 4: U. P. Chivatambo: 07 vellones con 1808.0 grs.
 Grupo 5: U. P. Achacala: 09 vellones con 1699.9 grs.
 Grupo 6: U. P. Limani: 04 vellones con 926.00 grs.

16.4. Rendimientos de fibra predescerdada.

NRO. DE GRUPO	NRO. DE VELLON	PESOS EN GRAMOS						TOTALES EN GRAMOS
		FIBRA SUCIA	FIBRA COMERCIAL	FIBRA CORTA	CERDA	TIERRA E IMPUREZA	MERMA NO CONTROL	
01	6	1691,0	1190,4	243,4	88,8	159,6	29,1	1691,0
02	6	1646,9	1270,1	170,6	109,4	119,2	40,7	1646,9
03	4	1132,3	885,6	66,5	91,3	62,1	26,8	1132,3
04	7	1808,0	1316,8	263,9	111,4	203,7	38,9	1808,0
05	9	1699,9	1169,0	312,4	101,9	67,1	49,5	1699,9
06	4	926,0	633,6	205,1	62,8	29,1	5,5	926,0
TOTAL	36	8904,1	6465,5	1261,9	565,6	640,8	190,5	8904,1
%		100,00	65,71	14,17	6,35	7,20	2,14	100,00

16.5. Rendimiento de avance de predescerdado por Unidad de Producción

UNIDAD DE PRODUCCION	ORDEN DE MERITO	NRO. DE VELLONES	PROMEDIO DE AVANCE/ VELLON	PUNTAJE SOBRE 10
ACHACALA	1	9	1.78 horas	8
CHIVATAMBO	2	7	2.29 horas	7
MISITUNE	3	6	2.67 horas	6
LAUCA	4	6	2.67 horas	6
SURIRE	5	4	3.20 horas	5
LIMAN	6	4	3.20 horas	5

Es necesario indicar que los grupos de la U. P. Achacala y Chivatambo, son los ganaderos que mejor han asimilado el proceso de descerdado de la fibra de vicuña pero su avance por vellón categorizado es aún demasiado lento, deben de reducir a 40 minutos por vellón predescerdado para cuatro personas.

16.6. Volumen de fibra de alpaca para clasificado:

Solamente se logro tener 101.62 kilos de fibra de alpaca, cuarta parte del volumen programada, pero que ha servido para poder instruir a los capacitandos en la actividad del clasificado de fibra de alpaca.

Nro.	NOMBRES Y APELLIDOS	HUACAYA (Kilos)						TOTAL Kgrs.
		BLANCO		LF		COLOR		
		TUI	ADULTO	TUI	ADULTO	TUI	ADULTO	
1	U. P. Surire		37,00				12,00	49,00
2	U. P. Ancara		18,00				15,00	33,00
3	Carmen Huaylla		6,00				0,78	6,78
4	Gumersindo Gutiérrez		1,34				10,50	11,84
5	Genara Flores						1,00	1,00
TOTALES			62,34				39,28	101,62

16.7. Resultados a la clasificación de fibra de alpaca.

RENDIMIENTO TOTAL

RESUMEN	Kgrs.	%
PESO NETO FIBRA	96,81	95,27
PESO NETO MERMA	4,81	4,73
TOTAL	101,62	100,00

**RENDIMIENTO
POR COLOR**

CONCEPTO	F. BLANCA	F. LF	F. COLOR	MERMA
CANTIDAD	55,77	16,69	24,35	4,81
%	54,88	16,42	23,93	4,73

RENDIMIENTO POR FINURA

CONCEPTO	F. FINA	F. MEDIA	F. GRUESA	MERMA
CANTIDAD	42,47	38,41	15,93	4,81%
%	41,79	37,38	15,68	4,73%

De acuerdo a este resultado podemos indicar que la fibra clasificada desde el punto de vista de merma, color y finura se encuentra dentro de los parámetros de ser considerada una fibra rentable que puede generar un ingreso por encima del 15% sobre el mejor precio de mercado.

16.8. Avance de clasificado:

Podemos indicar que los capacitandos no han alcanzado un nivel que les permita asumir un proceso de clasificado de fibra de alpaca pero si tienen el criterio más elemental de lo que es una clasificación de fibra, el volumen de fibra no permitió efectuar lograr un mayor conocimiento, el avance es bastante mínimo solo de 14 kilos por persona en 16 horas de trabajo. Se pudo confeccionar con cada uno de los participantes carta de colores como guía de trabajo para poder determinar los colores naturales en el momento del pareo, el repaso y el tonéo de la fibra de alpaca.

El avance de una clasificadora alcanza a un promedio de 40 kilos de fibra por hora de trabajo.

17. PROBLEMAS TÉCNICOS ENCONTRADOS:

17.1. En fibra de vicuña.

- En algunas unidades de producción se pudo observar una mala presentación del vellón, debido a dos factores importantes como es una mala esquila y poco cuidado en el momento del Envellonamiento.
- Un buen porcentaje de fibra comercial o vellón, al momento del desbragado esta siendo pasado como fibra corta, con la consiguiente pérdida económica para el ganadero.
- Existe un falso concepto de que al descerdado se tiene una alta merma en el peso del vellón.
- Los ganaderos dedicados al manejo de la fibra de vicuña, son personas circunstanciales con actividades u ocupaciones diversas de mayor importancia como para dedicar el tiempo necesario para el predescerdado o descerdado de la fibra.

17.2. En fibra de alpaca.

- Se tiene deficiencias en la esquila, manejo y almacenado de la fibra de alpaca.
- El manejo de la fibra se hace en envases no adecuados, que por un lado son contaminantes y por el otro no evitan la excesiva pérdida de humedad y grasa de la fibra que repercute en la pérdida de peso y por consiguiente de ingresos económicos.
- La fibra de alpaca es considerado como un producto de segundo orden debido a que su comercialización no se encuentra organizada ni articulada con ninguna cadena de

producción o de valor existentes a nivel nacional o internacional.

- Para el manejo técnico de ambas fibras no se cuenta con personal calificado y capacitado que permita obtener y ofertar productos de alta calidad de acuerdo a las exigencias del mercado textil.

18. RECOMENDACIONES.

18.1. Desarrollar programas de capacitación y sensibilización en la zona de intervención del proyecto, que genere conciencia de calidad en el manejo técnico de las fibras de los camélidos, así como permita organizar la oferta de acuerdo a los estándares internacionales exigidos para su comercialización.

18.2. Desarrollar programas de formación de capacidades de grupos especializados y organizados empresarialmente para dar servicio de:

- Esquila a tijera y/o mecanizada de vicuñas y alpacas.
- Predescerdado y descerdado de fibra de alpaca.
- Categorizado y clasificado de fibra de alpaca.

Este grupo de personas pueden ser familiares de los ganaderos o que por su disponibilidad de tiempo pueden convertir a estas actividades como una ocupación permanente y rentable.

Por ello los ganaderos deben de asumir que la crianza de los camélidos sudamericanos es una actividad económica rentable y como tal su manejo debe de estar bajo la asistencia de técnicos debidamente calificados y no como una actividad de segundo orden.

18.3. El predescerdado de la fibra de vicuña debe de efectuarse en el tiempo mas breve posible después de la esquila para facilitar el avance de esta actividad y evitar se arruguen las cerdas.

18.4. Elaborar el plan de campaña de comercialización de fibra de alpaca, con miras a la generación de valor agregado y la articulación a una cadena productiva a nivel nacional o internacional.

18.5. Sensibilizar a la institución competente para la conformación de la Comisión de Normas Técnicas de la fibra de Vicuña y Alpaca que permita formular o validar las normas existentes a nivel de los países andinos.

Arica, abril de 2007.

ANEXOS

PLANILLA DE CONTROL DIARIO DE PRE DESCERDADO

GRUPO NRO: 01

NOMBRES Y APELLIDOS: Fernando Caris

UNIDAD DE PRODUCCION: LAUCA

Berna Caris

Placido Laura

Félix Caris

FECHA	NRO. DE VELLON	PESOS (GRS)						TOTALES EN GRAMOS
		FIBRA SUCIA	FIBRA COMERCIAL	FIBRA CORTA	CERDA	TIERRA E IMPUREZA	MERMA NO CONTROL	
18/04/2007	O35	252,9	196,7	37,9	10,3	28,3	-20,3	252,9
	336	314,1	232,5	39,4	12,7	25,5	4,0	314,1
	343	296,1	187,2	43,2	18,1	38,7	8,9	296,1
19/04/2007	344	295,1	199,5	47,8	23,5	21,3	3,0	295,1
	O17	310,6	217,3	45,9	14,3	26,8	6,3	310,6
	33P	222,2	157,2	29,2	9,9	19,0	6,9	222,2
TOTALES	6	1691,0	1190,4	243,4	88,8	159,6	29,1	1691,0
%		100,00	70,40%	14,39	5,25	9,44	1,72	100,00

Firma responsable

Firma almacenero

PLANILLA DE CONTROL DIARIO DE PRE DESCERDADO

GRUPO NRO: 02

NOMBRES Y APELLIDOS: Juan Quispe

UNIDAD DE PRODUCCION: MISITUNE

Marina Poma

Yolanda Quispe

Gumersindo Gutiérrez

FECHA	NRO. DE VELLON	PESOS (GRS)						TOTALES EN GRAMOS
		FIBRA SUCIA	FIBRA COMERCIAL	FIBRA CORTA	CERDA	TIERRA E IMPUREZA	MERMA NO CONTROL	
18/04/2007	B010	225,1	227,8	17,9	14,3	28,2	-63,1	225,1
	B002	209,5	146,2	16,2	20,5	12,7	13,9	209,5
	B004	264,9	197,3	27,7	24,5	13,2	2,2	264,9
19/04/2007	B003	254,0	187,4	28,1	18,6	16,7	3,2	254
	C003	341,2	253,9	40,8	17,9	21,6	7	341,2
	B006	352,2	257,5	39,9	13,6	26,8	14,4	352,2
TOTALES	6	1646,9	1270,1	170,6	109,4	119,2	40,7	1646,9
%		100	77,12	10,36	6,64	7,24	2,47	100

Firma responsable

Firma almacenero

PLANILLA DE CONTROL DIARIO DE PRE DESCERDADO

GRUPO NRO: 03

NOMBRES Y APELLIDOS:

UNIDAD DE PRODUCCION: SURIRE

FECHA	NRO. DE VELLON	PESOS (GRS)						TOTALES EN GRAMOS
		FIBRA SUCIA	FIBRA COMERCIAL	FIBRA CORTA	CERDA	TIERRA E IMPUREZA	MERMA NO CONTROL	
18/04/2007	605A	387,9	318,4	16,2	18,2	21,4	13,7	387,9
19/04/2007	537A	259,1	208,6	17,5	19,9	8,2	4,9	259,1
	601A	277,8	210,8	17,7	25,7	18,1	5,5	277,8
	584A	207,5	147,8	15,1	27,5	14,4	2,7	207,5
TOTALES	4	1132,3	885,6	66,5	91,3	62,1	26,8	1132,3
%		100	78,21	5,87	8,06	5,48	2,37	100

Firma responsable

Firma almacenero

PLANILLA DE CONTROL DIARIO DE PRE DESCERDADO

GRUPO NRO: 04

NOMBRES Y APELLIDOS: Conrado Blanco

UNIDAD DE PRODUCCION: CHIVATAMBO

Marcia Blanco

Maria Lucia Nahualkeo

Genara Flores

FECHA	NRO. DE VELLON	PESOS (GRS)						TOTALES EN GRAMOS
		FIBRA SUCIA	FIBRA COMERCIAL	FIBRA CORTA	CERDA	TIERRA E IMPUREZA	MERMA NO CONTROL	
18/04/2007	B022	238,5	230,8	23,0	13,0	38	-66,3	238,5
	B020	233,8	202,6	33,1	13,2	45,3	-60,4	233,8
	B025	208,4	151,8	18,4	12,3	17,4	8,5	208,4
19/04/2007	B026	200,9	139,3	27,5	12,5	15,7	5,9	200,9
	B023	246,8	150,8	31,2	24,3	29,8	10,7	246,8
	C025	248,6	150,0	52,7	18,0	22,7	5,2	248,6
	B024	431,0	291,5	78,0	18,1	34,8	8,6	431
TOTALES	7	1808,0	1316,8	263,9	111,4	203,7	38,9	1808,0
%		100	72,83%	14,60	6,16	11,27	2,15	100

Firma responsable

Firma almacenero

PLANILLA DE CONTROL DIARIO DE PRE DESCERDADO

GRUPO NRO: 05

NOMBRES Y APELLIDOS: Celestino Blanco

UNIDAD DE PRODUCCION: ACHACALA

Uberlinda Blanco

Sofía Yucra

Deysi Castro

FECHA	NRO. DE VELLON	PESOS (GRS)						TOTALES EN GRAMOS
		FIBRA SUCIA	FIBRA COMERCIAL	FIBRA CORTA	CERDA	TIERRA E IMPUREZA	MERMA NO CONTROL	
18/04/2007	197N	216,5	145,8	43,6	9,9	7,1	10,1	216,5
	015N	172,3	124,3	27,7	9,3	9,1	1,9	172,3
	002V	191,6	136,8	29,5	12,5	7,8	5	191,6
	013N	127,6	93,3	17,1	9,0	2,4	5,8	127,6
19/04/2007	091N	175,6	128,4	21,1	12,4	7,9	5,8	175,6
	064N	152,6	105,0	18,2	10,8	13,3	5,3	152,6
	010N	244,0	141,3	75,3	10,8	8,7	7,9	244,0
	006N	202,4	139,7	42,5	10,1	6,2	3,9	202,4
	007N	217,3	154,4	37,4	17,1	4,6	3,8	217,3
TOTALES	9	1699,9	1.169,0	312,4	101,9	67,1	49,5	1699,9
%		100	68,77%	18,38	5,99	3,95	2,91	100

Firma responsable

Firma almacenero

PLANILLA DE CONTROL DIARIO DE PRE DESCERDADO

GRUPO NRO: 06

NOMBRES Y APELLIDOS:

UNIDAD DE PRODUCCION: LIMANI

FECHA	NRO. DE VELLON	PESOS (GRS)						TOTALES EN GRAMOS
		FIBRA SUCIA	FIBRA COMERCIAL	FIBRA CORTA	CERDA	TIERRA E IMPUREZA	MERMA NO CONTROL	
18/04/2007	AM306	230,0	139,2	65,8	21,3	6,3	-2,6	230
19/04/2007	AM408	213,4	154,1	36,3	12,8	8,3	1,9	213,4
	V025	258,5	192,5	51,0	15,4	7,1	-7,5	258,5
	A409	224,1	147,8	52,0	13,3	7,4	3,6	224,1
TOTALES	4	926,0	633,6	205,1	62,8	29,1	5,5	926,0
%		100	68,42%	22,15	6,78	3,14	0,59	100

Firma responsable

Firma almacenero

PLANILLA DE RECEPCION DE FIBRA DE ALPACA

CENTRO DE ACOPIO: ARICA

UNIDAD DE PRODUCCION: SURIRE Y ANCARA

CONTROL DE CALIDAD: Maria Carrasco Carrasco

ALMACENERO: Gumersindo Gutiérrez

FECHA: 17 de abril de 2007

Nro.	NOMBRES Y APELLIDOS	HUACAYA (Kilos)						TOTAL Kgrs.
		BLANCO		LF		COLOR		
		TUI	ADULTO	TUI	ADULTO	TUI	ADULTO	
1	U. P. Surire		37,00				12,00	49,00
2	U. P. Ancara		18,00				15,00	33,00
3	Carmen Huaylla		6,00				0,78	6,78
4	Gumersindo Gutiérrez		1,34				10,50	11,84
5	Genara Flores						1,00	1,00
TOTALES			62,34				39,28	101,62

Firma Presidente

Firma Almacenero

INFORME TECNICO TALLER DE CAPACITACION

“TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA EN CAPTURA, ARREO CON MANGAS MOVILES Y ESQUILA DE VICUÑAS”

EXPOSITORES:

Tec. Emilio Escalante Yana.

Tec. Crisólogo Luque Mamani

Tec. Hugo Mullisaca Escalante

Comité Multicomunal Picotani

1. PRESENTACION

En el marco de la innovación tecnológica para la explotación ganadera de los camélidos sudamericanos es necesario la incorporación de tecnologías alternativas que permitan por un lado optimizar la producción y productividad de la crianza y por el otro, la obtención de productos de alta calidad y competitivos en el mercado, en este enfoque instituciones y organizaciones comprometidas en el desarrollo del sector llegan a concertar con la finalidad de brindar apoyo a los ganaderos del altiplano chileno en la transferencia de tecnología para formar capacidades humanas en la esquila mecánica de alpacas y vicuñas.

En esta oportunidad Sociedad de Hecho Surire y la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), a través del Proyecto AFC Vicuña, aunaron esfuerzos para implementar el taller de capacitación TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA EN CAPTURA, ARREO CON MANGAS MOVILES Y ESQUILA DE VICUÑAS, que permitió adiestrar a ganaderos de diferentes zonas en el proceso producción y de la esquila mecanizada y, que en el presente documento damos cuenta de lo acontecido en el desarrollo del evento.

2. ANTECEDENTES

Chile como país comprendido dentro del trapecio andino posee camélidos sudamericanos silvestres (vicuña, guanaco) y domésticos (alpaca, llama) como un legado de las culturas ancestrales y que en la actualidad es la fuente económica mas importante del poblador del altiplano chileno, por ello la importancia de la innovación tecnológica en las diferentes actividades ganaderas que se desarrollan en el proceso de la producción y productividad de estos animales que permita obtener productos de altísima calidad competitivos en el mercado textil.

Siendo el producto fibra el objetivo de mercado de la vicuña y la alpaca es necesario que su proceso de obtención se efectúe a través de un manejo técnico y por personal debidamente calificado con la finalidad de que las propiedades físicas y textiles no sean agredidas y se mantenga esa calidad extraordinaria que vendrá a ser la ventaja comparativa frente a otros pelos finos.

La esquila es la actividad mas importante en el manejo de la fibra, de la tecnología que se aplique dependerá la calidad del vellón y por ende de la misma fibra y que nos permita ofertar un producto competitivo de acuerdo a las exigencias del mercado, además de facilitar la implementación de otras actividades técnicas para obtener márgenes comerciales o valor agregado primario. Ello justifica la introducción del sistema de esquila mecanizada no solamente en vicuñas sino también en alpacas dejando de lado los prejuicios existentes en los ganaderos por las ventajas técnicas y económicas que le han de generar.

La esquila mecanizada en camélidos sudamericanos, especialmente en alpacas ha sido implementada en Perú en la década de 1970, efectuándose posteriormente algunas modificaciones para la esquila en vicuñas por la distribución del vellón en el cuerpo del animal. Se conforman grandes centros de crianza de vicuñas y alpacas donde se llega a perfeccionar la esquila mecanizada en vicuñas como es el caso del Comité Multicomunal de Manejo de Vicuñas Picotani que posee una población de más de 5,000 vicuñas y 40,000 alpacas.

El centro de crianza de vicuñas en cautiverio Picotani, durante mas de 40 años de trabajo ha generado una serie de tecnologías que han servido como base para el rescate, conservación y producción de vicuñas y el mejoramiento genético de alpacas en Perú, muchos de los estos han sido validados por trabajos de investigación efectuados por universidades nacionales e internacionales, siendo en la actualidad el centro de mayor importancia en la innovación tecnológica en la crianza de vicuñas.

Para cumplir los objetivos planteados por la Sociedad de Hecho Surire y Asociados en el marco del Proyecto AFC Vicuña y del presente curso de capacitación; la tecnología a transferirse será el TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA EN CAPTURA, ARREO CON MANGAS MOVILES Y ESQUILA DE VICUÑAS, con la participación de tres técnicos encargados de la ejecución de las campañas de esquila en la Multicomunal Picotani , con amplia experiencia en eventos de capacitación a nivel de Perú y de otros países andinos.

3. JUSTIFICACIÓN.

3.1. La tecnología empleada en la producción de los camélidos sudamericanos es un sistema tradicional, por ello los problemas que se presentan al momento de la obtención de los productos para el mercado (fibra, carne y pieles) las que desmejoran su presentación dando la apariencia de ser productos de menor calidad, con el consiguiente desmedro en los precios al momento de su venta así como genera dificultades cuando se quiere efectuar actividades tendientes a la generación de valor agregado.

3.2. El desarrollo tecnológico en la crianza de los camélidos y las experiencias en su innovación en el proceso productivo y de comercialización son disímiles y más aún cuando existe una cierta resistencia por parte del ganadero a introducir alternativas validadas. Esta diversidad de conocimientos y prácticas genera la necesidad de interrelacionar experiencias que permitan desarrollar una estrategia de cooperación entre los países del trapecio andino productores de camélidos sudamericanos con la finalidad de potenciar el sector.

3.3. La importancia de adoptar nuevas tecnologías en la cadena de producción de la vicuña y la alpaca es de suma importancia, además que gestionado la oferta por una organización empresarial se puede lograr la generación del valor agregado en los productos que proviene de estos camélidos sudamericanos en beneficio de los ganaderos, que debe de contribuir al restablecimiento de las nuevas prácticas productivas y de transformación de la materia prima, que permita a la construcción de una alternativa pecuaria rentable,

3.4. Es necesario que los ganaderos comprendan que la cultura de calidad es de vital importancia en la negociación de sus productos, por ello, la necesidad de conocer y tener la capacidad de aplicar las tecnologías existentes en el manejo técnico y comercial de la fibra de vicuña y alpaca, que permita obtener precios diferenciados a la calidad.

4. PROBLEMAS ABORDADOS

4.1. Problemas económicos

- Requerimientos para la faena de esquila mecanizada.
- Generación de márgenes comerciales y valor agregado.

4.2. Problemas técnicos

- Instalación de mangas de captura y arreo
- La esquila mecanizada de vicuñas
- El envellonado; Cuidados en el envellonado de la fibra.
- Contaminación del vellón.
- Generación de recursos humanos para la esquila mecanizada

4.3. Problemas organizacionales

- Conformar un equipo calificado de esquiladores para que den servicio a las unidades de producción.

5. OBJETIVOS.

5.1. OBJETIVO GENERAL.

Formación de promotores en el manejo de técnicas de instalación de mangas recaptura, arreo, esquila mecanizada, que permitan mejorar la calidad de fibra obtenida.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar las máquinas actuales que poseen las unidades productivas.
- Comprender la importancia del buen uso, armado y mantenimiento de la esquiladora.
- Transferir los conocimientos teórico – prácticos para realizar una eficiente esquila mecanizada en camélidos silvestres y domésticos.
- Mostrar la eficiencia de esta herramienta mecanizada en los procesos de esquila.
- Adiestramiento en el montaje de la máquina, regulaciones y afilado de cortantes y peines.

6. IMPACTO GENERADO:

Se Alcanzo adiestramiento técnico y tecnológico de los participantes en la instalación de mangas de captura, arreo y esquila mecanizada de los camélidos sudamericanos, que permitirá minimizar costos y obtener mayores ingresos por las ventajas técnicas que genera la alternativa tecnológica.

7. INSTITUCIÓN ORGANIZADORA:

Proyecto AFC Vicuña FIA – Surire

Dirección: Oficina 160, 1° piso, Edificio Shopping Center del Pacífico – Arica

Región: Arica y Parinacota

8. INSTITUCIÓN FINANCIADORA:

Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

Proyecto AFC Vicuña

9. COORDINADOR DEL EVENTO:

Ing. Rodrigo Barra Novoa, Jorge Jiménez.

Proyecto AFC Vicuña

FIA – SURIRE.

10. EXPOSITORES:

Tec. Emilio Escalante Yana.

Tec. Crisólogo Luque Mamani

Tec. Hugo Mullisaca Escalante

11. PERSONAL DE APOYO:

Med. Vet. Rodrigo

Sociedad de Hecho Surire Proyecto AFC vicuña.

Tec. Jorge Jiménez.

Sociedad de Hecho Surire - Proyecto AFC Vicuña.

12. BENEFICIARIOS:

12.1. Unidades de Producción:

- Misitune.
- Surire.
- Chivatambo.
- Japocota
- Culiculine
- Ankara
- Limani

12.2. Ganaderos capacitados:

- Juan Quispe.
- Yolanda Quispe.
- Clara Blanco
- Conrado Blanco.
- Marcia Blanco.
- Martha Castro
- Gloria Castro
- Feliciano Limari
- Juan Flores
- German Flores
- Carlos Inquiltupa
- Antonio Inquiltupa

13. FECHA DEL EVENTO:

03 al 17 noviembre

14. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL EVENTO:

En situ, según programa calendario de manejos de vicuñas autorizados por SAG.

15. ACTIVIDADES CUMPLIDAS:

15.1. Metodología y Técnica de Capacitación.

El evento metodológicamente fue implementado como curso taller, que ha permitido transferir en forma horizontal conocimientos y habilidades en técnicas en construir mangas móviles, captura y arreo humano.

Técnica de esquila mecánica de alpacas y vicuñas.

Evaluar las maquinas esquiladoras antes y después de la esquila

Las técnicas empleadas fueron:

- Exposiciones Teóricas, presentado por el expositor principal para desarrollar los módulos de capacitación programadas.
- Trabajo práctico, En grupos para la instalación, manejo de mallas, postes y captura de acuerdo a las diferentes zonas geográficas, unidades de producción asistentes al evento.
- Trabajo práctico en grupos, manejo con vicuñas, sujeción y técnicas de esquila.
- Delimitación del vellón y la garra, posterior envellonado y enbolsado

Se formo grupos de trabajo:

- Evaluación teórico práctico, con la finalidad de medir el nivel de aprendizaje de los participantes para ello se tomo una prueba escrita para evaluar la parte teórica y la teórica fue permanente, dando un promedio de calificación de acuerdo al siguiente cuadro:

<u>CALIFICACION</u>	<u>CRITERIO</u>
<u>1</u>	<u>Capacidades para efectuar instalación de mangas móviles y fijas, jefes de grupo de arreo a pie y motorizado.</u>
<u>2</u>	<u>Capacidades para manejo de animales pesaje, ayudante del esquilador, envellonador de fibra.</u> <u>Almacenar la fibra lugar adecuado.</u>
<u>3</u>	<u>Capacidades para realizar una eficiente esquila, conocer al detalle uso, armado, mantenimiento de la esquiladora y accesorios</u>
<u>4</u>	<u>Capacidades para el montaje, regulaciones y afilado de cortantes y peines</u>

15.2. Módulo de capacitación desarrollado.

Dividido en tres temas:

TEMA UNO:

- Recomendaciones para realizar una buena instalación de mangas móviles y fijas.
- Realizar técnicas de captura humano y motorizado
- Recomendaciones para la selección y el cuidado durante el manejo de los animales

TEMA DOS:

- La máquina de esquila.
- Evaluación de la máquina de esquila.
- Requerimientos para la esquiladoras
- Accesorios de la máquina de esquila.
- Armado de la esquiladora.
- Afilado de peines y cortantes.

TEMA TRES:

- La esquila
- Recomendaciones sobre importancia de la infraestructura
- Esquila mecanizada en vicuñas
- Ventajas y desventajas de la esquila mecanizada.
- Cuidados del vellón durante y después de la esquila
- Envellonado y en plastificado de la fibra de vicuña

15.3. Programación Ejecutada.

DIA UNO TRABAJO TEORICO y PRÁCTICO

HORA	TEMA	EXPOSITOR
09.00 a 10.00 a.m.	<ul style="list-style-type: none">• Recomendaciones para la instalación de mangas móviles y fijas.	Crisólogo Luque
10.00 a 12.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none">• Accesorios para instalar la manga• Afirmado en el plantado de postes y de las mallas de captura.• Evaluación de la manga.	Crisólogo Luque Emilio Escalante Hugo Mullisaca
14.00 a 16.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none">• Cuidados de seguridad de las personas durante la captura• Cuidados de seguridad de las vicuñas, durante la captura.	Emilio Escalante Crisólogo Luque
16.00 a 19.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none">• Trabajo práctico en la instalación de mangas fijas, móviles. Trincheras.• Uso de banderolas, mallas inteligentes.• Técnicas de captura humano i motorizado	Emilio Escalante Hugo Mullisaca

DIA DOS
TRABAJO PRÁCTICO

HORA	TEMA	EXPOSITOR
09.00 – 13.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none">• Revisión de las máquinas esquiladoras.• Revisión del generador eléctrico aceite, bencina, extensiones.• Revisión de los peines y cortantes, afilador discos, lijares y accesorios.	Emilio Escalante Crisólogo Luque
14.00 – 19.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none">• Revisión y afilado de los cortantes• Demostración de esquila.• Evaluación del día de trabajo.	Emilio Escalante

DIA TRES
TRABAJO PRÁCTICO

HORA	TEMA	EXPOSITOR
09.00 – 13.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none">• Demostración de esquila mecanizada en vicuñas	Emilio Escalante
14.00 – 19.00 p.m.	<ul style="list-style-type: none">• Demostración de esquila• Demostración de recojo y envellonado de la fibra.• Demostración enplasticado y embolsado de la fibra.• Evaluación del día de trabajo.• Almacenado de la fibra.	Emilio Escalante Crisólogo Luque. Hugo Mullisaca

16. METAS ALCANZADAS

16.1. DEL CURSO

Asistentes:

07 Unidades de producción capacitados.

Volumen y resultados de La esquila.

16.2. DEL SEGUIMIENTO EN UNIDADES DE PRODUCCIÓN

U.P. MISITUNE

FECHA	04 noviembre 2008
PROPIETARIO	Juan Quispe
SUPERVISOR	Emilio Escalante Yana
ESQUILADOR	
ANIMALOES ESQUILADOS	63
CANT. DE FIBRA	27 kilogramos
OBSERVACIONES	Durante la esquila el propietario puso poco interés en realizar la esquila y se recomienda poner mas empeño en lo posterior.

U. P CHIVATAMBO.

FECHA	06 Noviembre de 2008
PROPIETARIO	Conrado Blanco
SUPERVISOR	Emilio Escalante Yana
ESQUILADOR	
ANIMALOES ESQUILADOS	125
CANT. DE FIBRA	38 kilogramos
OBSERVACIONES	El esquilador requiere de continuidad en la esquila para alcanzar mayor destreza, ya que cuenta con propio esquilador.

U. P. SURIRE

FECHA	10 de noviembre de 2008
PROPIETARIO	Sociedad Hecho Surire.
SUPERVISOR	Emilio Escalante Yana
ESQUILADOR	
ANIMALOES ESQUILADOS	252 vicuñas.
CANT. DE FIBRA	83 kilogramos
OBSERVACIONES	Los esquiladores interesados requieren mayor continuidad en la esquila.

17. PROBLEMAS TÉCNICOS ENCONTRADOS:

Los participantes casi en su totalidad son personas que radican en la ciudad, dedicados a otras actividades, que no garantizan un interés en efectuar actividades de continuidad en la esquila para poder lograr una buena capacidad en la técnica de esquila. Por ello la no asistencia a las prácticas de esquila en vicuñas en las unidades de producción

18. RECOMENDACIONES.

Para afianzar lo aprendido en la capacitación se genera la necesidad de continuidad y seguimiento en esquila de los capacitados que hayan logrado el calificativo positivo

Una futura capacitación debe de convocar a un número no mayor de 10 personas, jóvenes y de preferencia que radiquen en la zona rural, que tengan el interés de efectuar innovación tecnológica y hacer de la actividad como un medio de ingreso económico.

Para este tipo de capacitaciones se debe de prever con anticipación la dotación de los insumos (alpacas, llamas ó pieles), que permitan una mayor práctica y alcanzar la destreza necesaria.

En vicuñas no se recomienda hacer práctica de esquila mecanizada, por el corto diámetro de la fibra que tienen, pues estaríamos disminuyendo en el rendimiento del volumen de peso.

Tener una mayor coordinación en la organización de los eventos de capacitación y transferencia de tecnología a desarrollarse a futuro.

Desarrollar programas de formación de capacidades de grupos especializados y organizados empresarialmente para dar servicio de:

- Instalación de mangas fijas y móviles y captura
- Esquila a tijera y/o mecanizada de vicuñas y alpacas.
- Predescerdado y descerdado de fibra de alpaca.

Este grupo de personas pueden ser familiares de los ganaderos o que por su disponibilidad de tiempo pueden convertir a estas actividades como una ocupación permanente y rentable.

El predescerdado de la fibra de vicuña debe de efectuarse en el tiempo más breve posible, terminado la esquila para facilitar el avance y rendimiento de esta actividad y evitar que las cerdas se arruguen.

Las vicuñas que tienen caspa en mayor cantidad, se recomienda no exportar, así de esa manera cuidar el mercado externo, que en el futuro pueda que hay alguna observación y baje de precio nuestro producto.

Efectuar estudios de parasitología en laboratorios y en lo posterior dar su tratamiento respectivo con los productos veterinarios compatibles según estudio realizado.

Efectuar sensibilización en los ganaderos para que asuman la crianza de los camélidos sudamericanos como una actividad económica rentable y como tal su manejo debe de estar bajo la asistencia de técnicos debidamente calificados y no como una actividad de segundo orden

Arica. Noviembre del 2008

ANEXO V

ESTUDIO DE MERCADO PROYECTO TURÍSTICO



Capital Semilla Línea 1 INNOVA Chile



TARAPACÁ INCUBA

Incubadora de Negocios
Universidad de Tarapacá

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
PROYECTO
“RED ASOCIATIVA DE ALBERGUES TURÍSTICOS
FAMILIARES, BAJO MODELO DEMOSTRATIVO DE
TURISMO RURAL COMUNITARIO”**



Elaboración
Ing. Rodrigo Barra Novoa
Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña
FIA – Surire

Octubre de 2008



Capital Semilla Línea 1 INNOVA Chile



TARAPACÁ INCUBA
Incubadora de Negocios
Universidad de Tarapacá

INDICE

Introducción.....	3
Antecedentes Generales del Estudio.....	4
El Mercado Turístico Mundial.....	5
El Mercado Turístico Nacional.....	8
El Mercado Turístico Regional.....	19
Definición del Mercado Objetivo.....	26
Proyección de la Demanda Turística.....	27
Análisis de la Competencia Directa y Sustituta.....	29
Análisis de Porter.....	34
Definición del Producto Turístico.....	38
La Promoción del Producto.....	46
La comercialización del producto.....	49
Definición del precio del Producto.....	51
Conclusiones y Recomendaciones.....	54
Anexos.....	56

INTRODUCCIÓN

La necesidad de abrir nuevos espacios de desarrollo turístico genera oportunidades para el uso complementario del espacio rural, lo que puede beneficiar a sus habitantes frente al problema socioeconómico que enfrentan por la pérdida relativa de las actividades agroganaderas tradicionales en el altiplano.

Estas condiciones productivas no responden por el mantenimiento del nivel de empleo en la zona rural, propiciando el éxodo de las comunidades aymaras y ofreciendo un panorama poco auspicioso para los jóvenes de esta comuna.

El turismo rural brinda la oportunidad de generar ingresos y crear empleos. Por consiguiente, se trata de una actividad que puede fomentar una actividad económica adicional, además de complementar las actividades rurales tradicionales en el altiplano y, por lo tanto, frenar la despoblación rural.

En este contexto, las Comunas de Putre y General Lagos se consideran a nivel nacional como una de las más pobre de Chile, por lo tanto, se requiere el desarrollo de nuevas actividades económicas y fuentes alternativas de ingresos para la población local.

Frente a este desafío, el Proyecto AFC Vicuña, financiado por la Fundación para la Innovación Agraria se propuso desarrollar la Unidad Estratégica de Turismo Rural Comunitario, de formal tal, de potenciar la gestionaora productivo comercial formalizada en el marco del proyecto.

En este contexto, se gestiona con el apoyo de la Incubadora de Negocio de la Universidad de Tarapacá, la postulación y ejecución del proyecto denominado "Red Asociativa de Albergues Turísticos Familiares, Bajo Modelo Demostrativo de Turismo Rural Comunitario". En este sentido, actualmente se encuentra en ejecución la línea 1 del Capital Semilla, la cual busca la factibilidad técnica y comercial de implementar la red de alojamientos turísticos familiares.

En el marco de la propuesta, el presente documento de mercado, nos ha permitido definir la demanda turística, identificar la competencia y las variables que están insertas en la implementación comercial y la estructura de funcionamiento del producto turístico denominado "Homestays o Albergues Turísticos Familiares"

Finalmente, la investigación de mercado realizada, nos permite observar una serie de datos conducentes a la toma de decisiones, analizar y reflexionar sobre la factibilidad de implementar el producto definido y la posibilidad de utilizarlo en la puesta en marcha de la iniciativa.



ANTECEDENTES GENERALES DEL ESTUDIO

1.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.- Objetivo General

Realizar una investigación de mercado para determinar la demanda potencial, la competencia directa y sustituta y las variables que establecen la factibilidad comercial de implementar una red de albergues turísticos familiares en la Provincia de Parinacota.

1.2.- Objetivos Específicos

- 1.- Determinar el Mercado Objetivo del Proyecto.
- 2.- Realizar una proyección de la demanda turística del proyecto.
- 3.- Conocer a las principales empresas que brindan servicios similares o sustitutos.
- 4.- Determinar las variables que afectan a la oferta.
- 5.- Elaborar la estrategia comercial del proyecto.

1.3.- Métodos de Recopilación de Datos

- 1.- **Fuentes Secundarias:** Revisión y Análisis de publicaciones, anuarios, estadísticas y estudios.
- 2.- **Entrevistas con expertos:** Talleres de Trabajo o conversaciones con Tour operadores, Agencias de Viajes y/o Empresarios turísticos.
- 3.- **Observación Descriptiva:** tuvo por objetivo describir las relaciones que se dan entre las distintas variables que están inmersas en la estructura del mercado turístico, de forma tal, de poder definir y analizar las características del mercado objetivo, identificar la competencia directa y sustituta, canales de comercialización y otros elementos de interés del proyecto.
- 4.- **Proyección:** Estimación histórica y futura de la demanda turística de la iniciativa.

Capítulo I EL MERCADO TURÍSTICO MUNDIAL

1.- Situación Mundial del Turismo

El turismo es una de las actividades económicas que ha experimentado mayor crecimiento a nivel mundial. Para el año 2005 la Organización Mundial del Turismo (OMT)¹ registra un total de 808 millones de llegadas internacionales, cifra que excede en 5,6% a la experimentada del año anterior.

La Región con mayor crecimiento fue África (10,1%), seguida de Asia y el Pacífico (7,4%). Las Américas experimentó una variación del 6,1%; sin embargo, América del Sur creció a una tasa muy superior al promedio regional, registrando un 11,6%. Europa tuvo una expansión de 4,3% y Oriente Medio de 6,9%.

Los ingresos mundiales por turismo internacional alcanzaron los 682.000 millones de dólares en 2005. En términos absolutos, los ingresos por turismo internacional crecieron 49.000 millones de dólares respecto al año 2004.

Es así, que Europa captó el 51% del total mundial, las Américas el 21,3%, Asia y el Pacífico el 20,4%, Oriente medio el 4,2% y África el 3,1%.

De acuerdo con el informe "Turismo Panorama 2020" de la organización Mundial de Turismo, las perspectivas para esta actividad en las próximas dos décadas son muy favorables, estimándose que para el año 2020 las llegadas de turistas internacionales se ubicarán por encima de 1,560 millones, esto supone 2,5 veces el volumen registrado a fines de los noventa, lo que representa un gasto diario de más de 5.000 millones de dólares, cada día, excluidos los gastos en transporte internacional.

En este contexto, las perspectivas del turismo en la Región sudamericana y particularmente en Chile se ven favorecidas por las condiciones de seguridad y estabilidad socioeconómica que presenta el país y que han generado una creciente oportunidad para su posicionamiento internacional como destino singular, exótico y estable.

¹ Anuario 2005, Organización Mundial del Turismo.



1.2.- Situación Actual del Turismo de Naturaleza en Chile

Según las previsiones de la organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo rural o turismo verde crecerá del 25 al 30 % anual, lo que representa para el país un desafío y una oportunidad de incrementar su participación dentro de las corrientes turísticas internacionales.

Esta tendencia se refleja en las áreas silvestres protegidas del país, que en el año 2003 registraron una cifra histórica en el ingreso de visitantes extranjeros, con aprox. 439.200² personas.

En este marcado interés sobre las nuevas modalidades de turismo, Chile se ha convertido en un importante polo de atracción, ya que una simple mirada a su especial geografía, en una extensión de 4.300 Km., el turista nacional y extranjero tiene la oportunidad de maravillarse con una gran diversidad de ambientes, desde el altiplano hasta la Patagonía Chilena.

El medio natural y particularmente las zonas que cuentan con algún régimen de protección representan un valioso capital para el fomento de nuevas formas de turismo y para la educación ambiental de la población. Además de reforzar la identidad de la población con su entorno rural.

El Sistema Nacional de Áreas Silvestre Protegidas del Estado (SNASPE), con sus casi 15 millones de hectáreas, presenta las condiciones propicias para realizar este turismo en forma armónica con el ambiente, puesto que las unidades que lo conforman no solo contienen muestras únicas de la variabilidad paisajística y de la biodiversidad que caracterizan nuestro país, sino que también, en muchos casos, contienen muestras significativas del acervo cultural y la presencia de pueblos originarios.

La vinculación entre desarrollo económico y protección ambiental, que esta forma de turismo conlleva, nos plantea la necesidad de establecer instrumentos eficientes de gestión que promuevan un manejo integral de las actividades turísticas, asegurando la participación local y la efectiva incorporación de la iniciativa privada.

² Fuente: Sernatur, Ecoturismo en Comunidades rurales en Chile. 2004



1.3.- Tendencias favorables para el desarrollo del turismo de naturaleza en Chile

A. Aspectos Cuantitativos

- Crecimiento en la llegada de turistas
- Incremento de los ingresos generados por turismo
- Participación del sector en la economía nacional
- Acelerado proceso de urbanización
- Crecimiento de los viajes en periodo vacacional
- Mayores niveles de ingreso del grupo familiar

B. Aspectos Cualitativos

- valorización creciente de los ambientes naturales
- cambios en las motivaciones
- Diversificación de la oferta
- Seguridad en los destinos
- Mayor conocimiento del consumidor de la oferta
- Especialización de la demanda
- Búsqueda de un turismo activo e individualizado

Capítulo II EL MERCADO TURÍSTICO NACIONAL

1.- La Demanda Turística en Chile

De acuerdo a datos obtenidos de Policía Internacional, durante el año 2007 ingreso un total de 2.628.549 turistas de nacionalidad extranjera, el promedio de permanencia de estos turistas fue de 10,9 días, y el gasto promedio diario de América fue de US\$ 48,8 y de Europa US\$ 53,3.

En Términos de ingresos el aporte de divisas del turismo extranjero alcanzo a 1.454,5 millones de dólares.

Cuadro N°1

Llegadas de Visitantes, GPDI, Permanencia Promedio, Gasto Total Individual e Ingreso de Divisas, según País de Residencia. Año 2007.

PAÍS DE RESIDENCIA	Llegadas de visitantes	Gasto Promedio Diario Ind. (en dólares)	Permanencia Promedio (en días)	Gasto Total Individual (en dólares)	Ingreso de Divisas (dólares)
AMÉRICA	2.078.449	48,8	9,0	437,6	909.567.687
ARGENTINA	843.176	32,2	7,8	250,0	210.765.803
PERU	249.038	37,2	6,4	236,5	58.892.808
BOLIVIA	273.919	20,1	6,1	122,7	33.601.635
BRASIL	234.342	98,5	8,5	837,3	196.216.382
EE.UU.	225.445	61,8	15,7	970,6	218.821.845
CANADA	49.093	60,0	15,1	905,2	44.440.854
MEXICO	39.984	77,6	10,9	848,0	33.907.355
RESTO DE AMÉRICA	163.452	52,7	13,1	690,9	112.921.005
EUROPA	424.589	53,3	18,9	1.010,3	428.949.600
ALEMANIA	71.147	45,9	24,3	1.114,9	79.319.916
FRANCIA	61.768	46,6	21,8	1.018,0	62.878.819
ESPAÑA	74.526	61,3	17,0	1.041,9	77.647.842
INGLATERRA	64.168	67,9	12,3	835,3	53.601.505
O. EUROPA	152.981	53,4	19,0	1.016,5	155.501.518
ASIA	40.844	67,7	15,5	1.051,0	42.925.345
RESTO DEL MUNDO	84.667	59,3	14,6	863,9	73.142.811
TOTAL TTA	2.628.549	50,9	10,9	553,4	1.454.585.443
EXCURSIONISTAS	686.394	33,4			22.919.397
TRANSPORTE INT.					326.179.250
TOTAL					1.803.684.090

Fuente: Sematur. Of. Central, Año 2007.

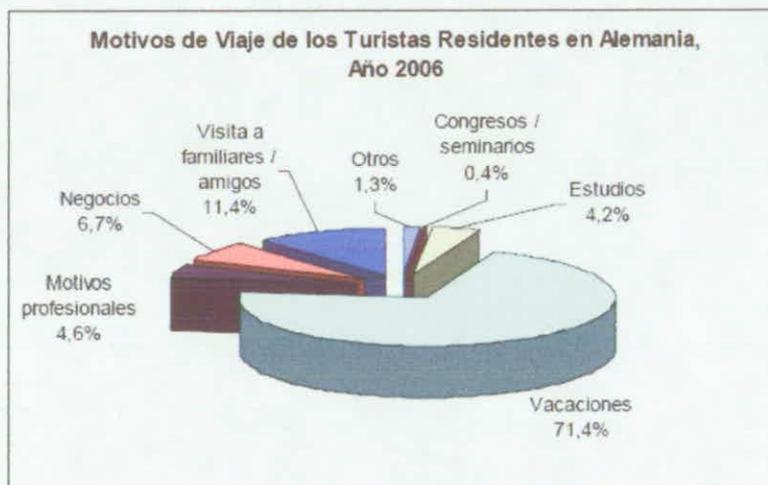
2.- PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE LARGA DISTANCIA

A continuación se presenta el perfil de los turistas de larga distancia con mayor visitación a nivel nacional:

A).- Perfil del Mercado ³ Alemán

El año 2007 llegaron a Chile 71.147, su estadía media es de 24.3 días. El gasto promedio diario individual es de US \$ 45.9 durante el año 2007. Cabe destacar que el 56,7% de los alemanes que nos visita es de sexo masculino y el medio de información más utilizado por estos turistas es el Internet con un 31,7%.

Por último, los principales motivos del viaje se grafican a continuación:

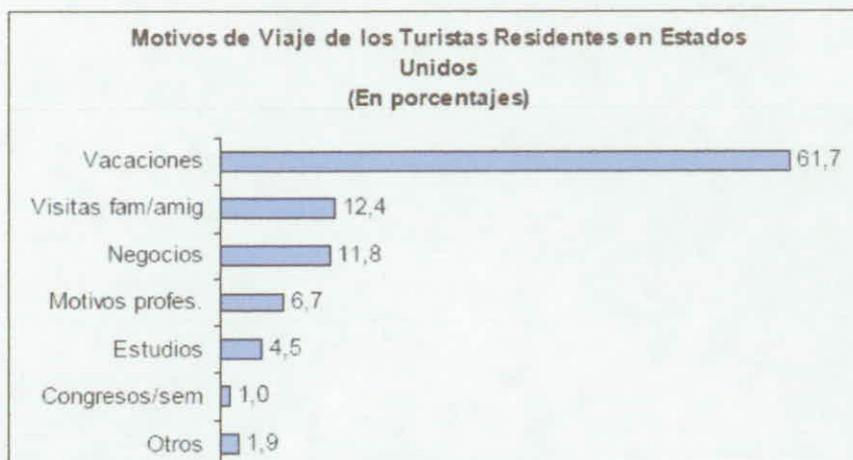


B).- Perfil Mercado EE.UU.

En el año 2007, Estados Unidos representó el cuarto mercado en importancia para Chile en cuanto a llegadas de residentes (225.445), pero el primero en generación de ingresos turísticos (US \$ 218 millones). De este modo, mientras las llegadas representaron un 9,1% del total nacional, el aporte monetario de este mercado fue el equivalente a un 16,6% de lo generado por turismo receptivo en el país (excluyendo el transporte internacional). La estadía media del visitante fue de 15,7 días y el gasto medio diario individual, de US \$ 61,8.

³ Perfil del Mercado Turístico en Chile, Departamento de Promoción, Sematur. 2008.

En el gráfico a continuación se presentan los motivos expresados por los estadounidenses en su visita a Chile:



C).- Perfil del Mercado Francés

A Chile llegaron 61.768., su estadía media es de 21,8 días y el gasto promedio diario individual es de US \$ 46.6 en 2007. Cabe destacar que el 57,8% de los franceses que nos visita es de sexo masculino. Los principales grupos etáreos son los siguientes: de 25-34 años corresponde a un 39,6%, de 35-44 años corresponde a un 23,5% y de 45-54 años corresponde a un 17,6%.

Las principales características de este mercado son las siguientes: un 24% de los franceses que visitó Chile durante el mismo viaje efectuado al Perú. Dentro de las actividades realizadas un 72% correspondió a las que involucran naturaleza. El modo de informarse del destino corresponde a un 37,2% por Internet y la permanencia promedio es de 21.8 noches.

D).- Perfil del Merco Ingles

En el año 2007, ingresaron a Chile, 64.168 turistas de nacionalidad inglesa, que en términos porcentuales representa un 15% del total de turistas europeos y un 2.5% del total.

La permanencia media del visitante es de 12.3 días y su gasto individual de US\$ 67.9 por día. Si bien los turistas de nacionalidad inglesa permanecen en el país menos que el promedio de los turistas europeos, su gasto individual diario es mayor. El gasto promedio de los ingleses es el más importante entre los turistas de nacionalidad europea, durante el año 2007.

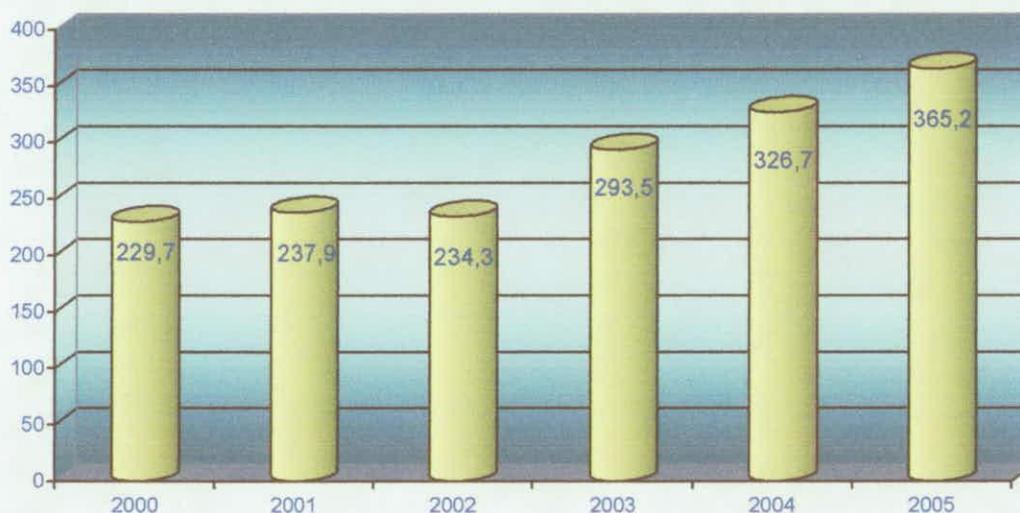
Los principales motivos de viaje son vacaciones, visitas a familiares o amigos y negocios.

Entre los lugares más visitados por los turistas de Inglaterra destacan, en orden de preferencia, las siguientes zonas:

- Santiago y sus alrededores
- Valparaíso- Viña del Mar
- Arica – Lago Chungará
- Puerto Montt – Puerto Varas
- Punta Arenas – Torres del Paine
- Centros Invernales del Sur

3.- LA DEMANDA TURÍSTICA EUROPEA EN CHILE

Grafico N° 1
Llegada de Turistas Europeos (en miles)



Fuente: Estadísticas y Estudios, Sernatur.

Tradicionalmente los mercados europeos más relevantes para Chile, en materia de turismo, han sido Alemania, España, Inglaterra, Francia e Italia. Como se observa en el cuadro 4 el 71% de los turistas europeos proviene de los países antes mencionados.

En cuanto al número de turistas que ingresaron a nuestro país, tanto Alemania como España presentan importantes aumentos el año 2005 con incrementos de aproximadamente 10.000 turistas cada uno, ver cuadro 2.

En el caso particular de Alemania el número de turistas que arribaron a Chile desde dicho país el 2005 fue un 16% mayor que el año 2004, ver cuadro 3. Dicho incremento es significativamente mayor en comparación al crecimiento del período 2004/2003 dónde el número de turistas alemanes que llegaron a Chile creció en 8%. En el caso de los turistas españoles si bien el crecimiento en términos numéricos es importante, ver cuadro 2, la tasa de crecimiento se ha mantenido relativamente estable los últimos 2 años en 18%, ver cuadro 3

Otro caso a destacar es el de los turistas provenientes de Francia, que el año 2005 representaron el tercer grupo más importante entre los principales países europeos, desplazando de ese lugar a los turistas ingleses, ver cuadro 2.

Cuadro N°2
Evolución del Turismo receptivo Europeo según país de origen,
2000-2005
(Número de turistas)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Europa	229.690	237.856	234.253	293.496	326.688	365.229
Alemania	43.936	44.800	41.598	54.402	58.857	68.225
España	36.290	36.231	34.655	42.841	50.472	60.078
Francia	32.809	36.221	38.241	42.644	48.098	53.492
Inglaterra	28.436	35.944	37.124	50.708	50.084	52.809
Italia	20.041	19.323	18.111	21.506	25.986	26.060
Otros	68.178	65.337	64.524	81.395	93.191	104.565

Fuente: Estadísticas y Estudios, Sernatur.

Cuadro N° 3
Crecimiento anual del Turismo receptivo Europeo según origen,
periodo 2000-2005 ($\Delta\%$)

	2001/2000	2002/2001	2003/2002	2004/2003	2005/2004
Europa	4%	-2%	25%	11%	12%
Alemania	2%	-7%	31%	8%	16%
España	0%	-4%	24%	18%	19%
Francia	10%	6%	12%	13%	11%
Inglaterra	26%	3%	37%	-1%	5%
Italia	-4%	-6%	19%	21%	0%
Otros	-4%	-1%	26%	14%	12%

Fuente: Estadísticas y Estudios, Sernatur.

Cuadro N°4
Evolución y Representatividad del Turismo receptivo Europeo según país de
origen, 2000-2005
(%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Europa	229.690	237.856	234.253	293.496	326.688	365.229
Alemania	19%	19%	18%	19%	18%	19%
España	16%	15%	15%	15%	15%	16%
Francia	14%	15%	16%	15%	15%	15%
Inglaterra	12%	15%	16%	17%	15%	14%
Italia	9%	8%	8%	7%	8%	7%
Otros	30%	27%	28%	28%	29%	29%

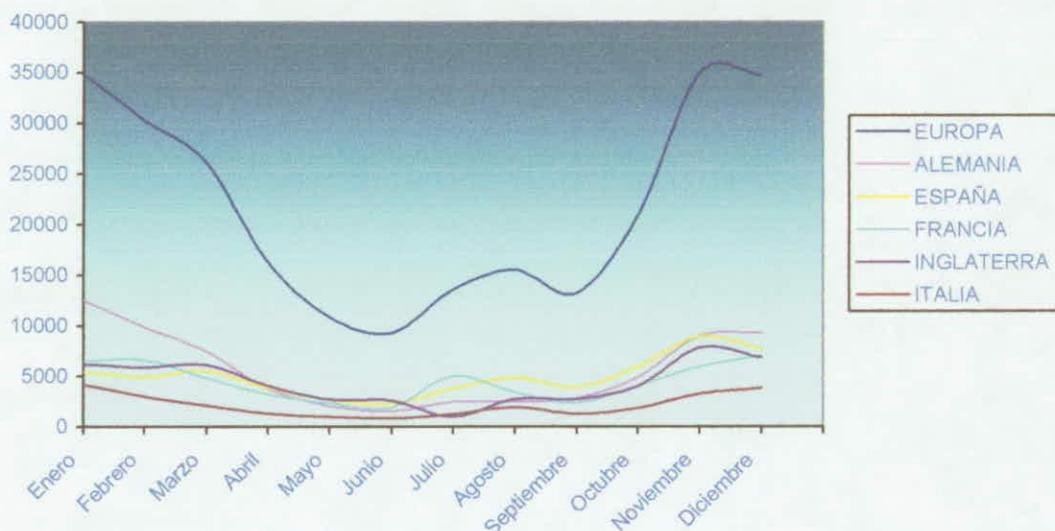
Fuente: Estadísticas y Estudios, Sernatur.

Respecto a la evolución de la demanda a lo largo del año, ésta se concentra básicamente durante el primer y cuarto trimestre del año (Ver gráfico N°2).

Entre los meses de abril y junio el ingreso de turistas europeos decae considerablemente, mientras que entre julio y septiembre se evidencia un repunte. Este último periodo coincide con el periodo de vacaciones en el viejo continente y con la temporada de deportes invernales en el país.

Gráfico N° 5

Llegada de Turistas Europeos, según mes y país de origen, año 2004



Si bien los turistas de nacionalidad europea no representan el mayor mercado para el turismo receptivo nacional, su aporte en términos de ingresos monetarios al total de ingresos turísticos del país es más significativo que el de otros mercados. En efecto, su participación porcentual en el total de ingresos turísticos del país alcanza al 33%⁴, cifra significativamente superior a su participación porcentual en el total de turistas extranjeros que visitan Chile, que asciende al 18%. Este fenómeno ocurre debido a que la permanencia promedio, así como el gasto diario individual promedio del turista europeo, es sustancialmente mayor que el promedio del turista de origen americano, el que representa el 79.5% promedio del total de turistas. En efecto, como se observa a continuación en el cuadro N°4, mientras el turista americano permanece en promedio 11 días, el europeo se queda alrededor de 20 días. Por otra parte, mientras el turista americano gasta diariamente en promedio US\$41, el turista europeo gasta US\$52, lo que refleja una diferencia del 26.8%.

⁴ Cifra correspondiente a datos del año 2004.

Cuadro N° 6
Perfil del Turista de origen Americano y Europeo
Año 2007

	Número de Turistas	Permanencia Promedio (días)	Gasto promedio diario individual (US\$)
Promedio total AMERICA	2.078.449	9.0	48.8
Promedio total EUROPA	424.589	18.9	53.3

Fuente: Estadísticas y Estudios, Sematur

Cuadro N° 7
Perfil del Turista de origen Europeo (año 2004)
Países visitados antes de llegar a Chile

	Alemania	España	Francia	Italia	Inglaterra
Argentina	17.5	15.6	9.9	14.8	21.6
Bolivia	6.3	7.2	9.4	11.0	12.4
Brasil	4.4	2.1	2.9	0.2	5.4
Uruguay	0.0	2.3	2.0	0.0	2.2
Paraguay	0.0	0.9	0.1	0.0	2.8
Perú	15.1	5.7	11.1	2.3	21.0
Ecuador	1.1	0.3	0.7	0.7	3.1
Otros Países América	3.9	2.9	1.1	0.4	2.3
Otros Países	4.0	0.5	3.0	2.4	8.8
No visita ningún país antes de llegar a Chile	55.9	65.6	62.5	68.2	38.8

En relación a los países visitados antes de llegar a Chile por el mercado europeo, considerando los más demostrativos como Alemania, España, Francia, Italia e Inglaterra, podemos destacar que el mayor porcentaje de estos países no visita otro país antes de llegar a Chile, siendo Italia el que presenta un menor porcentaje de visita a otros países.

Para Alemania el país más visitado es Argentina con un 17.5%, seguido por Perú con un 15.1%.

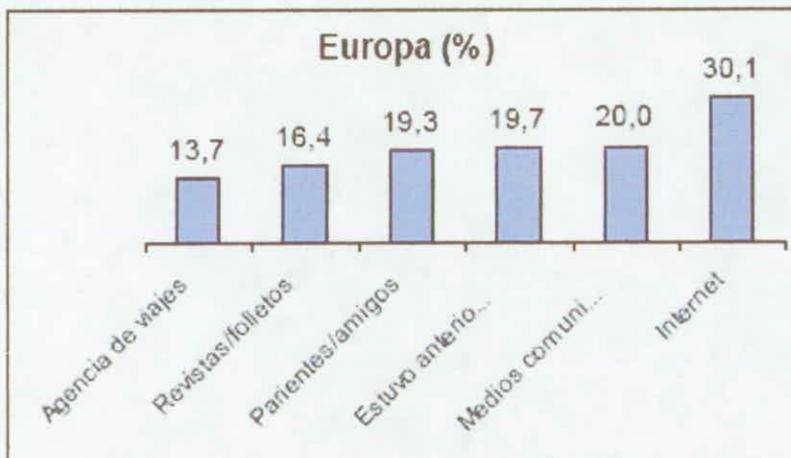
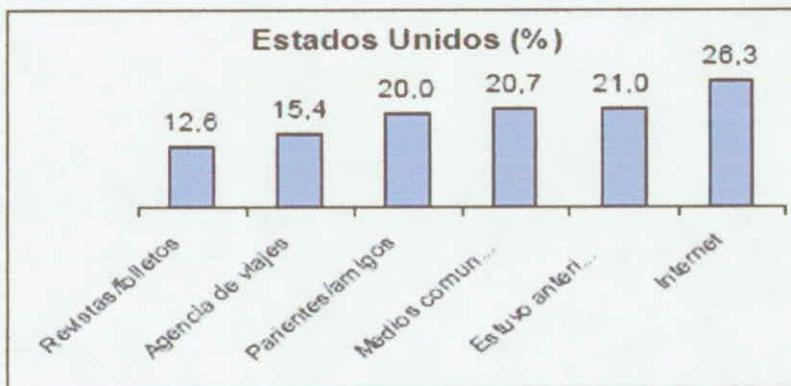
Los turistas Españoles muestran una marcada tendencia de visita a Argentina por sobre el resto de los países con un 15.6%.

Francia presenta un 11.1% de visitas a Perú siendo este el país más visitado, seguido por Argentina con un 9.9% y Bolivia con un porcentaje muy similar del 9.4%.

Italia es el país que menos visitas presenta a otros países, con un 68.2% de llegada directa a Chile, muestra una preferencia por visitar Argentina con un 14.8%, seguido de Bolivia con un 11%.

Inglaterra es el país que presenta que más visitas a otros países antes de su llegada a Chile, con porcentajes del 21.6% para Argentina y 21% para Perú.

4.- Medios Utilizados para Informarse acerca de Chile





Capital Semilla Línea 1 INNOVA Chile



TARAPACÁ INCUBA

Incubadora de Negocios
Universidad de Tarapacá

5.- CARACTERÍSTICAS CUALITATIVAS DE LA DEMANDA DE TURISMO RURAL

El turismo rural plantea el desarrollo estratégico del mercado a través de la captación de un segmento específico o nicho de oportunidad. En este sentido, este tipo de turismo tiene características⁵ propias que lo diferencian de otras ofertas y demandas turísticas.

A continuación se resume el perfil de este turista:

- Proviene de Europa y Norteamérica (Francia, Alemania y EE. UU.)
- Son más bien jóvenes
- Poseen un nivel de estudios y de cultura media alta
- Saben ser respetuosos con las costumbres del lugar visitado
- Se documentan antes de su estadía
- Buscan un turismo distinto del habitual, no masivo
- Prefieren lugares donde la naturaleza esté preservada
- Regresan si quedan satisfechos de la estadía
- Buscan descubrir
- Buscan descubrir aspectos culturales (lenguas, tradiciones, artesanía, costumbres) que no conocen
- Su estadía en forma promedio mínima es de 2.5 días en un destino

⁵ Programme Force de l'Union Européenne "Farm Tourism in Action"



6.- CONCLUSIONES GENERALES DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE LARGA DISTANCIA

- Según la OMT el turismo de naturaleza a nivel internacional crecerá a un ritmo del 25 al 30% anual.
- A nivel nacional los mercados de larga distancia más importantes para el turismo receptivo son EE.UU., Alemania, Francia e Inglaterra.
- El gasto promedio de los turistas provenientes de EE.UU., es de US\$ 61.8, mientras que el promedio del gasto europeo es de US\$ 53.3.
- La estadía promedio de los turistas europeos y norteamericanos en Chile es de 17,3 días.
- Con relación a los países visitados antes de llegar a Chile, se puede afirmar que un importante número de turistas de Alemania, Francia e Inglaterra visitan Perú y Argentina.
- El medio de comunicación más utilizado por los turistas norteamericanos y europeos para informarse acerca de Chile es el Internet.
- Debido a la variabilidad paisajística de Chile, el turista de larga distancia realiza viajes de norte a sur, teniendo una estadía promedio de 2,5 días en un destino.

Capítulo III EL MERCADO TURÍSTICO REGIONAL

1.- La Demanda Turística Regional

Según el anuario del año 2005 elaborado por el Servicio Nacional de Turismo, ingresaron 112.446 turistas extranjeros, entre ellos, se destacan los turistas de larga distancia procedentes de EE.UU. y Europa.

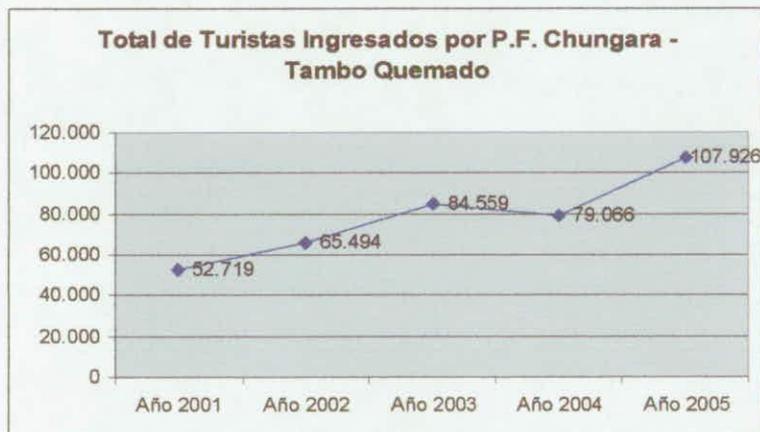
En este contexto, se reconoce el carácter estable de la demanda turística de Alemania y Francia, seguido por los norteamericanos e ingleses.

Procedencia de Turistas Extranjeros y Crecimiento Promedio Anual que visita Arica y Parinacota 2001-2005

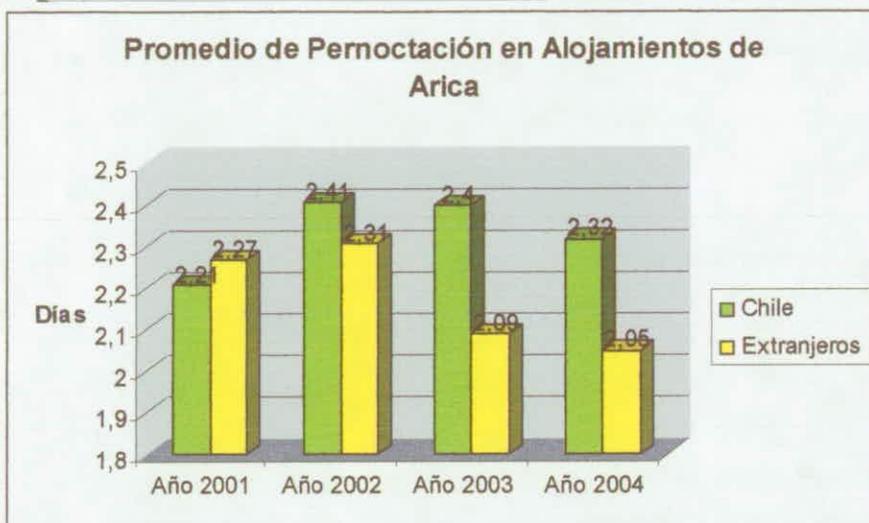
Procedencia	2001	2002	2003	2004	2005	crec. Prom.	Particip. Año 2005
América	20.092	18.834	18.915	19.719	21.247	1,40%	18,90%
Limítrofes	14.933	14.332	14.303	14.675	16.405	2,40%	14,59%
Perú	5.602	5.430	5.625	6.197	7.237	6,60%	6,44%
Bolivia	9.331	8.902	8.678	8.478	9.168	-0,40%	8,15%
Larga Distancia	5.159	4.502	4.612	5.044	4.842	-1,60%	4,31%
Argentina	1.451	1.093	930	1.004	975	-9,50%	0,87%
Brasil	492	486	741	966	914	16,70%	0,81%
R. América	1.066	1.000	1.083	1.094	836	-5,90%	0,74%
EE.UU.	2.150	1.923	1.858	1.980	2.117	0,40%	1,88%
Europa	10.071	9.031	10.766	11.810	11.671	3,80%	10,38%
Alemania	2.773	2.620	3.308	4.125	3.809	8,30%	3,39%
España	769	636	939	1.033	887	3,60%	0,79%
Francia	1.299	1.365	1.798	2.432	2.213	14,20%	1,97%
Italia	666	735	940	969	938	8,90%	0,83%
Inglaterra	1.360	1.259	1.364	1.388	1.299	-1,10%	1,16%
Otros	3.204	2.416	2.417	1.863	2.525	-5,80%	2,25%
Resto del Mundo	2.064	1.896	1.915	1.975	1.694	-4,80%	1,51%
Total Extranjeros	32.227	29.761	31.596	33.504	34.612	2,40%	30,78%
Total Nacionales	65.811	61.548	73.129	74.932	77.834		69,22%
Total Turistas	98.038	91.309	104.725	108.436	112.446		

Fuente: SERNATUR, 2005.

Por otra parte, y en el mismo año, el aeropuerto internacional Chacalluta registro 243.652 llegadas, el paso fronterizo Chungara recibió 107.926 turistas y el paso fronterizo de Visviri recibió 5.117 turistas.



Fuente: Of. Sernatur Arica y Parinacota. 2006



Fuente: Of. Sernatur Arica y Parinacota. 2006

2.- Turismo en el SNASPE de la Provincia de Parinacota

Unidad SNASPE	Año 2005	Año 2006	Año 2007
Salar de Surire	435	646	912
Reserva Nacional las Vicuñas	435	650	732
Parque Nacional Lauca	14.318	15.030	16.915

Fuente: CONAF

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa

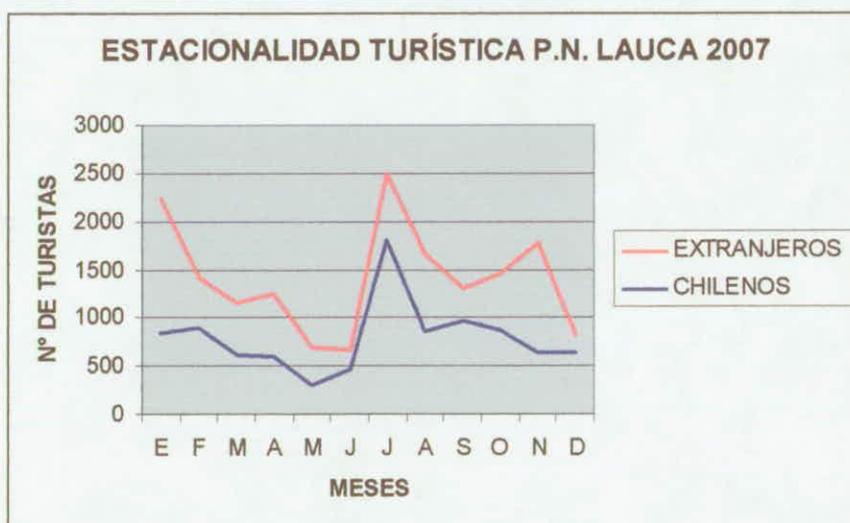
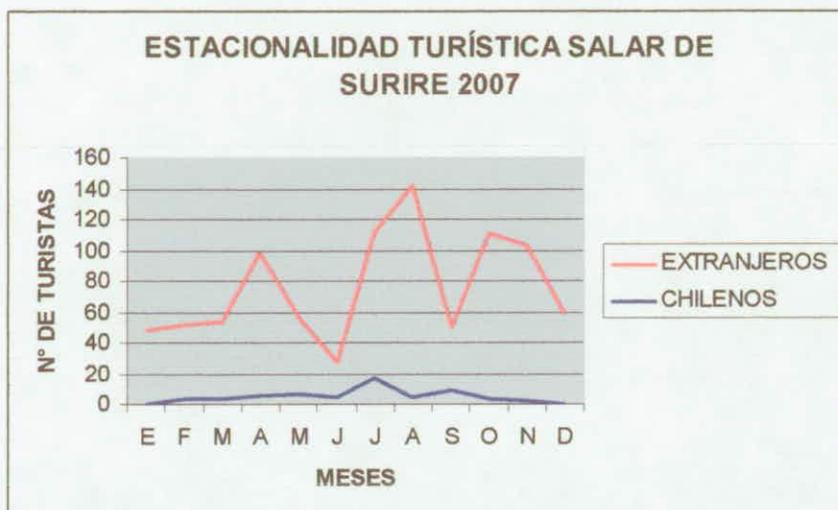
3.- Visita al SNASPE Año 2007

UNIDAD PROTEGIDA	SURIRE		AÑO 2007										TOTAL
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
CHILENOS	0	4	3	6	7	5	17	5	9	4	2	0	62
EXTRANJEROS	48	47	51	92	49	22	95	137	41	107	101	60	850
													912

UNIDAD PROTEGIDA	LAUCA		AÑO 2007										TOTAL
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
CHILENOS	837	888	620	589	298	463	1804	859	966	885	628	625	9.462
EXTRANJEROS	1402	530	537	662	391	204	684	798	344	564	1135	202	7.453
													16.915

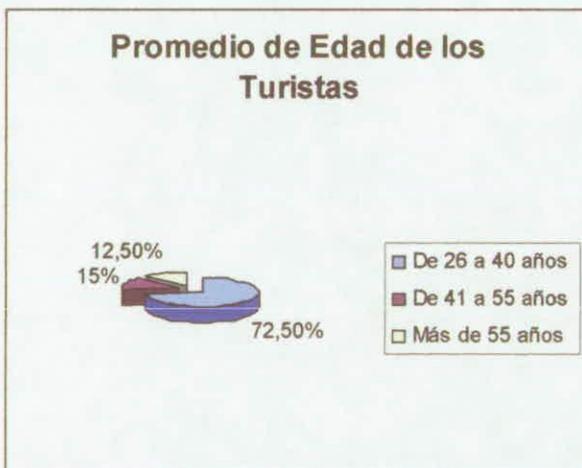
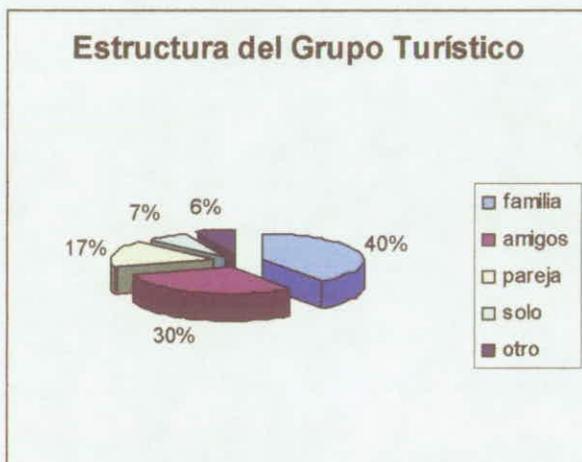
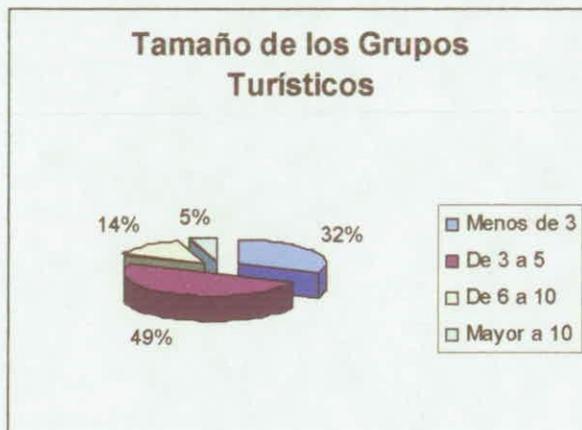
Fuente: CONAF Arica y Parinacota

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa



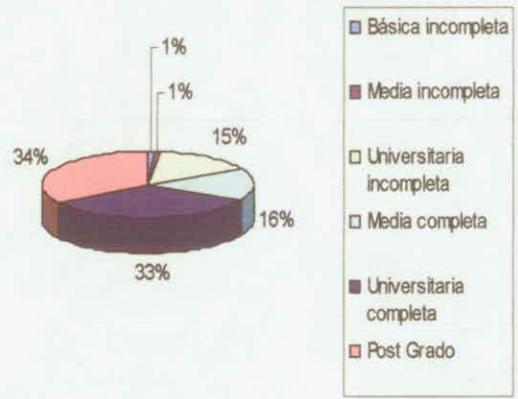
Fuente: CONAF Arica y Parinacota
Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa

4.- Caracterización de los Visitantes al SNASPE de la Provincia de Parinacota

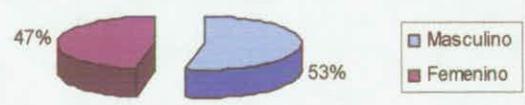


Fuente: CONAF, Arica y Parinacota. 2004

Nivel Educativo de los Visitantes



Genero del Visitante del SNASPE de Parinacota Año 2003



Fuente: CONAF, Arica y Parinacota. 2004

5.- Conclusiones Generales de la Demanda Turística Regional

- En el año 2005, visitaron la Región de Arica y Parinacota 34.612 turistas extranjeros y 77.834 turistas nacionales.
- Del universo total de turistas extranjeros, 11.671 llegadas pertenecen al mercado europeo y 2.117 al mercado de EE. UU.
- El mercado más importante de larga distancia para la Región de Arica y Parinacota proviene de Alemania con 3.809 llegadas, seguido por Francia con 2.213 llegadas y EE.UU. con 2.117 llegadas. Año 2005.
- Con respecto a los turistas ingresados por el paso fronterizo de Chungara, Policía Internacional registro 107.926 llegadas el año 2005. y 5.117 llegadas en el paso fronterizo de Visviri.
- Del total de turistas ingresados por el Paso fronterizo Chungara el 90% corresponde a visitantes provenientes de Bolivia y Perú. Así mismo, los turistas ingresados por Visviri provienen en un 85% aprox. De Bolivia y Perú.
- Con relación a los turistas que visitaron el SNASPE de la Provincia de Parinacota, el Parque Nacional Lauca registro 16.915 turistas, en el año 2007, de los cuales 7.453 turistas fueron extranjeros y 9.462 turistas nacionales.
- A su vez, el M.N.Salar de Surire registro 912 turistas, donde 850 llegadas son de turistas provenientes del extranjero y 62 llegadas de turistas nacionales.
- Por otra parte, entre el año 2005 al 2006 el Parque Nacional Lauca incremento en un 5% el número de turistas, y entre el año 2006 y 2007 duplico su crecimiento con un 13%.
- Con respecto al M.N. Salar de Surire entre el año 2005 al 2006 incremento su visitación en un 48% y, entre el año 2006 y 2007 en un 43%.
- Con relación a la caracterización de los visitantes del SNASPE de la Provincia de Parinacota, la CONAF ha establecido las siguientes características:
- El tamaño del grupo turístico presenta los siguientes datos: de 3 a 5 personas un 49%, menos de 3 un 32%, entre 6 y 10 personas un 14% y más de 10 personas un 5%.
- La estructuración del grupo presenta un 40% que corresponde a la familia, un 30% amigos, un 17% pareja, un 7% sólo y un 6% otro.
- El promedio de edad de los visitantes del SNASPE se determina por un 72,5% correspondiente a 26 y 40 años, entre 41 y 55 años un 15% y más de 55 años un 12,5%.
- Con relación al género de los visitantes, el 53% corresponde al visitante masculino y el 47% al visitante femenino.

Capítulo IV DEFINICIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO

1.- Mercado Geográfico

El mercado geográfico del proyecto turístico se encuentra preferentemente en Alemania, Francia y EE. UU. Este segmento de mercado se compone mayoritariamente por turistas entre 25 y 45 años provenientes de las principales ciudades europeas y norteamericanas.

A su vez, este mercado concentra un importante número de operadores mayoristas que opera a través de agencias o empresas minoristas en Chile, Perú y Bolivia.

2.- Mercado Objetivo

El mercado objetivo del proyecto agrupa a turistas y Tour operadores de Alemania, Francia y EE.UU.

En el caso del perfil del cliente potencial, es necesario mencionar que se caracteriza por tener entre 25 y 45 años, proviene de las principales urbes de Europa y Norteamérica, posee un nivel de estudio e ingreso medio-alto, realiza viajes organizados o compra directamente por Internet, realiza actividades y viajes de mayor cercanía y calidad (microsegmento), ha mostrado una constante visitación y estabilidad en las áreas silvestres protegidas de la Provincia de Parinacota.

3.- PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Para la determinación de la demanda actual y futura del proyecto se estableció la importancia de analizar los datos del SNASPE de la Provincia de Parinacota, debido a la cercanía cuantitativa y cualitativa de los indicadores aportados por la CONAF, y los emprendimientos que se desean desarrollar aledañosamente al sistema de áreas silvestres protegidas.

Para ello, se utilizaron los siguientes datos:

3.1.- Visitas al SNASPE de la Provincia de Parinacota

Unidad SNASPE	Año 2005	Año 2006	Año 2007
Salar de Surire	435	646	912
Reserva Nacional las Vicuñas	435	650	732
Parque Nacional Lauca	14.318	15.030	16.915

Fuente: CONAF

Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa

3.2.- Variables de la Demanda Turística Considerada para la proyección de mercado

- El 63% viaja en grupo de 3 a 5 y de 6 a 10 personas.
- El 44% de los turistas que visitan el SNASPE son extranjeros. (Mayoritariamente de Alemania, Francia, EE. UU.)
- El 100% de los turistas esta dispuesto a pagar US\$ 60 dólares por concepto de alojamiento y alimentación.
- Las unidades de consumo anual son de 2 días.
- El porcentaje de crecimiento anual del SNASPE es de un 11,5% (Referencia P. N. Lauca)

VISITAS EXTRANJEROS

Localidad	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Salar de Surire	405	602	850	948	1057	1179	1315	1466	1635	1823	2033	2267	2528	2819
Parque Nacional Lauca	6.300	6.613	7.453	8310	9266	10332	11520	12845	14322	15969	17805	19853	22136	24682
Total	6.705	7.215	8.303	9.258	10.323	11.511	12.835	14.311	15.957	17.792	19.838	22.120	24.664	27.501

Período	2005 - 2006	2006 - 2007
Crecimiento anual	8,00%	15,00%
Crecimiento Promedio	11,50%	

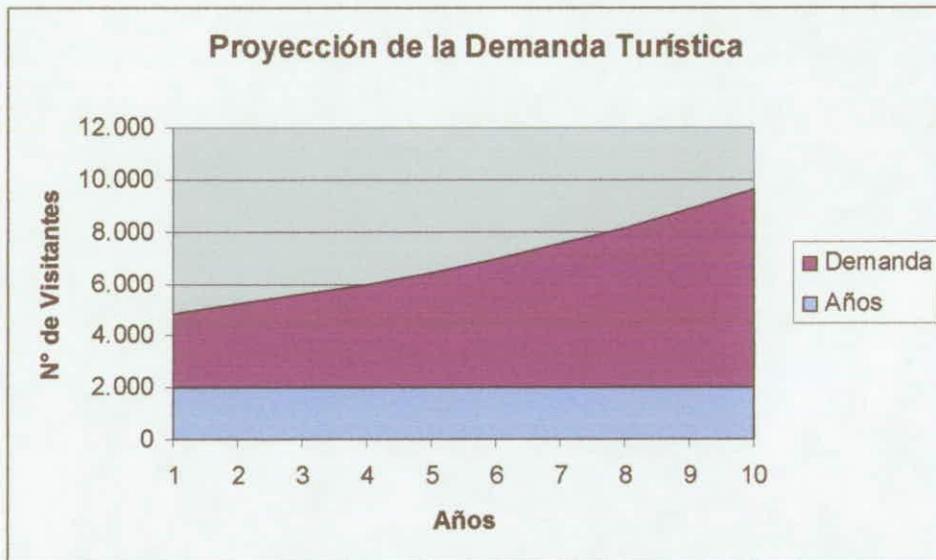
Demanda Proyectada Homestays

Localidad	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Salar de Surire	112	167	236	263	293	327	365	406	453	505	564	628	701	781
Parque Nacional Lauca	1.746	1.833	2.066	2.304	2.569	2.864	3.193	3.561	3.970	4.427	4.936	5.503	6.136	6.842
Total	1.858	2.000	2.302	2.567	2.862	3.191	3.558	3.967	4.423	4.932	5.500	6.131	6.837	7.623
Requerimiento camas					5.724	6.382	7.116	7.934	8.846	9.864	11.000	12.262	13.674	15.246

Demanda Promedio 4.902

Capacidad

Nro. de camas	40
Noches hábiles anuales	300
Nro. de camas anuales	12.000



Elaboración: Ing. Rodrigo Barra Novoa.

Se concluye que el mercado objetivo del proyecto es el alemán, francés y norteamericano. En este sentido, además de este grupo de turistas que visitan la región, se identifica un subgrupo de gran importancia para el proyecto y para la cadena de comercialización de la iniciativa, destacándose en este punto los operadores turísticos locales, nacionales y extranjeros.

Bajo estos alcances, el mercado actual y potencial del proyecto, evaluado a través de la proyección del mercado, pronostica un flujo turístico creciente y rentable. Esta proyección establece un crecimiento promedio de un 11,5%, y visualiza que en el año 8 del proyecto es indispensable considerar reinversiones, para aumentar su capacidad de camas anuales.

Capítulo V ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA Y SUSTITUTA

En un sistema de economía de mercado, la competencia constituye la base de la operación del sistema turístico. Representa las alternativas que cada negocio tiene a su alcance y frente a las cuales debe competir.

Así, nos encontramos con una serie de alternativas sustitutas y directas que compiten en el mercado local, nacional e internacional con el concepto que se desea desarrollar.

A nivel Regional, nos encontramos con los alojamientos turísticos emplazados en Arica y Parinacota, los que se dividen de la siguiente manera.

1.- Alojamientos Turísticos de Arica y Parinacota

Localidad	Hotel	Motel	Apart Hotel	Residencial	Refugio	Total
Arica	22	4	2	29	0	57
Camarones	1	0	0	0	0	1
Putre	2	0	0	4	3	9
Parinacota	0	0	0	2	1	3

Por otra parte, la Comuna de Putre cuenta con una interesante inversión en materia de alojamiento turístico, contando con la siguiente planta turística.

1.2.- Alojamientos de la Comuna de Putre

Establecimientos	Número de habitaciones	Precio en dólares Habitación		
		Single	Doble	Triple
Las Vicuñas	108	55	80	120
Birding Alto Andino	5	25	30	-
La Paloma	10	30	35	-
Hostal Cali	10	10	18	-
Qantati	10	75	90	-
Hotel Kukuli	12	25	35	-
Cabañas Tuto	1	25	-	-
Hostal Pachamama	6	12	24	-
Rosamel	10	10	-	-

Según la tabla de establecimientos turísticos de la Comuna de Putre, el precio promedio por habitación es de US\$ 29, 6 para las habitaciones singles y de US\$ 44, 5 para las habitaciones dobles.

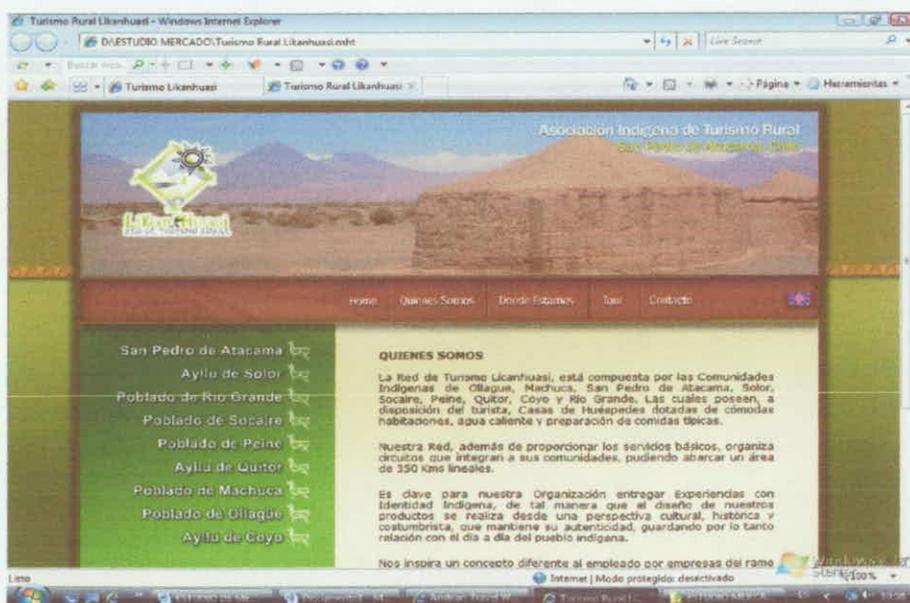
2.- San Pedro de Atacama

A nivel nacional, San Pedro de Atacama ha desarrollado en los últimos 10 años, una serie de alternativas eco y etno turísticas, que ha permitido posicionar el destino a nivel internacional y generar un nivel de rentabilidad y sostenibilidad importante para el sector de pre-cordillera y altiplano.

En este contexto, y bajo las características del modelo de negocio que se propone en este proyecto, la Red de Turismo Rural Lican Huasi, ubicada en el altiplano de San Pedro de Atacama y Administrada por comunidades indígenas, ha desarrollado, con apoyo de INDAP y CONAF un modelo demostrativo de alojamientos y servicios turísticos, generando y alcanzando la anhelada autogestión.

Por otra parte, la Red de Turismo Rural posee una central de reservas que permite promocionar y comercializar sus productos por internet a nivel internacional.

Entre los productos más importantes se destacan los alojamientos turísticos emplazados en las localidades de Caspana, Socaire, Peine y Solor.



Página Web y Central de Reserva Red Turismo Rural Lican Huasi

La Red de Turismo Licanhuasi, está compuesta por las Comunidades Indígenas de Ollague, Machuca, San Pedro de Atacama, Solor, Socaire, Peine, Quito, Coyo y Río Grande. Las cuales poseen, a disposición del turista, Casas de Huéspedes dotadas de cómodas habitaciones, agua caliente y preparación de comidas típicas.

La Red, además de proporcionar los servicios básicos, organiza circuitos que integran a sus comunidades, pudiendo abarcar un área de 350 Kms lineales.

Por último, es necesario mencionar que la red de turismo rural Lican Huasi, posee una oficina comercial y de operaciones en la localidad de San Pedro de Atacama.

A continuación se grafican los precios por concepto, ubicación y alojamiento turístico.

ALOJAMIENTO								
	BAÑO PRIVADO				BAÑO COMPARTIDO			
	Single	Doble	Triple	Matri.	Single	Doble	Triple	Matri.
Ollague	\$ 11.000	\$ 20.000	\$ 27.000	\$ 20.000	\$ 9.000	16.000		\$ 22.500
Machuca					\$ 14.800	\$ 24.800		
San Pedro de Atacama	Cabañas \$10.000 p/p				\$ 7.000	\$ 14.000	\$ 21.000	\$ 14.000
Solor	\$ 13.800	\$ 23.000		\$ 23.000				
Peine	\$ 13.700	\$ 17.300						
Socaire	13.500	\$ 24.000	\$ 27.000				\$ 27.000	
Refugio	5 camas \$5.000							
Miscanti Meñique	sin ropa cama							

ALIMENTACIÓN				
	Desayuno	Almuerzo	Cena	Colación
Ollague	\$ 2.500	\$3.000	\$ 3.500	\$ 3.500
Machuca	\$ 2.500			
Solor	\$ 2.500	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 2.500
Peine	\$ 3.000	\$ 3.500	\$ 3.500	\$ 2.500
Socaire	\$ 2.200	\$ 2.500	\$ 3.000	\$ 2.500

Tarifario Red de Turismo Rural Lican Huasi

El precio promedio de una habitación doble en la red de turismo rural Lican Huasi es de US\$ 40.-, pero es necesario precisar que la alimentación no está incluida. En este sentido, el desayuno, almuerzo y cena tiene un valor diario de US\$ 20., por lo tanto, el precio comercial por concepto de alojamiento y alimentación es de US\$ 60.

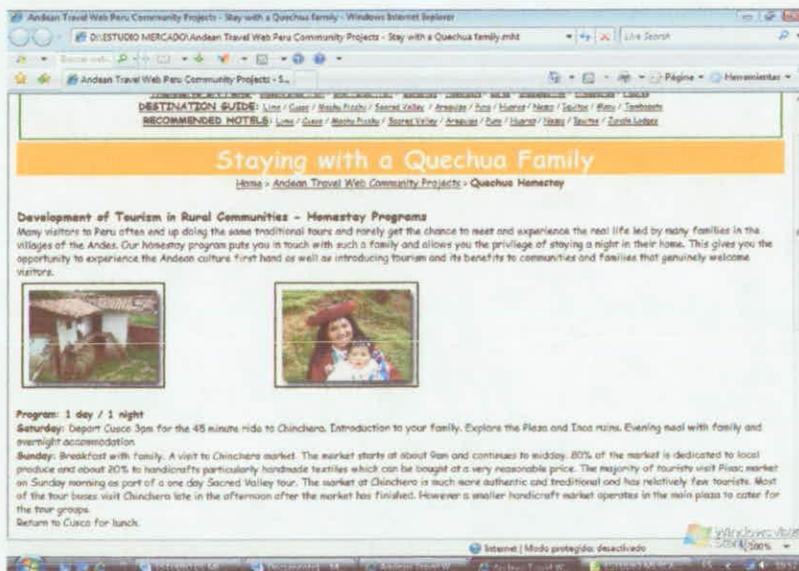
Por último, la comisión con los operadores extranjeros es de un 10% por habitación.

3.- Perú y Bolivia

A nivel internacional, Perú y Bolivia ha desarrollado en el cordón altoandino una serie de alternativas turísticas vinculadas a la habilitación y puesta en valor de los caseríos o viviendas típicas, logrando alcanzar excelentes resultados vinculados al proceso de comercialización internacional de sus productos y la autogestión de las comunidades indígenas a través de redes de turismo rural comunitario.

En este sentido, el exitoso posicionamiento del producto turístico "homestays" de Perú y Bolivia, ha sido por la consolidación del concepto de alojamiento familiar, logrando poner en valor la posibilidad de compartir, experimentar y aprender con la familia anfitriona sobre su cultura y vida tradicional.

A su vez, las comunidades quechuas y aymaras del altiplano de Perú y Bolivia han logrado aprovechar las fortalezas comerciales que les otorgan sus materias primas, entorno cultural y medioambiente, creando rutas y circuitos vinculados al servicio de alojamiento turístico y aumentando la pernoctación promedio de los turistas in situ.



Andean Travel Web Peru Community Projects - Stay with a Quechua family - Windows Internet Explorer

DESTINATION GUIDE: Lima / Cusco / Machu Picchu / Sacred Valley / Arequipa / Lima / Iquitos / Neiva / Tacna / Mito / Tambora

RECOMMENDED HOTELS: Lima / Cusco / Machu Picchu / Sacred Valley / Arequipa / Lima / Iquitos / Neiva / Tacna / Tambora

Staying with a Quechua Family

Home > Andean Travel Web Community Projects > Quechua Homestay

Development of Tourism in Rural Communities - Homestay Programs

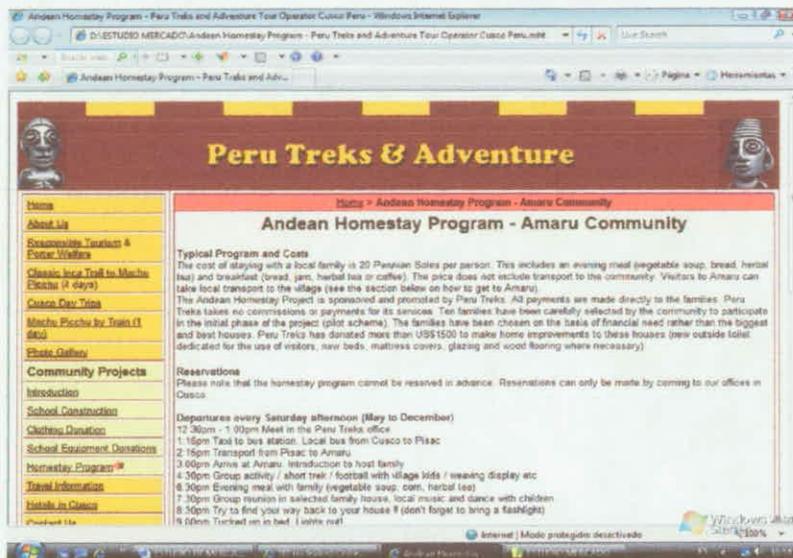
Many visitors to Peru often end up doing the same traditional tours and rarely get the chance to meet and experience the real life led by many families in the villages of the Andes. Our homestay program puts you in touch with such a family and allows you the privilege of staying a night in their home. This gives you the opportunity to experience the Andean culture first hand as well as introducing tourism and its benefits to communities and families that genuinely welcome visitors.

Program: 1 day / 1 night

Saturday: Depart Cusco 3pm for the 45 minute ride to Chinchero. Introduction to your family. Explore the Plaza and Tioa zuna. Evening meal with family and overnight accommodation.

Sunday: Breakfast with family. A visit to Chinchero market. The market starts at about 9am and continues to midday. 80% of the market is dedicated to local produce and about 20% to handicrafts particularly handmade textiles which can be bought at a very reasonable price. The majority of tourists visit Plaza market on Sunday morning as part of a one day Sacred Valley tour. The market at Chinchero is much more authentic and traditional and has relatively few tourists. Most of the tour buses visit Chinchero late in the afternoon after the market has finished. However a smaller handicraft market operates in the main plaza to cater for the tour groups.

Return to Cusco for lunch.



Página Web y Central de Reservas de Homestays de Perú

Para el caso de Bolivia estos servicios son ofrecidos a través de paquetes turísticos de 2, 3 ó más días.

Los precios por concepto de alojamiento turístico son de US\$20 a \$40 por persona, e incluye el desayuno, el almuerzo y una cena.

Los servicios de guiado poseen otros precios y en el caso de un programa turístico los paquetes tienen valores comerciales de US\$ 200 a \$480 dólares en base a dos personas como mínimo y un itinerario de 2 a 4 días



Eco albergue Tomarapi – Sajama, Bolivia.

4.- Determinación de aspectos críticos de la competencia

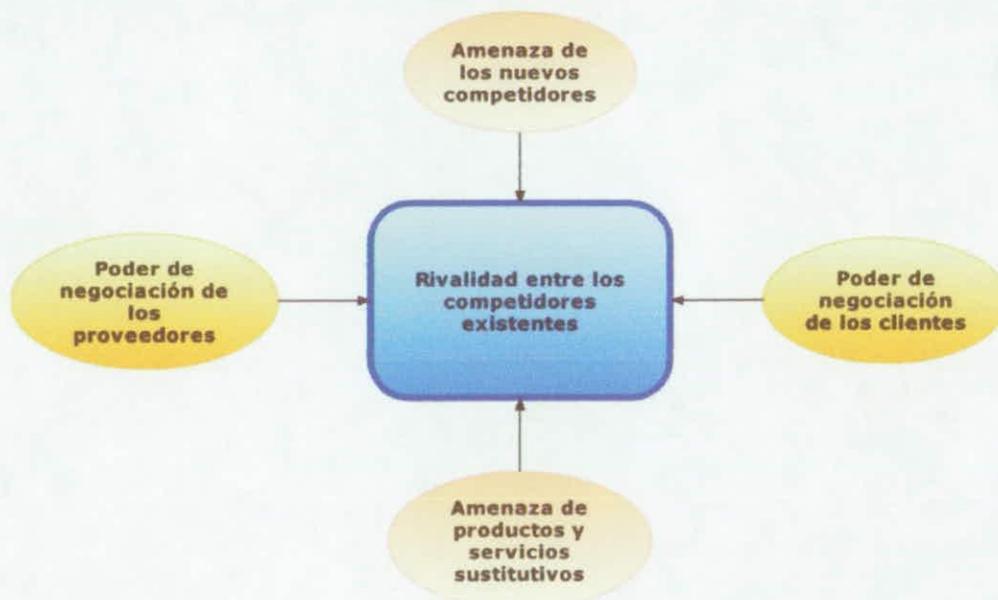
Los factores claves que determina el éxito de un competidor en este mercado turístico son:

- Capacidad técnica para operar el servicio turístico.
- Bajo costo de producción del servicio.
- Satisfacción del cliente.
- Calidad del servicio turístico.
- Canales de distribución eficientes.
- Atención a la necesidad de los clientes.
- Recurso Humano y compatibilidad con el mal de altura.
- Control y cercanía con los Proveedores.

5.- ANÁLISIS DE PORTER

Con el objetivo de determinar la competitividad a nivel industrial del producto homestays, se ha definido y analizado por medio de la metodología de las cinco fuerzas de Porter, los elementos que influyen en el mercado turístico que se inserta el producto.

A continuación se analizan las cinco fuerzas competitivas:





1.- Amenaza de Nuevos Competidores

Las barreras de entrada, más que las posibles reacciones de empresas ya existentes, son las altas necesidades de capital. La creación de este tipo de empresa Turística es muy costosa y conlleva una enorme inversión. Desde una posible compra de terrenos hasta la construcción de instalaciones, vehículos, personal, y diferentes servicios.

A su vez, el acceso a los canales de distribución o comercialización requiere de una notable participación en el mercado, así como la capacidad de insertarse y posicionarse a nivel local e internacional.

Por otra parte, la lealtad a la marca y el concepto de hospedaje puede ser otra barrera que los posibles competidores deben superar.

Por último, los costos operacionales y el mantenimiento de estos hacen necesaria la concentración de un flujo turístico durante el año, así como el desarrollo del trabajo colaborativo por medio de la gestión comercial asociativa.

2.- Amenaza de Productos Sustitutos

Ante la posible aparición de empresas que ofrezcan servicios sustitutos, el producto homestays debe reafirmar en los pasajeros la calidad de la experiencia de la visita y el concepto de hospedaje. De forma tal de explotar su mayor fortaleza y generar un nivel de diferenciación que sea percibido por el cliente.

Ante esta situación, la oferta actual y futura de alojamientos turísticos no podrá incorporarse en el corto plazo con una oferta de mayor cercanía y calidad, sin embargo, se debe tener en cuenta la reacción de los turistas frente a una oferta de mediano plazo de menor precio y, con una gama de servicios y/o posibilidades similares a la iniciativa en ejecución.

3.- Poder de Negociación de los Proveedores

Dado que los proveedores de insumos, materias primas y otros productos necesarios para la operación del negocio no se encuentran concentrados, la empresa puede cambiar sin dificultades de proveedor, si no le convienen las prestaciones de un determinado servicio.

4.- Poder de Negociación de los Compradores

Actualmente la concentración de los compradores es muy baja y su poder de negociación es intermedio, lo que limita el incremento de precios es la estructura del mercado turístico local y el bajo poder de negociación de los operadores turísticos en el contexto nacional e internacional.

Debido al interés por desarrollar un producto turístico que tenga una marca y un concepto diferenciador en el mercado, la posibilidad de negociar y crear las necesidades de viaje es bastante extensa.

En este contexto, la red de turismo rural comunitario que se implementara en el marco del proyecto "Homestays" se caracteriza por ser la primera en el altiplano de la Provincia de Parinacota, y por ende, la que puede negociar con los operadores la prestación de los servicios turísticos, ya que los atractivos se encuentran emplazados en los terrenos de los propietarios aymaras socios de la red.

5.- Rivalidad entre los Competidores Existentes

La iniciativa pertenece a un sector con un bajo desarrollo y diferenciación, en este sentido, existe una oferta de alojamientos turísticos emplazada mayoritariamente en la comuna de Putre, destacándose; hoteles, hosterías, residenciales y refugios.

Por otra parte, Si bien existen, importantes experiencias en San Pedro de Atacama, Bolivia y Perú, las que a su vez, se declaran competencia directa por las características conceptuales y por los modelos de negocio desarrollados, es necesario mencionar, que a nivel local o incluso nacional el mercado de los "homestays" es oligopolico, debido principalmente ha que la oferta es muy concentrada y la demanda es altamente segmentada.

6. - CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE HOMESTAYS O ALBERGUES TURÍSTICOS FAMILIARES

Desde el punto de vista de la estructura del mercado, la oferta de Homestays presenta las siguientes características:

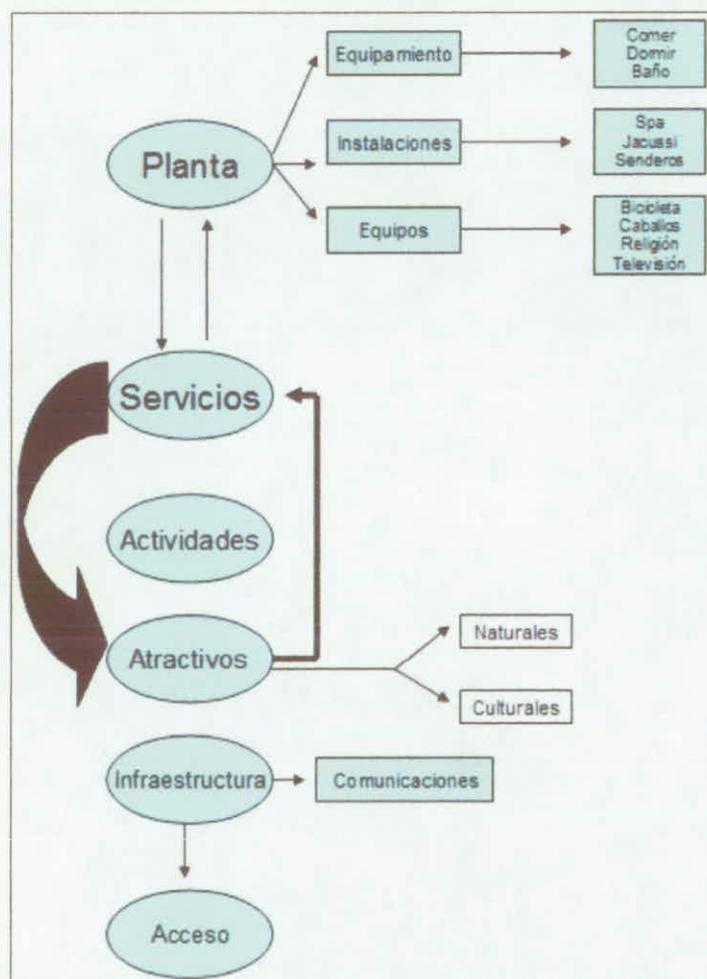
- A nivel regional y nacional, es un mercado *oligopólico*, es decir, corresponde a un mercado con presencia de pocos oferentes.
- Es *altamente segmentado*, es decir, cada país o región ha generado su propio nicho de mercado, pero con una fuerte presencia y tendencia de la demanda turística Alemana, francesa y estadounidense.
- En términos transversales, existe una *externalidad positiva* a favor del bienestar económico y cultural de las comunidades altoandinas, a través de un modelo de negocio en red o comunitario.
- La oferta de Homestays a nivel nacional e internacional es *elástica*, es decir, que la cantidad o la capacidad de oferta tiende a aumentar por medio de una buena gestión comercial y un alza en la cantidad de turistas que llega a una zona determinada.

Capítulo VI DEFINICIÓN DE PRODUCTO TURÍSTICO

1.- Definición del Producto Turístico

Leiva (1997), propone y define al producto turístico como "La suma de componentes tangibles e intangibles que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamiento, servicios, imagen de marca y precio que el turista percibe".

Esquema de los Componentes del Producto Turístico



2.- Producto Turístico “Homestays”

Los “Homestays” o Albergues familiares, son una unidad habitacional independiente habilitada y equipada para dar servicio de alojamiento turístico. Esta infraestructura puede ser de carácter cultural, patronal o moderno, utilizando las fachadas externas y realizando algunas modificaciones en el interior de éstas para dar un servicio de categoría internacional.

La principal característica de este sistema de alojamiento turístico radica en la experiencia y vinculación del turista con los propietarios del caserío o el conjunto de viviendas típicas.

En este sentido, el objetivo es ofrecer un espacio de descanso en una habitación típica, habilitada y reacondicionada con materiales de la zona y equipada para brindar comodidad y seguridad al pasajero.

A nivel internacional, Perú y Bolivia ha desarrollado en el cordón altoandino una serie de alternativas turísticas vinculadas a la habilitación y puesta en valor de los caseríos o viviendas típicas, logrando alcanzar excelentes resultados vinculados al proceso de comercialización internacional de sus productos y la autogestión de las comunidades indígenas a través de redes de turismo rural comunitario.



Homestays - Lago Titicaca, Bolivia

3.- Surire Homestays Community Rural Tourism

Surire homestays, es un hogar típico aymará ubicado en el Monumento Natural Salar de Surire, a 266 kilómetros de Arica y 120 Km. de Putre, sobre los 4.000 metros de altura. En este lugar podrá vivir la experiencia de compartir con las familias andinas más aisladas del altiplano chileno y disfrutar de la belleza escénica de la zona.

Los *homestays*, son viviendas típicas aymaras que fueron construidas hace 100 años, y han sido adaptadas, habilitadas y reacondicionadas con materiales de la zona, respetando y conservando la arquitectura tradicional aymara.

Todas las habitaciones han sido diseñadas y habilitadas con altos estándares de seguridad y calidad para brindar comodidad al visitante. A su vez, poseen baño privado y agua caliente, y son abastecidas a través del aprovechamiento de energías renovables.

Además del servicio de hospedaje, el Homestays de Surire proporciona servicio de alimentación, caminatas guiadas e interpretación ambiental y cultural.

En este lugar podrá desarrollar actividades de Turismo ecológico, disfrutar de Aguas termales y observar vicuñas, flamencos y Suris (Ñandú Americano), además podrá familiarizarse con la ganadería camélida y disfrutar de los platos típicos de la zona.



Maqueta Virtual Homestays de Surire

4.- Servicio Básico. De 1 a 2 noches.

Habitación doble, con desayuno y soft Trekking a las Termas de Polloquere. Conocimiento del trabajo agropecuario y de la cultura aymara. (Free activities) Almuerzos y Cenas con reservas previas.

Este servicio, se compone básicamente de una oferta integrada por actividades turísticas centradas en la naturaleza, a través de senderos ecoturísticos guiados o autoguiados entre el homestays y los distintos atractivos turísticos emplazados en el predio de la comunidad propietaria del alojamiento.



Vista Interior de las Habitaciones Dobles

5.- Servicio Complementado. 3 noches.

Habitación doble, con desayuno, almuerzo y cena. Soft Trekking a las Termas de Polloquere. (Aguas termales), Ruta de Interpretación ambiental, conocimiento de la ganadería de camélidos silvestres y domésticos y Conocimiento de la cultura aymara. (Free activities)

6.- Las comidas

La comida incorpora productos locales, ya que es esencial para la cultura aymara. Los platos típicos han sido mejorados para la correcta aclimatación y deleite del visitante.

<p>▶ Tabbouleh de quinoa (1 persona)</p> <p>Ingredientes Quinoa cocida, 80 grs. Tomate, 20 grs. Pepino ensalado, 20 grs. Pimentón, 10 grs. Apio, 10 grs. Cebolla, 10 grs. Rosete corriente, 15 cc. Jugo de limón, 5 cc. Hoja de menta, 1 unid. Sal, c.s. Pimiento, c.s.</p> <p>Decoración Perejil, c.s. Ciboulette, c.s. Endibias julianas, c.s. Aceite de oliva, c.s. (c.s.) Cantidad suficiente</p>		<p>Preparación Cocer la quinoa en agua fría. Una vez que hierva, colar y repetir tres veces del proceso. Agregar sal a la mitad de la tercera cocción. Cortar en brunoise: tomate, pepino, cebolla, apio. Pelar el pimentón y cortar en juliana. Reservar de guarnición para la decoración. Colar y enfriar la quinoa.</p>	<p>Mezclar los ingredientes con la quinoa. Agregar jugo de limón, aceite, sal, pimienta y la menta picada. Colocar en timbal y desmoldar al centro del plato.</p> <p>Presentación Desmoldar el timbal al centro y decorar con el resto de la guarnición. Agregar las hierbas y cocinar con aceite de oliva.</p>
--	---	---	--

7.- Programas

1, 2 y 3 noches y disponibles a pedido.

8.- Reservas

Todas las Reservas deben ser hechas por escrito, ya sea vía fax o e-mail. Las reservas se consideraran tentativas hasta que el cliente pague el 30% del total de la reserva. 30 días de antelación.

9. - Entrada al Homestays (check in)

El check in de las habitaciones es a partir de las 15:00 horas.

10. - Salida Del Homestays (check out)

El check out de las habitaciones debe ser realizado antes del mediodía, pero los visitantes pueden almorzar en el homestays.

11.- CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- Atractivos turísticos: aguas termales, Salar de Surire, vicuñas, flamencos, Suris y vizcachas.
- Compartir vivencias: ganadería camélida, cocinar comidas típicas, tejer artesanía, aprender de la lengua aymara.
- Hospedaje y desayuno: Familia anfitriona aymara y comidas típicas.
- Desplazamiento: se llega con vehículo 4X4, en época de invierno Boliviano de diciembre a marzo por camino alternativo.
- Concepto Ecológico: Turismo Sustentable.
- Concepto de Negocio y Administración: Turismo Rural Comunitario.

12.- ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

Corresponde a las definiciones estratégicas necesarias para administrar el pool de productos actuales a lo largo del tiempo, bajo una base política genérica, pero suficientemente específica para poder posicionar adecuadamente la Marca "Homestays" en el mercado nacional e internacional.

12.1.- Modelo de Estrategia Genérica del Producto

Para conseguir el posicionamiento del producto se ha establecido como ventaja competitiva la estrategia de **diferenciación**, la cual tendrá por objetivo la entrega de elementos específicos, valorados y únicos.

Para establecer y definir los elementos de diferenciación del producto se ha realizado un análisis FODA, con la finalidad de comprender en forma específica cada una de las áreas que configuran el entorno interno y externo del producto.

13.- ANÁLISIS FODA

A).- Fortalezas

- Los caseríos están ubicados dentro del SNASPE.
- Atractivos Turísticos de gran belleza escénica.
- La presencia de un Parque Nacional y Reserva de la Biosfera.
- La tranquilidad y la Paz, espacios vírgenes.
- El concepto de hospedaje. "Homestays"
- La Cultura Aymara. (Lengua, vestimenta y tradiciones espontáneas)
- Patrimonio Arquitectónico (Caseríos Aymaras, Chulpas, Iglesias)
- Las Fiestas Religiosas.
- Predios ganaderos y agrícolas con grandes posibilidades de habilitación y complementariedad turística.
- Infraestructura Turística Básica.
- Recursos arqueológicos y antropológicos vírgenes
- Flora y Fauna endémica.

B).- Debilidades

- Distancia entre un caserío y otro.
- No todos los caseríos son atractivos.
- No todos los caseríos poseen el mismo estado arquitectónico.
- No todos los caseríos tienen familia.
- Hay pocos atractivos sobresalientes.
- Acceso de tierras son malos.
- Invierno boliviano.
- No existe señalética.
- Falta de abastecimiento de Combustible.
- Poco Difundido el norte grande.
- Operadores de Arica comercialmente débiles.
- nulo manejo del idioma.
- Falta de capacitación Técnica.
- Carencia de servicios básicos.

C).- Oportunidades

- Recursos Económicos disponibles para desarrollar inversión en el ámbito turístico (Capital Semilla, CORFO, Programa Orígenes, Sendero de Chile, PNUD, etc.)
- Recursos y oportunidades de capacitación para el sector turístico (FONCAP, UNAP, SENCE, etc.)
- Ubicación Estratégica de la Comuna para el desarrollo de circuitos nacionales e internacionales.
- Demanda Turística Motivada por visitar el Parque Nacional Lauca.
- Puerta de entrada altiplanica por medio de su paso fronterizo.
- Existencia de Planta Turística en Putre
- San Pedro de Atacama y su posicionamiento a nivel internacional.

D).- Amenazas

- Mal de altura o Puna.
- Descoordinación de los servicios públicos vinculados a los fondos de financiamientos.
- Sustitutos y competencia directa de homestays de Bolivia y Perú.
- Cambio Climático; eventualmente puede afectar a la agricultura y el desarrollo de forraje natural para la ganadería tradicional.
- Los Andes de Perú, Bolivia y Argentina poseen los mismos atractivos naturales (Territorio Homogéneo)
- Invierno Boliviano (Estacionalidad Turística)

13.1.- Elementos específicos, valorados y únicos del Producto Homestays

- La construcción, arquitectura y antropología ligada a los Caseríos de Surire.
- La habitabilidad del Caserío y la experiencia de compartir con las familias aymaras más aisladas del altiplano chileno.
- La ecología y Cultura vinculada al Caserío de Surire (Entorno)
- El SNASPE y la presencia de una reserva de la Biosfera.
- El concepto de Alojamiento.

Capítulo VII LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1.- Definición de Promoción

La promoción es la acción destinada a informar a los turistas potenciales sobre el producto que se desea ofertar en el mercado. En este sentido, la definición y puesta en marcha de acciones de marketing considerará el comportamiento del turista, sus necesidades y su correspondiente red de comercialización.

Potenciar la imagen turística del producto y el destino a través de la generación de sinergias y el diseño de una estrategia de Marca son elementos indispensables para el logro de una adecuada extensión y fortalecimiento de la gestión comercial de la Red de Homestays. Los beneficios de esta extensión se traducirán, entre otros, en la reducción de costos de promoción, aumento de la presencia de marca y, por lo tanto, mejora del grado de recordación en torno a ella.

Para lograr este posicionamiento, se han establecido y definido las técnicas de promoción que se utilizarán para dar a conocer el producto y sus servicios, vinculando la inherente caracterización y comportamiento de los turistas que visitan la Región de Arica y Parinacota.

En este contexto, es necesario mencionar que los turistas norteamericanos y europeos utilizan mayoritariamente el internet para informarse y realizar su programa turístico. A la vez, pero en menor grado, el boca a boca y los medios de comunicación (TV, Revistas y Promoción del destino) se conciben como los medios más utilizados por estos turistas de larga distancia.

Bajo estos alcances, las técnicas de promoción definidas son las siguientes:

1.1.- El nombre, la marca y el logotipo: serán los signos de reconocimiento del producto y deberán corresponder al estilo del servicio turístico propuesto.

La creación de un logotipo o imagen corporativa deberá figurar en todos los documentos promocionales que se utilicen. En este sentido, la imagen del logo deberá dirigirse a la imaginación de los clientes, es decir, hacia sus sueños y deseos. En segundo lugar, debe dirigirse a su necesidad de calidad y seguridad y el destino.

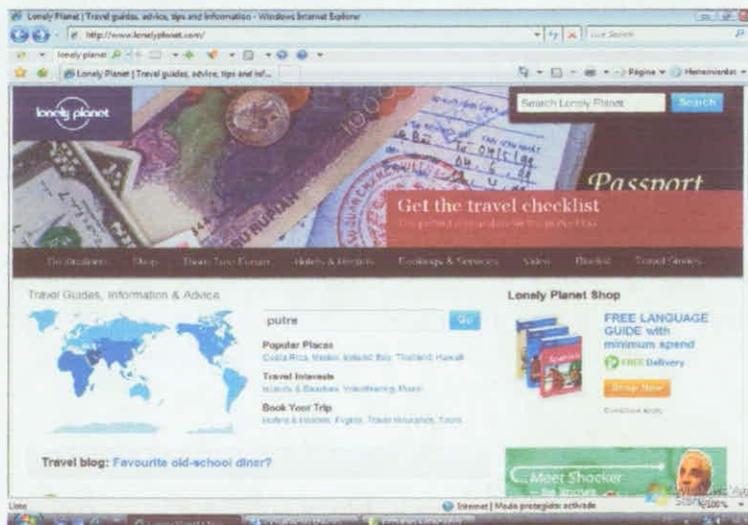
1.2.- El Internet: debido a la importancia que posee este medio de comunicación en el mercado objetivo, el modelo de negocio deberá invertir en una página Web, con el objetivo de dar a conocer la oferta turística y facilitar la comercialización de los productos a través de una central de reservas on line.

La página Web deberá ser bilingüe, contar con una galería fotográfica, contar con toda la información del producto y las condiciones generales de la operación logística de los servicios.

1.3.- Revistas especializadas y guías de viaje: existen numerosas revistas especializadas en actividades de naturaleza y cultura que realizan reportajes en el mundo entero y que aconsejan viajes a sus lectores. Debido a la importancia que tienen estos medios de comunicación en los mercados de interés del proyecto, sería interesante incursionar en ellos.

A continuación se presenta a modo de ejemplo algunas revistas y guías de viaje que utilizan los turistas franceses y norteamericanos:

- South American Handbook
- Lonely Planet
- South America on the Shoe String
- Le Grand Guide du Chili
- Revista: Randonnée Magazine
- Revista : Alpinisme et Randonnée
- Revista : Le Tourisme Français
- Revista : Tour Hebdo
- Revista : Le Quotidien des Voyages



Página Web – Lonely planet

1.4.- Folletos o brochures: la creación de un buen folleto es difícil, pero debe realizarse un esfuerzo particular para obtener un buen resultado, teniendo presente que el folleto será la vitrina del producto que se promocionará.

Para ello, el folleto deberá presentar:

- Una imagen visual que se dirija a la imaginación del cliente.
- Los argumentos técnicos que le otorguen confianza.
- La información que le permita la adquisición del producto.
- Las fotografías más representativas del destino y el producto.

1.5.- Misiones Comerciales: Una misión comercial motiva la compra de productos turísticos por parte de un gran número de tour operadores en el mercado emisor. Esta motivación se efectuará mediante la presentación documental de los productos en el mercado objetivo.

Las misiones comerciales tendrán por objetivo:

- Dar a conocer la oferta de servicios y productos directamente a los tour operadores.
- Difundir la oferta de servicios, productos y en general el destino altoandino.
- Brindar información de los destinos turísticos apropiados para los segmentos de mercado que ofrece un emisor.
- Efectuar acciones de relaciones públicas.

Capítulo VIII COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

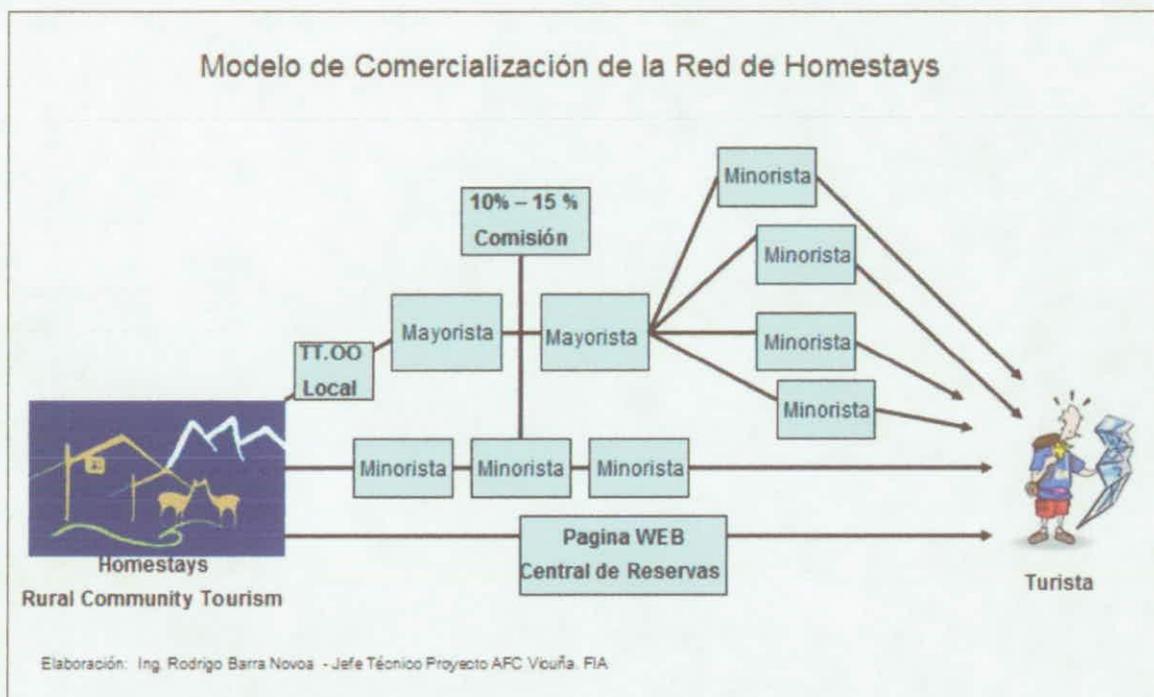
La comercialización es la puesta del producto turístico en el mercado. El producto homestays puede ser comercializado en forma particular, organizada asociativamente o por medio de agencias de viajes y tour operadores.

1.- Principales Canales de Comercialización:

- **Las Agencias de Viajes:** organización comercial que actúa como intermediario entre el proveedor de servicios o tour operador y el usuario final. Entregándole asesoría para la planificación y compra de su viaje.
- **Tour Operador Mayorista:** organización comercial que diseña y provee paquetes y productos turísticos, los cuales comprenden transporte, estadía y otros.
- **Tour Operadores receptivos:** son intermediarios que exploran y eligen los productos en terreno y desarrollan sus productos en el destino turístico.
- **Central de Reservas on Line y Página WEB:** es una forma segura de promocionar y comercializar por Internet el producto o servicio que se desea vender en el mercado internacional y nacional. La mayor ventaja es el bajo costo de mantención, la expansión y distribución mundial y el contacto directo y eficaz entre el turista y la gestión comercial de la empresa.
- **Redes comerciales de Turismo solidario o comunitario:** son redes comerciales de promoción y distribución en Internet que apoyan gratuitamente los emprendimientos, empresas o servicios de turismo rural comunitario en América Latina. Ponen a disposición de las empresas una plataforma para subir información del servicio, fotografías y datos de contacto. Facilitan las reservas y la gestión comercial a nivel internacional.



2.- Esquema de Comercialización



El presente esquema plantea un porcentaje base de comisión de un 10 a un 15%, pasando de un Tour operador local, a una empresa Mayorista nacional o internacional.

A la vez, plantea la necesidad de establecer redes con agencias y operadores minoristas, ya sean estos locales nacionales o extranjeros.

Por último, se plantea una inversión en una central de reservas o pagina Web, con el objetivo de captar un importante número de turistas alemanes, franceses y norteamericanos que compran sus viajes por Internet.

Capítulo IX DEFINICIÓN DEL PRECIO DEL PRODUCTO

El precio es una variable del marketing que viene a sintetizar, la política comercial de la empresa. Por un lado, tenemos las necesidades del mercado, fijadas por el producto "homestays", con atributos determinados; por otro, tenemos el proceso de producción, con los consiguientes costos y objetivos de rentabilidad fijados.

1.- Análisis de la Demanda Turística

Según los datos aportados por Sernatur los turistas provenientes de EE.UU poseen un gasto promedio diario de US\$ 54 y, los turistas provenientes de Europa de US\$ 52.

La permanencia promedio de estos turistas en Chile es de 17,9 para EE.UU, y 21,3 para el turista europeo. En este sentido, el comportamiento del turista de larga distancia se caracteriza por presentar una permanencia promedio en un destino de 2,5 días, evidenciando la geografía de norte a sur.

2.- Disposición a pagar por los operadores turísticos

Con el objetivo de poder establecer un precio para el servicio turístico se realizaron diferentes reuniones con los operadores locales. En este sentido, los operadores que trabajan con turistas de larga distancia o realizan tours privados definieron como prioritarios los siguientes requisitos:

- Habitaciones con baño privado
- Duchas con agua caliente
- Personal capacitado (Inglés, servicio de guía y manipulación de alimentos)
- Control permanente de las reservas
- Ornamentación Típica
- Alimentación típica, (Aclimatable, de Calidad y con buena presentación)

Bajo estos requisitos y cumpliendo con el modelo de negocio propuesto en las reuniones, los operadores están dispuestos a pagar un precio de US\$ 45 a US \$60 por habitación.

3.- Análisis del Costo de Producción.

COSTOS FIJOS

Ítem	Costo Anual (\$)
Mano de Obra	23.520.000
Mantenimiento	340.000
Servicios	1.140.000
Adm. y ventas	965.072
Costo Fijo Total	25.965.072
Demanda Promedio	2.284
Costo Fijo Unitario	11.368

COSTOS VARIABLES

Ítem	Costo Anual (\$)
Desayuno estilo americano	1.400
Comidas y almuerzos	3.202
Bebidas	900
Otros	46
Combustible	388
Costo Variable Unitario	5.936

COSTOS TOTAL UNITARIO

Ítem	Costo Anual (\$)
Costo fijo unitario	11.368
Costo variable unitario	5.936
Costo Total Unitario (\$)	17.304
Costo Total Unitario (US\$)	32,76

*Costos Analizados por Cristina Godoy, Asesora del Plan de Negocios del proyecto.



3.- Definición del Precio del Producto

Considerando el costo unitario de una habitación doble, las observaciones de los operadores turísticos, el análisis de la competencia y la disposición a pagar de los turistas por el producto Homestays, se ha establecido un precio comercial de **US\$ 60.-**, el cual incluye una habitación doble, con desayuno, almuerzo y cena y actividades de familiarización con la cultura aymara y la ganadera tradicional. A la vez, se contara con senderos de interpretación ambiental, histórico y cultural diseñados para los pasajeros del Homestays.

Por otra parte, las actividades complementarias, equipos de aventura, otros servicios de alimentación, transporte y senderismo, deben tener otros precios comerciales, de forma tal, de generar otros ingresos para el alojamiento.

En este contexto, sería interesante incursionar en el co-manejo de las áreas silvestres protegidas, con el objetivo de generar nuevos ingresos para la población local y el modelo de administración de la red de Homestays.

Por último, el diseño de paquetes turísticos o programas organizados, permiten generar nuevas oportunidades económicas para la gestión comercial de la red de alojamientos, y por ende, contar con una estructura de operación capaz de insertar el producto en el mercado nacional e internacional.



Capítulo X

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.- Conclusiones

Por medio del estudio realizado se concluye que el producto turístico y el concepto de hospedaje que se desean desarrollar son únicos en la XV Región de Arica y Parinacota.

En este contexto, el producto es altamente diferenciado y posee un segmento de mercado específico. A la vez, el modelo de negocio comunitario y administrado por indígenas aymaras de la XV Región plantea una nueva visión del campo de acción del proyecto turístico con una alta externalidad positiva en el ámbito económico, social y cultural.

A la vez, se concluye que el mercado objetivo del proyecto es el alemán, francés y norteamericano. En este sentido, además de este grupo de turistas que visitan la región, se identifica un subgrupo de gran importancia para el proyecto y para la cadena de comercialización de la iniciativa, destacándose en este punto los operadores turísticos locales, nacionales y extranjeros.

Bajo estos alcances, el mercado actual y potencial del proyecto, evaluado a través de la proyección del mercado, pronostica un flujo turístico creciente y rentable. Esta proyección establece un crecimiento promedio de un 11,5%, y visualiza que en el año 8 del proyecto es indispensable considerar reinversiones, para aumentar su capacidad de camas anuales.

Con relación al precio del producto, es necesario mencionar que posee un valor de US\$ 60, el cual fue definido en las mesas de trabajo con los operadores locales, realizando comparaciones con la competencia directa y sustituta, considerando los elementos diferenciadores y que deben ser parte del servicio turístico y su inherente estratégica de penetración en el mercado local e internacional.

Por último, el proyecto no sólo viene a satisfacer una necesidad del mercado, sino también a potenciar el destino e inherentemente ha desarrollado una imagen de marca y un nuevo concepto de hospedaje en la Región.

Para ello, será de vital importancia que se considere el carácter multifuncional del espacio rural, esto es, el potencial que tiene el territorio altiplánico para generar empleo para las comunidades, proteger los recursos naturales y conservar la identidad cultural del territorio. Reconociendo esta característica cambia la percepción tradicional o los paradigmas que existen en el medio rural, pasando de un escenario económico netamente agropecuario, a una visión que considera también su carácter recreativo y cultural.

2.- Recomendaciones

- Es necesario establecer redes o alianzas estratégicas con operadores locales, limítrofes y europeos.
- Por otra parte, se debe consolidar el modelo de negocio por medio del fortalecimiento de la inversión individual de cada emprendimiento y el trabajo asociativo a través del aporte de cada uno en la gestión comercial de la red de albergues.
- En este contexto, será de vital importancia considerar en el futuro el desarrollo de un Tour operador que permita llegar en forma eficiente al mercado nacional e internacional.
- En materia de promoción del producto, es necesario realizar invitaciones a operadores consolidados y revistas especializadas, con el objetivo de dar a conocer la iniciativa y potenciar la imagen del destino turístico.
- Por otra parte, es necesario considerar la generación de redes con los actuales programas de gobierno (PTI Turismo – CORFO, Proyecto Reserva de la Biosfera el Lauca de Euro Chile., con la finalidad de potenciar el negocio asociativo en materia de promoción y comercialización.
- A la vez, se debe fortalecer al recurso humano de la red de albergues a través de una adecuada transferencia o capacitación continua, de forma tal, de generar capacidades para el correcto desempeño operacional del negocio.
- Es necesario desarrollar actividades de transferencia tecnológica o cursos de formación, donde los jóvenes o hijos de los beneficiarios directos del proyecto tengan la oportunidad de decidir y desarrollar la actividad turística.
- Se debe Potenciar la imagen turística del producto y el destino a través del diseño de una estrategia de Marca, con el objetivo de fortalecer la gestión comercial de la Red de Homestays.
- Se debe establecer la cohesión de los actores que intervienen en el territorio por medio de alianzas estratégicas entre el municipio y las instituciones locales, nacionales e internacionales, con el objetivo de articular redes de contacto que promuevan la asociatividad, el fortalecimiento sectorial y el posicionamiento del destino.



- Se debe realizar una evaluación constante del mercado turístico, con el objetivo de apoyar la óptima planificación de acciones y estrategias de la gestión comercial de la red de albergues familiares.
- Se debe conservar, preservar y poner en valor los asentamientos arquitectónicos y culturales de la comuna por medio de un plan de ordenamiento territorial participativo, el que a su vez, delimitara el desarrollo de nuevos emprendimientos en el espacio natural altiplánico y el correcto uso y manejo de los recursos medioambientales del área de intervención del proyecto.
- En el ámbito de la infraestructura, planta y actividades turísticas, se debe hacer un esfuerzo para poner en valor los recursos turísticos del territorio, fomentando la creatividad, innovación y uso del espacio predial por medio de productos turísticos que sean capaces de ser transables en el mercado.
- Se deben activar las distintas rutas, senderos o inversiones que posee el proyecto a través del uso participativo y la convocatoria de recursos financieros, con la finalidad de concretar etapas y replantear los productos turísticos propuestos en el pasado.
- Se deben Buscar fuentes de financiamiento nacional e internacional para desarrollar proyectos de implementación, habilitación y de gestión turística local.
- Por último, es de vital importancia desarrollar actividades de comanejo en las áreas silvestres protegidas de la provincia de Parinacota, de forma tal, de generar ingresos complementarios al servicio turístico de homestays.

ANEXO VI

PRESENTACIONES Y OTROS DOCUMENTOS



Trabajo del sector para generar una visión sectorial

1. Estrategia de Innovación Agraria para la Ganadería en Camélidos. Minagri - FIA, agosto de 2001.
2. Agenda de Innovación Tecnológica en Ganadería camélida. FIC - FIA, enero 2006
3. Documento base para una Estrategia Regional de Innovación Agraria para la región de Tarapacá. FIA - Seremía, mayo 2007.
4. Documento base para una Estrategia Regional de Innovación Agraria para la región de Tarapacá. FIA - Seremía, mayo 2007.

SECTOR	PARTICIPANTES
Sector privado	98
Sector público	64
Investigación-academia	13
TOTAL	175

1. ESTRATEGIA:

- IDENTIFICACIÓN DE REQUERIMIENTOS
- CONSENSO DEL SECTOR

2. IMPLEMENTACIÓN INSTRUMENTOS

- PROYECTOS
- GIRAS
- CONSULTORIAS
- FORMACION

3. EVALUACION DE IMPACTO (EN EJECUCION)

Proyectos, Investigación, Captura y Difusión Tecnológica

- Manejo silvestre y en cautiverio de la vicuña en comunidades indígenas aymaras de la Región de Tarapacá. 1999
- Introducción de Tecnologías para el Mejoramiento de la Fertilidad en Vicuñas (Vicugna Vicugna), Mantenidas en Semicaautiverio. 2001
- Producción y Comercialización de Fibra de Vicuña bajo Manejo Sustentable con Comunidades Aymaras del Altiplano de la Región de Tarapacá. 2002
- Producción y Exportación de Fibra de Vicuña Bajo Manejo Asociativo Sustentable con Comunidades Aymaras del Altiplano de la Región de Tarapacá. 2006
- Rescate de Experiencia Asociativa a través de la asistencia en Congreso Internacional para productores de fibra de vicuña del altiplano de la Provincia de Parícuta. 2006
- Conociendo Experiencias teóricas y prácticas de turismo rural comunitario en Costa Rica para beneficiarios del proyecto AFC Vicuña. 2007

PROYECTO FIA – SURIRE

"PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE FIBRA DE CAMÉLIDOS BAJO MANEJO ASOCIATIVO SUSTENTABLE CON COMUNIDADES AYMARAS DEL ALTIPLANO DE LA REGIÓN DE TARAPACÁ"

FIA-PI-T-2006-1-P-104

REQUERIMIENTOS

- **FALTA DE CAPACIDAD PARA EJERCER UNA EXPLOTACIÓN ORGANIZADA QUE PERMITA TRABAJAR CON LOS SISTEMAS DE MENOR IMPACTO SOBRE UN RECURSO EN CONDICIONES SILVESTRES Y SU MEDIO.**
- **ESTACIONALIDAD QUE PRESENTA LA EXPLOTACIÓN DE LA VICUNA (UN MES POR AÑO), LO QUE LIMITA CONSIDERABLEMENTE LAS POSIBILIDADES DE FORTALECER LOS LAZOS DE COLABORACIÓN ENTRE LAS COMUNIDADES AYMARAS.**
- **NO SE LOGRA APROVECHAR ADECUADAMENTE LAS FORTALEZAS COMERCIALES QUE LES OTORGAN SUS MATERIAS PRIMAS, ENTORNO CULTURAL Y MEDIO AMBIENTE.**

OBJETIVO DEL PROYECTO

"CONFORMACIÓN DE UNA GESTIONADORA PRODUCTIVO COMERCIAL PARA LA EXPORTACIÓN ASOCIATIVA DE FIBRA DE VICUÑA DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS DEL ALTIPLANO DE LA REGIÓN DE ARICA Y PARINACOTA"



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. IMPLEMENTACIÓN DE UNA UNIDAD DE GESTIÓN PRODUCTIVA Y COMERCIAL
2. FORTALECIMIENTO DE VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA PRODUCCIÓN ASOCIATIVA
3. INSERCIÓN EN EL MERCADO DE COMERCIO INTERNACIONAL
4. PUESTA EN MARCHA Y EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DE LA UNIDAD DE GESTIÓN PRODUCTIVA COMERCIAL.
5. INTEGRACIÓN CON INSTITUCIONES DE I&D, ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS

RESULTADO DEL PROYECTO

"EL ESTABLECIMIENTO DE UNA ORGANIZACIÓN PRODUCTIVO COMERCIAL FORMAL

QUE ESTABLEZCA LAS CONDICIONES PARA INCORPORAR EN FORMA EFICAZ NUEVAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y COMERCIALES EN EL CONTEXTO TERRITORIAL Y CULTURAL AYMARA"

Resumen de resultados

- **Conformación de una Cooperativa** de Servicios para la Comercialización Asociativa de Fibra de Camélidos.
- **Sexta Exportación Asociativa** de Fibra de Vicuña (Primera Venta de Fibra de Vicuña Descerdada) US \$ 770 Kilo.
- **Primera Exportación de Fibra de Alpaca** (Desde la época de los 80' que no se comercializaba)
- **Capacitaciones y Transferencias** a productores en el ámbito productivo, técnico y organizacional.

Otros resultados

- Gestión de proyectos de inversión
- Incorporación de nuevas unidades de negocio. (Turismo Rural y Fibra de Alpaca)
- Base datos clientes para licitación internacional (14 nexos comerciales; Europa y Latinoamérica)
- Vinculación con instituciones de I&D (Chile, Italia y Costa Rica)
- Realización de Pasantías Internacionales (Turismo Rural Comunitario – Costa Rica)

Indicadores Socioeconómicos del Proyecto

Año	Nº de Usuarios directos	Familias Beneficiadas	Vicuñas capturadas	Vicuñas esquiladas	Producción de fibra (Kg)	Ingresos por venta de fibra (USD FOB)
2002	48	41	558	243	74,1	37.181
2003	48	41	729	392	113,1	57.975
2004	48	41	800	339	97,4	50.400
2005	48	41	704	210	68,3	35.000
2006	51	45	602	180	48,4	35.019 * Venta 2007
Total	243	209	3.396	1.364	352,9	215.555

Año	Producto	Cliente	Volumen Kilos	Precio USD	Ingresos USD	Ingresos \$ Miles de pesos
2007	Fibra de Vicuña Descerdada	Felisa Chubut S.A.	48,4	179.968 390 Gera	8.698	17.396.000
2007	Fibra de Alpaca Brava	Felisa Chubut S.A.	780	8 / Casher 3,8 dólares	4.101	2.051.288
Sub. Total Ventas con proyecto					12.799	19.447.288

Impactos Económicos

Año	Financiamiento	Rubros	Beneficiarios	Monto \$
2006	FJA	Ganadería Destilación AFC Viñuela	Unidades Productoras	79.000.000
2006	Prohibe	Ganadería Producción	Beneficiarios de Surto	4.200.000
2007	FJA	Parqueos Turísticos	Unidades productoras	11.000.000
2007	INDAP	Ganadería	Pastorales	4.100.000
2008	INDAP	Ganadería	Cruceño	2.174.249
2008	INDAP	Ganadería	Limas	1.170.000
2008	INDAP	Turismo Rural	Multas	3.107.200
2008	CORFO	Turismo Rural	\$ Unidades Productoras	8.000.000
Subtotal Recursos Gestionados				106.972.907

Año	Producto	Cliente	Volumen Kilos	Precio US\$	Ingresos US\$	Ingresos \$ Miles de pesos
2007	Fibra de Viciña Desordada	Palena Chubut S.A.	88.4	770 Millón 290 Grams	38.079	17.800.000
2007	Fibra de Alpaca Shua	Palena Chubut S.A.	750	1 / Color 6,9 Blanca	4.501	2.091.000
Sub. Total Ventas con proyecto				30.120	19.661.180	

Generación de Riqueza (Inversiones + Ingresos) \$ 125.533.187

Financiamiento: Unidad de Gestión de Proyectos AFC Viñuela - Ing. Ricardo Barral Novoa - Jefe Técnico de Proyecto.

IMPACTO SOCIAL

- Generación de Empleo
- Aumento de Patrimonio Social (Inversiones vía proyectos y aumento N° Socios)

IMPACTO EN ÁMBITO DE GESTIÓN

- Etapa de Estructuración y Consolidación productivo - comercial
- Capacidades de Articulación de instrumentos financieros
- Estrategia de desarrollo de nuevas unidades de negocio
- Vinculación con entidades de I & D

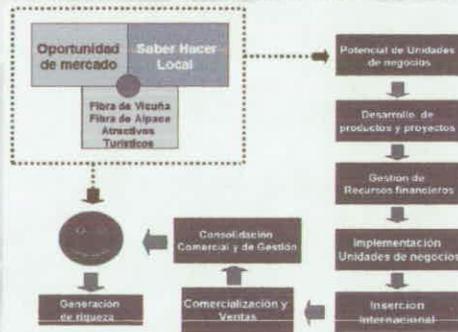
IMPACTO TÉCNICO - PRODUCTIVO

- Aumento calidad del producto (Escalamiento en el precio del producto)
- Aplicación de técnicas productivas
- Mayores rendimientos productivos



ANEXOS

Flujograma de Gestión del Proyecto



Unidad de Gestión de Proyectos AFC Viñuela - Ing. Ricardo Barral Novoa - Jefe Técnico de Proyecto.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Misión
Desarrollar y Formalizar la oferta productiva del sector Camélidos de la provincia de Parinacota por medio de un modelo asociativo y sustentable, capaz de posicionar sus productos en el mercado internacional, articular la cadena de gestión comercial y generar riqueza para la AFC Aymara.

Objetivos Estratégicos

Eje Temático	Objetivos	Impactos esperados	Resultados
Gestionadora productivo comercial	Conformación de una gestionadora productivo comercial para la exportación asociativo de fibra de vicuña.	Creación de una estructura organizacional productivo – comercial Generación de ingresos por concepto de exportación y venta de nuevos productos.	Establecimiento de una organización productivo comercial formal...
Nuevos productos	Desarrollar nuevos productos y mejorar los actuales con mayor valor agregado.	Incremento del nivel de rentabilidad de las unidades productivas. Diversificación de productos y valor agregado.	Aumento de productos incorporados (Fibra de Alpaca y Turismo Rural)

Eje Temático	Objetivos	Impactos esperados	Resultados
Estandarización y tecnificación de los sistemas productivos	Estandarizar los procesos productivos de las unidades ganaderas. Desarrollar soluciones a los problemas de sanidad, manejo e infraestructura de los módulos productivos de vicuñas.	Incremento de la competitividad de las cadenas productivas. Incremento de poblaciones de camélidos. Aplicabilidad de BPG en los módulos productivos. Reducción de plagas o enfermedades.	5 Unidades productivas con manejos estandarizados. Aumento de volúmenes productivos %. Mejora en la calidad de los productos. Manual de procedimientos
Financiamiento	Gestionar nuevos fondos de financiamiento para destinar a proyectos de inversión, investigación y creación de nuevos negocios.	Recursos económicos para el desarrollo de inversión, investigación y nuevos negocios.	7 proyectos financiados.
Prospección y Transferencia tecnológica	Prospectar nuevos mercados y facilitar la incorporación de nuevas tecnologías a las unidades productivas.	Identificación de escenarios futuros relacionados con el mercado, innovación y la tecnología.	Base de datos de nuevos clientes para ventas y licitaciones. Nivel de Requerimientos de los productos ofertables. Giras y transferencias tecnológicas

Eje Temático	Objetivos	Resultados
Institucionalidad y regulaciones	Fortalecer la capacidad institucional de la gestionaora productivo comercial para responder y aportar competitivamente al sector camélidos.	Formalización de requerimientos y exigencias técnico- productivas. Formalización de normativas y regulaciones público – privadas.
Baja oferta de información técnica y productiva.	Generar un sistema de información del sector camélido.	Banco de datos con la información obtenida.
Fortalecimiento de capacidades técnicas	Fortalecer las capacidades técnicas de las unidades productivas.	8 unidades productivas con conocimientos técnicos adquiridos.
Vinculación con Instituciones de I&D	Integración con Instituciones de I&D, públicas y privadas.	5 instituciones integradas

Líneas de Acción para la consolidación productiva, comercial y de gestión del Rubro Ganadero Aymara

Área: Técnica y Productiva

- Mejoramiento de la calidad genética de los camélidos domésticos.
- Mejoramiento de la calidad forajera de las zonas de intervención. (Silvestre y doméstica)
- Mejoramiento de las condiciones sanitarias y reproductivas.
- Mejoramiento de Infraestructura de Producción, Acopio, Limpieza y Embalado. (
- Búsqueda de alternativas de transformación para las fibras de camélidos domésticos.
- Instalar capacidades técnicas a productores;

1.- Producción de Fibra de Vicuña

- Evaluación del comportamiento de la vicuña en silvestre
- Captura y Anos de vicuñas
- Esquila mecanizada
- Técnicas de Descardado

2.- Producción de Fibra de Alpaca

- Esquila Mecanizada
- Clasificación y Categorizado de Fibra de Alpaca

3.- Gestión Comercial y Empresarial

- Comercialización
- Exportación
- Contabilidad Básica
- Administración de empresas
- Formulación de proyectos
- Turismo Rural: Etno, Eco y Agroturismo Comunitario

Área: Asociatividad y Gestión

- Promover y fortalecer la Asociatividad del Rubro. (Aumento de U. P / Mayor Volumen de Producción)
- Articular la cadena de valor y gestión comercial.
- Articular y Convocar nuevos recursos financieros para investigación e inversión en infraestructura.
- Desarrollar nuevas unidades de negocios centradas en el uso predial. (Turismo Rural)
- Insertar y posicionar las fibras de camélidos y otros productos en el mercado internacional.
- Creación de alianzas comerciales del rubro camélido a nivel nacional (Fibra de Guanacos; Sur de Chile)

Gracias

Ing. Rodrigo Barra Novoa
Jefe Técnico Proyecto AFC Vicuña
FIA – Surire

proyectoafc@gmail.com

PROYECTO TURÍSTICO SECTOR MISITUNE








PROYECTO

"Red Asociativa de albergues familiares para localidades altiplánicas de la Provincia de Paríacota, bajo un modelo demostrativo de Turismo Rural Comunitario"



▪ **Producto/Servicio:**

1.- Albergues familiares o lodges andinos

- Este producto constituye el principal medio para propiciar, a través de los viajes al interior del altiplano, la permanencia en albergues familiares o lodges andinos y el conocimiento de la vida diaria por medio de la oportunidad de familiarización con el trabajo agropecuario. Para ello, se considera la habilitación y puesta en valor de los caseríos aymaras, con instalaciones que brinden la posibilidad de hospedar y alimentar al turista.
- Los albergues familiares o lodges andinos son una unidad productiva de carácter turístico, emplazado en el altiplano. Desde este punto se realizan múltiples actividades relacionadas al turismo ecológico y de aventura.
- Este producto en su diseño arquitectónico recoge la imagen original de los pueblos andinos, bajo un concepto innovador de alojamiento turístico rural, los que abarcaran en el tiempo 6 localidades altiplánicas con una capacidad de 48 camas, conformando de esta forma una red de albergues familiares en la Provincia de Paríacota.

2.- Materialidad:

Construcción y habilitación estructural:

- Albañilerías reforzadas de piedra y adobe.
- Cubierta de Paja brava
- Cielos de madera
- Exteriores de piedras a la vista al natural
- Interiores de piedras a la vista natural
- Pisos de adobe o cemento a color afinado
- Muebles de piedra y queñoas muertas



Instalaciones Ecológicas:

- Instalaciones de energía solar para la provisión de agua caliente, cocina y electricidad
- Red de alcantarillado con sistema de drenaje, con tratamiento de aguas y reutilización de desechos, sin elementos contaminantes
- Sistema de tratamiento de desechos o reciclaje de basura

3.- Servicio de Alojamiento y Unidades Habitacionales

2 Unidades habilitadas por localidad, con una capacidad de 8 camas en su primera etapa, implementadas con baño privado, ornamentada con diseños andinos y equipadas con muebles rústicos, pero confortables y de calidad. A la vez contará con servicio alimentación y actividades complementarias, destacándose la familiarización con el trabajo agropecuario, observación de flora y fauna y senderos de interpretación ambiental y cultural.

- 4.- Proceso Productivo
- 1.- Reserva de la habitación vía mail, central de reservas o telefónicamente.
- 2.- Asignación de habitación y cobertura de camas.
- 3.- Check in o registro del huésped.
- 4.- Servicio de Alimentación – (Desayuno, Almuerzo y Cena)
- 5.- Actividades recreativas.

- 6.- Aseo de habitaciones y cobertura de camas.
- 7.- Check out salida de pasajero.
- 8.- Cobro y entrega de souvenir.
- 9.- Mantenión de habitaciones.



Factores de diferenciación:

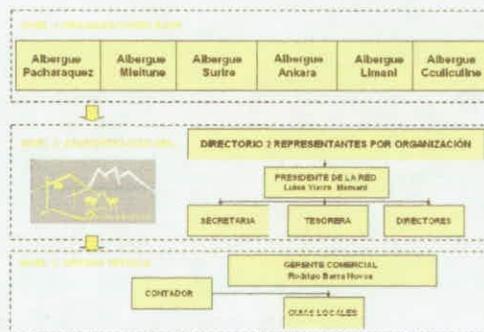
Una red de albergues familiares o lodges andinos es una innovación en materia de establecimientos de alojamiento turístico y prestación de servicios especializados, indicado para zonas geográficas y climáticas extremas, en especial para ser aplicado en la zona altoandina.

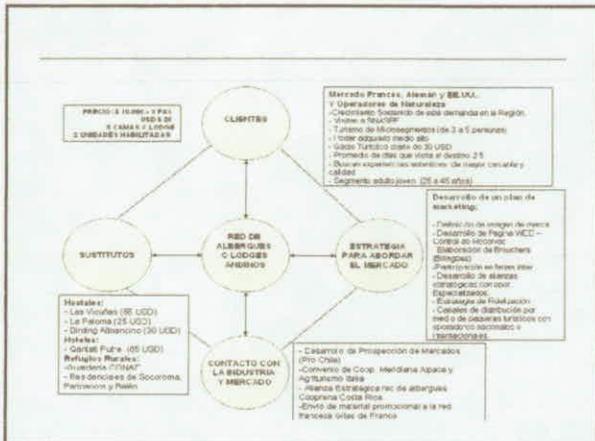
Características innovativas:

- La transformación de un recurso cultural (Caseríos) en un producto turístico.
- Creación de nuevos servicios y por ende un nuevo destino.
- Diversificación de la oferta turística.
- Expansión geográfica de la oferta (Alojamientos sobre los 4.000 metros de altura)
- La singularidad de un nuevo concepto de hospedaje en materia de un turismo más experiencial y auténtico.

- Uso de energías renovables
- Captación de un nuevo nicho de oportunidad y por ende el posicionamiento de una nueva marca en el mercado local e internacional
- Innovación en materia de asociatividad por medio del turismo rural comunitario.
- El objetivo de esta nueva oferta es:

Crear un nuevo **Producto** Sustener el **Destino**





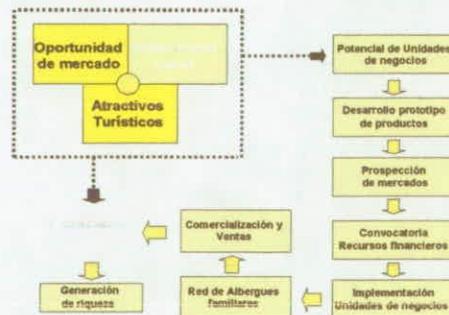
Análisis de la Demanda Turística

1.- Dimensión del mercado objetivo a que apunta el negocio

- A - Total de turistas extranjeros que visita arica y parinacota: 33.504 - Fuente INE-Sematur
 - B - Porcentaje de turistas europeos y norteamericanos: 41%
 - C - % Tamaño del grupo turístico entre 4 y 8 personas: 63% Fuente: Sematur-CONAF
 - D - % de turistas con una disposición a pagar: mayor a \$30 USD diario: 100%
 - E - Unidades de consumo anual: 2.5. Días
- 33.504 X 0.41% x 0.63% X 100% x 2.5 = Demanda anual de camas: 21.635 - (Ver anexo, Demanda Turística)

- El proyecto plantea el desarrollo de una red de albergues familiares bajo un modelo asociativo y demostrativo de turismo rural comunitario
- el cual tiene por objetivo establecer la asociatividad en función de una unidad de negocio que permita generar la unificación comercial y promocional para insertar los productos en el mercado nacional e internacional y consolidar los esfuerzos campesinos por medio de una organización formal
- capaz de incorporar en forma eficaz nuevas actividades económicas vinculadas a las riquezas culturales, naturales y fortalezas comerciales que posee el territorio.

Modelo de Gestión para la Competitividad Asociativa



FLUJO DE CAJA		MILES DE \$				
ITEM	AÑO 0	40%	50%	60%	70%	80%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ingresos	75.000	119.800	113.800	148.900	148.900	
Egresos						
Costos Fijos	17.846	17.846	17.846	17.846	17.846	
Costos Variables	12.790	12.790	12.790	14.039	14.039	
Depreciación Lineal	1.309	1.309	1.309	1.309	1.309	
Utilidad antes de imp.	39.145	67.945	61.945	115.710	115.710	
Impuesto IRU	7.248	13.970	13.370	21.399	21.999	
Utilidad Después de Imp.	30.897	53.975	48.575	94.311	93.711	
Depreciación Lineal	1.309	1.309	1.309	1.309	1.309	
Inversión Inicial						
Activo Fijo	24.430					
Activo Intangible	1.750					
Flujo de Efectivo	-26.180	56.284	60.884	73.010	72.010	
VAN	188.282					
TIR	179%					

Ing. Rodrigo Barra Novoa
 Jefe Técnico proyecto AFC Vicuña
 FIA – Surire

ANEXO VII

ARCHIVOS DIGITALES

- **Informe Técnico Final.**
- **Carpeta de Fotografías de las Actividades del Proyecto.**
- **Carpeta de informes y documentos de capacitación.**
- **Carpeta de noticias del proyecto.**
- **Carpeta de Registros Productivos.**
- **Carpeta Pasantía Turismo Rural Costa Rica.**
- **Carpeta Proyecto Turístico**

