



FIA-PI-T-2006-1-A-054

## REGLAMENTO DE REGIMEN INTERNO

# “PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS HORTIFRUTICOLAS ORGÁNICOS BAJO SUPERVISIÓN DE CERTIFICACIÓN ASOCIATIVA DE NUEVE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE LAS COMUNAS DE ANGOL Y RENAICO”

OFICINA DE PARTES 2 FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	11 AGO 2010
Hora	
Nº Ingreso	143 PB

**REGLAMENTO DE REGIMEN INTERNO**

**CAPITULO I. DE LA ASOCIACION EN GENERAL**

***Artículo 1.***

La Asociación ***Productores de Frutales y Hortalizas Orgánicas de Angol y Rco.*** constituida al amparo de la legislación vigente se regirá por los Estatutos de la asociación aprobados con fecha \_\_\_\_\_, por el presente Reglamento de Régimen Interno y por todas aquellas normas que establezca la reglamentación que le sea de aplicación según las leyes.

***Artículo 2.***

El presente Reglamento desarrolla los contenidos expresados en los Estatutos de la asociación y en ningún caso podrá ir contra la filosofía y articulado de los citados Estatutos.

***Artículo 3.***

El domicilio social se establece según se marque en los Estatutos de la asociación. La Junta Directiva, en su caso, podrá adoptar los cambios que estime oportunos en el cambio del domicilio de la asociación, dando la correspondiente notificación a las autoridades competentes y a los socios de la entidad.

***Artículo 4.***

Se establece como anagrama de la asociación y como logotipo de la misma "***Productores de Frutales y Hortalizas Orgánicas de Angol y Rco.***". Los socios podrán usar dichos distintivos en su indumentaria con el oportuno decoro.

**CAPITULO II. DEL INGRESO DE SOCIOS.**

***Artículo 5.***

Podrán ingresar en la asociación todas aquellas personas mayores de 15 años y menores de 40 que así lo soliciten expresamente y según lo que estipulen los estatutos y el presente Reglamento.

***Artículo 6.***

La solicitud de ingreso deberá ser tratada en reunión de la Junta Directiva que deberá verificar la solicitud dando necesariamente un informe positivo o negativo. En caso de dar un informe negativo deberá de especificar las causas y dar un plazo de diez días al solicitante para reparar las causas del rechazo de su ingreso.

***Artículo 7.***

Una vez admitido el nuevo socio, el Secretario procederá a darlo de alta en el libro de registro de socios de la asociación y a facilitar el carnet de afiliado al socio, en su caso.

***Artículo 8.***

La Junta Directiva presentará anualmente un informe a la Asamblea General sobre las altas y bajas de socios producidas en dicho periodo.

**CAPITULO III. DE LOS DERECHOS Y DEBERES DE LOS SOCIOS.**

***Artículo 9.***

Los socios tendrán los siguientes derechos en la asociación:

- Participar en las actividades y actos sociales de la asociación.
- Asistir con voz y voto a las Asambleas generales, pudiendo delegar su voto, conforme a las normas establecidas al efecto por la Junta Directiva.
- Elegir y ser elegido.
- Poseer un ejemplar de los estatutos y del presente reglamento desde su ingreso en la asociación.
- Tener el conocimiento oportuno de los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.
- Solicitar, mediante petición razonada, el acceso a la documentación interna de la asociación.

***Artículo 10.***

Los socios tendrán las siguientes obligaciones:

- Cumplir los preceptos que marcan los estatutos y el presente reglamento, así como los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.

- Abonar las cuotas que se determinen en tiempo y forma.
- Cooperar en el desarrollo del trabajo de la asociación y en la buena ejecución de las actividades que se determinen.
- Desempeñar las funciones que les sean encomendadas por la Junta Directiva para la buena marcha de la asociación.

#### **CAPITULO IV. DE LA PERDIDA DE LA CALIDAD DE SOCIO.**

##### ***Artículo 11.***

Los socios podrán solicitar en cualquier momento su baja voluntaria en la asociación. Esta petición deberá realizarse por escrito y deberá tratarse en reunión de la Junta Directiva que acordará la baja sin más trámites.

##### ***Artículo 12.***

Los socios podrán ser dados de baja en la asociación por alguna de las siguientes causas:

- Cuando exista incumplimiento grave de los estatutos y del presente reglamento, a criterio de la Junta Directiva.
- Cuando haga incumplimiento de la Norma de Producción Orgánica, en lo que se refiere la aplicación de productos prohibidos.
- Cuando el socio impida deliberadamente el cumplimiento de los fines de la asociación.
- Cuando su conducta vaya contra los principios sociales o dañen gravemente la imagen de la asociación.
- Cuando deje de asistir injustificadamente a más de 3 Asambleas Generales.

##### ***Artículo 13.***

En cualquier caso, los expedientes de expulsión deberán ser tratados por un Comité de Conflictos creado al efecto que estará compuesto por dos miembros de la Junta Directiva, el Presidente de la Asociación y dos socios elegidos por sorteo, actuando uno de ellos como instructor, y garantizando la audiencia al interesado.

La Asamblea General será la encargada de ratificar o denegar el informe realizado por la Comisión, siendo necesario en todo caso al apoyo de 2/3 de los socios presentes para que se apruebe la moción de expulsión.

El Comité de Conflictos se autodisolverá una vez emitido su informe.

## **CAPITULO V. DE LA JUNTA DIRECTIVA.**

### ***Artículo 14.***

La Junta Directiva se reunirá una vez al mes de forma ordinaria, excepción hecha del mes de agosto, y cuantas veces sea necesario de forma extraordinaria a petición del Presidente o de 1/3 de sus miembros.

### ***Artículo 15.***

La Junta Directiva podrá separar de sus funciones a uno de sus miembros si éste falta a 3 reuniones de la misma.

En todo caso será la Asamblea General quien decida la separación o no del miembro de la Junta y deberá cubrir esta vacante en el más breve espacio posible y a propuesta de la Junta Directiva.

### ***Artículo 16.***

Para que exista quórum en las reuniones de la Junta Directiva deberán asistir la mitad más uno de sus miembros. La Junta Directiva quedará válidamente constituida a la media hora de su convocatoria con la asistencia de 1/3 de sus miembros, siempre que entre ellos se encuentre el Presidente.

### ***Artículo 17.***

La Junta Directiva podrá incorporar, por las necesidades de la asociación, a nuevos vocales a las tareas de la misma, funcionando estos de forma interina hasta que no sean ratificados por la Asamblea General.

## **CAPITULO VI. DE LA ASAMBLEA GENERAL.**

### ***Artículo 18.***

La Asamblea General quedará válidamente constituida en primera convocatoria con la presencia de la mitad más uno de los socios y en segunda con la presencia de 1/3 de los mismos.

### ***Artículo 19.***

El derecho a voto en la Asamblea está condicionado a tener abonadas las cuotas correspondientes.

### ***Artículo 20.***

La Asamblea General elegirá entre sus miembros a un moderador que será el responsable del orden de la misma.

El moderador tendrá las siguientes funciones:

- Dar el cierre de palabras solicitadas sobre un tema.
- Someter a votación los puntos del orden del día.
- Posponer la reunión, dividirla en comisiones o dar recesos.
- Interpretar los estatutos y el presente reglamento y solventar todas aquellas dudas reglamentarias.

Si la discusión es sobre una decisión del moderador, la Asamblea General decidirá por mayoría simple la decisión final. Se podrá retirar la confianza al moderador por una cuestión de orden de uno de los socios que tendrá que ser secundada por alguien más necesariamente.

### ***Artículo 21.***

El orden del día es realizado por el Presidente, oída la Junta Directiva y las peticiones de los socios. El orden del día será enviado a todos los socios con una antelación mínima de 5 días a la celebración de la Asamblea.

En todo caso éste deberá ser ratificado por la Asamblea al comienzo de la misma.

### ***Artículo 22.***

Las resoluciones que se presenten a la Asamblea habrán de presentarse con una antelación de 5 días.

Las resoluciones deberán estar presentadas por un socio que actuará de proponente y deberán estar secundadas por alguien más. Las presentadas por la Junta Directiva no necesitarán este requisito.

### ***Artículo 23.***

Las enmiendas presentadas por parte de los socios a las resoluciones no deben suponer en ningún caso una negativa directa a la resolución presentada. La enmienda será incorporada al texto si el proponente la acepta.

### ***Artículo 24.***

Sólo el proponente de una resolución tiene derecho a réplica al final del debate.

***Artículo 25.***

El tiempo máximo de exposición durante la Asamblea será de cinco minutos, salvo la presentación de informes por parte de la Junta Directiva y aquellos temas de interés, a criterio del moderador.

***Artículo 26.***

El procedimiento de votación será el votar en primer lugar la enmienda más alejada a la resolución y en último lugar el texto completo.

***Artículo 27.***

Durante la celebración de la Asamblea podrá existir cuestiones de orden que podrán ser solicitados por aquellos asistentes con derechos a voto y que tendrá prioridad frente a lo que se esté tratando, excepto durante una votación, salvo que dicha cuestión de orden se refiera a la votación en curso.

Las cuestiones de orden se referirán a los siguientes temas:

- Al funcionamiento de la Asamblea o al debate y no al tema que se debate.
- Revisión de una decisión del moderador.
- Moción de censura contra el moderador, la cual ha de estar secundada.

***Artículo 28.***

Las cuestiones de información son aquellas que se utilizan para aclarar, solicitar información puntual o explicar un punto y se escucharán a criterio del moderador.

***Artículo 29.***

Todos los acuerdos de la Asamblea General se toman por mayoría absoluta en primera votación y simple en la segunda, salvo en los casos establecidos en los estatutos y en el presente reglamento. En caso de que exista empate tras la tercera votación permanecerá el status quo.

**CAPITULO VII. DEL PROCESO ELECTORAL.**

***Artículo 30.***

<b>PRODUCTORES DE FRUTALES Y HORTALIZAS ORGANICOS DE ANGOL Y RCO</b>	Valido desde:
	Version: 01
	Pag: 7 de 8

En caso de realizarse elecciones a cargos podrán concurrir a las mismas cualquier socio de la asociación con derecho a voto y que esté al corriente de las cuotas establecidas.

***Artículo 31.***

A tal fin se constituirá una Mesa Electoral formada por el socio de mayor edad y los dos de menor edad actuando uno de estos como secretario de la Mesa. En cualquier caso los miembros de la Mesa Electoral no podrán concurrir a cargo alguno. La Mesa Electoral realizará el recuento y levantará acta del proceso, incorporándose ésta al acta de la Asamblea.

***Artículo 31.***

Los candidatos a cargos podrán presentar programa electoral, garantizándose el tiempo suficiente de exposición de cada uno de los programas.

***Artículo 32.***

Las votaciones serán secretas y se realizarán en las papeletas que facilite la Mesa Electoral.

***Artículo 33.***

Las candidaturas serán abiertas en cada cargo, resultando elegidos aquellos que obtengan la mayoría absoluta de votos en primera votación y la mayoría simple en segunda. En caso de existir más de dos candidatos a un cargo y ninguno obtenga mayoría absoluta en primera votación, concurrirán a la segunda votación los dos candidatos al cargo más votados.

**CAPITULO VII. DE LA DISOLUCION.**

***Artículo 34.***

En caso de disolución de la entidad la Comisión Liquidadora estará compuesta por La Junta Directiva y tres socios elegidos en reunión de la Asamblea General.

***Artículo 35.***

El haber resultante, si lo hubiera, se destinará a una asociación de nuestro entorno con fines similares a la nuestra.

<b>PRODUCTORES DE FRUTALES Y HORTALIZAS ORGANICOS DE ANGOL Y RCO</b>	Valido desde:
	Version: 01
	Pag: 8 de 8

## **CAPITULO VIII. DE LA REFORMA DE LOS ESTATUTOS Y DEL REGLAMENTO DE REGIMEN INTERNO.**

### ***Artículo 36.***

La modificación de estatutos o del presente reglamento podrá realizarse a iniciativa de la Junta Directiva o de 1/3 de los socios.

### ***Artículo 37.***

En cualquier caso para que la modificación se lleve a efecto será necesario el voto favorable de 2/3 de los socios presentes en la Asamblea General Extraordinaria convocada al efecto.

### ***Artículo 38.***

La Junta Directiva procederá a establecer un periodo de enmiendas al texto, las cuales deberán ser enviadas a la Secretaría con una antelación de 5 días y difundidas a todos los socios.

### ***Artículo 39.***

En caso de reforma de estatutos, las modificaciones deberán ser enviadas de forma inmediata al Registro de Asociaciones para que se proceda al cambio oportuno.

### ***Artículo 40.***

Una vez reformados los estatutos o el presente reglamento, en su caso, la Junta Directiva deberá facilitar a los socios los textos reformados.



FIA-PI-T-2006-1-A-054

## **ESTRATEGIA COMERCIAL**

**“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
PRODUCTOS HORTIFRUTICOLAS ORGÁNICOS  
BAJO SUPERVISIÓN DE CERTIFICACIÓN  
ASOCIATIVA DE NUEVE PEQUEÑOS  
PRODUCTORES DE LAS COMUNAS DE ANGOL Y  
RENAICO”**

*ESTRATEGIA  
COMERCIALIZACION  
ASOCIATIVA*

## OBJETIVOS

Planificar el proceso comercial

VENTAJAS que se pueden obtener

Definir los objetivos y políticas, estar mejor preparados para reaccionar ante cambios bruscos del mercado o ante los competidores.

Ayuda a una mayor coordinación

En síntesis es un proceso que permite ser Proactivas en vez de Reactivas.

Objetivo:

Asegurar la gestión de los agricultores. Deben actuar como sujetos activos para la solución de sus problemas de comercialización, y contribuir realmente a la sustentabilidad del proyecto y de la organización.

## BREVE HISTORIA DEL PROYECTO

### 1. ¿Cómo se origino la idea?

Producto de las constantes noticias aparecidas en revistas, diarios y televisión del aumento de personas fallecidas por enfermedades cancerígenas, la irracionalidad de aplicaciones de productos químicos en vegetales que consumimos diariamente y el creciente problema de recursos naturales contaminados por prácticas agrícolas, hicieron que un grupo de profesionales y agricultores de las comunas de Angol y Renaico comenzaran a idear una estrategia para poder frenar

2. Tiempo transcurrido desde su origen y acciones que se han llevado a cabo.
3. ¿Cómo se han integrado los diferentes miembros del equipo?
4. Principales problemas planteados.
5. Contactos e investigaciones que se han realizado.

## EL PRODUCTO O SERVICIO

1. ¿Qué problema soluciona su producto o servicio?
2. ¿A qué necesidad del cliente responde?
3. ¿A qué tipo de producto o servicio responde?
4. ¿Qué se está ofreciendo exactamente?
5. ¿Qué es lo innovador del producto o servicio?
6. ¿Cuáles son sus características distintivas en relación a otros productos o servicios?
7. ¿Cómo protegeremos la exclusividad del producto o servicio?

## ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA Y DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO

1. ¿Qué tamaño tiene el mercado al que vamos a dirigir nuestro producto o servicio?
2. ¿Cuál es nuestro cliente potencial?
3. ¿Por qué los clientes potenciales necesitan nuestro producto?
4. ¿Cómo llegaremos a nuestros clientes potenciales?
5. ¿Qué competencia existe en la actualidad?
6. ¿Por qué nos diferenciamos de la competencia?
7. ¿Cómo lograr que las personas se den cuenta de que lo necesitan?

Nombre

Edad

Nivel educacional

Conoce los productos orgánicos

Compraría estos productos

Esta dispuesto a pagar un valor agregado

Qué porcentaje

Donde le gustaría obtenerlo

Que busca en un producto: calidad, precio,

# ESTRATEGIAS

## COMPETENCIA DIRECTA

### DIFERENCIACION

- Servicio de entrega
- Documentación técnica
- Servicio de post venta
- Calidad

### De precios

- En base a la demanda
- En base a los costos
- En base a los beneficios
- En base a la competencia

### Promoción y publicidad

- Publicidad a través de radio, televisión, revistas, publicaciones, etc.
- MKT directo corre, teléfono, internet
- Exposiciones y ferias
- Visitas personalizadas a clientes
- Punto de venta fijo

# Alianza estratégica:

## Estrategia local:

- **INSTALACIONES** : decidir tamaño, ubicación.
- **CAPACIDAD** : calcular capacidad de la empresa para enfrentar la demanda ( producción mensual)
- **EXTENSION DE LAS LINEAS DE PRODUCCION Y NUEVOS PRODUCTOS:** evaluar factibilidad de incrementar las líneas de producción
- **ORGANIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA DE GESTION:** planificación y control del proceso productivo en su totalidad (con el fin de evitar excesos de productos, como quiebres de stock)
- **RELACIONES CON PROVEEDORES:** se considera si los proveedores acudirán de manera particular a empresas a vender sus productos, existirán contratos con empresas, o serán parte de la empresa( en caso de instalación de punto de venta)

## SUGERENCIAS

1. Asociarse y vender en conjunto en mercados rurales o zonas determinadas, potenciando capacidades y conocimientos.
2. Aplicar normas y estándares de calidad.
3. Dependiendo del mercado objetivo, se deberán considerar con mayor o menor exigencia las normas de calidad de cada producto, considerando el posible precio de venta que el cliente está dispuesto a pagar.
4. Capacitar al personal para el negocio específico. Fomentar el fortalecimiento de las capacidades de las personas involucradas
5. Identificar competencia, observar tendencias y generación de nuevos productos, mercados, etc.



FIA-PI-T-2006-1-A-054

## **MANUAL DE CALIDAD**

**“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
PRODUCTOS HORTIFRUTICOLAS ORGÁNICOS  
BAJO SUPERVISIÓN DE CERTIFICACIÓN  
ASOCIATIVA DE NUEVE PEQUEÑOS  
PRODUCTORES DE LAS COMUNAS DE ANGOL Y  
RENAICO”**

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Reco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 1 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## INTRODUCCION

Los reglamentos internacionales han sido desarrollados para las condiciones, estructuras y cultivos propios a sus realidades (UE, EUA, Japón, etc.), es por ello que BCS con vista a la diversidad agroecológica y socioeconómica de otras regiones del mundo ha adaptado el contenido de los mismos garantizando no alterar el sentido del marco legal que los sustenta, hacia métodos apropiados que permitan el acceso de las empresas organizadas a una certificación colectiva. Mediante la implementación de un Sistema de Control Interno (SCI) administrado por el mismo grupo de productores, sistema que debe ser continuo, transparente y eficaz en la supervisión de todos los agricultores miembros de la agrupación. Miembros que se caracterizan por cultivar al menos un rubro eje común y habitar geográficamente cercanos entre ellos.

## ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO

El sistema control interno aceptado por BCS debe operar a través de 2 instancias; el comité de supervisión interna y los inspectores internos:

### ***Comité de supervisión interna***

Este comité es la autoridad interna competente y responsable frente a BCS, y siux funciones son:

- Mantener la documentación de cada productor (ejemplo: copia de registros productivos, documentación de las visitas, etc.).
- Archivar las indicaciones realizadas por BCS.
- Supervisar a los inspectores evaluando la calidad y consistencia del trabajo.
- Asegurar el acceso sin limites a los inspectores de BCS y a los inspectores internos.
- Sancionar los incumplimientos detectados por los inspectores internos.
- Aceptar y cumplir todo tipo de condiciones y sanciones de parte de la agencia y/o de las autoridades de control.

### ***Inspectores internos***

Los inspectores tienen que ser capacitados por la agencia certificadora y estan a cargo de visitar el 100 % de los productores por lo menos una vez al año, chequeando el cumplimiento del productor con los requisitos de la producción organica. Las visitas tienen que quedar documentadas en una ficha de control, utilizando el formato desarrollado por BCS, el cual debe llenarse para cada productor y ser firmado por el productor y el inspector.

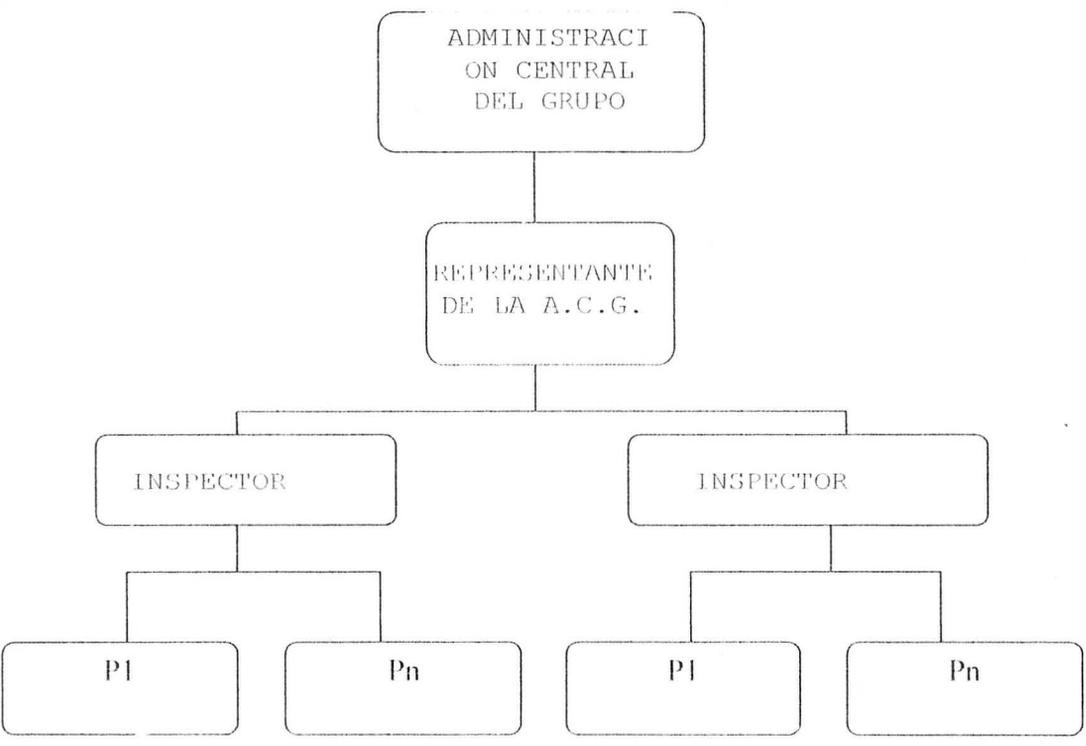
A estos productores, se les hace una inspección que consta de 2 etapas:

- Auditoria de documentos que confirman cumplimiento de la norma y que deben ser entregados antes de la inspección.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 2 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

- Control en terreno; de conocimientos, de la unidad de producción, registros, unidades subcontratadas (ej: centro de acopio), infraestructura y maquinaria relacionada al proyecto organico.

Todas las actividades relacionadas al proyecto deben ser demostrables mediante documentos, estos tienen carácter de obligatorios para poder aprobar una inspeccion y una certificación.



Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 3 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

BCS Chile debe verificar en terreno el funcionamiento de la nueva estructura que conlleva a una inspección, cuyo fin es constatar la conformidad que tiene el Operador con el Reglamento / Norma correspondiente, para ello se debe entregar al comité de certificación la mayor cantidad de elementos que le permitan tomar resolución acertada de la operación que se está auditando, en este sentido, las inspecciones se resuelven en tres etapas consecutivas, después de haber capacitado las estructuras y personas responsables del proyecto, y que son:

- Auditar la labor de los inspectores internos para confirmar que las inspecciones se realizan de forma equivalente al sistema de control individual.
- Auditar el funcionamiento del comité de supervisión interna.
- Inspeccionar el primer año al 100 % de los miembros de la organización y en años posteriores a un porcentaje representativo de los productores asociados.

## PROCEDIMIENTOS

el proceso de certificación de una organización sigue el procedimiento y tarifas señalados en una certificación para CEE 2092/91 y USDA / NOP, no obstante, el primer año la organización debe costear un taller sobre SCI que es impartido por BCS Chile y a partir del segundo año el control no se realiza a la totalidad de los miembros de la organización sino que solo a un porcentaje de ellos y al SCI compuesto por el comité de supervisión Interna y los Inspectores Internos.

Una vez activada la Certificación, es decir, recibido el comprobante de pago del anticipo (procedimiento), a objeto de facilitar la recolección de los documentos, Ud recibirá una "valija" tipo acordeón y, en cada separata de este maletín debe ingresar la documentación siguiendo las instrucciones que hay en ella.

## CATALOGO DE SANCIONES

La administración central del grupo debe establecer a las infracciones cometidas por los productores, el cual debe estar basado en las sanciones detalladas en el catalogo de sanciones de BCS. En el cuadro siguiente se presenta la calificación de infracciones y las sanciones para cada tipo, así como, ejemplos para guiarse en la decisión.

INFRACCION	SANCION	EJEMPLOS
Infracciones insignificantes	Anotación escrita en el informe de inspección. Mayor obligación de	Presentación atrasada del plan anual de rotación de cosechas.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 4 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

	registros e informes	Falta o negligencia de las medidas adoptadas. Repetidas infracciones insignificantes. Presentación atrasada de los diagramas de circulación de mercancía o del informe de la situación general, que dificulte la inspección. Presentación atrasada de los resultados de la inspección y de las etiquetas /embalajes. Repetidas infracciones insignificantes. Presentación atrasada de los documentos.
Infracciones de segundo grado	Anotación escrita en el informe de inspección Mayor obligación de registro e informes. Otra inspección. Disuasión.	Registros incompletos que dificultan la inspección. Caracterización incompleta de la separación en los diferentes departamentos de la empresa. Separación incompleta en el proceso de almacenamiento y transporte. Presentación atrasada de certificados o resultados de análisis.
Infracciones de primer grado	Anotación escrita en el informe de inspección. Mayor obligación de registros e informes. Otra inspección. Disuasión. Suspensión para el uso de indicaciones de agricultura ecológica y/o de la indicación de inspección en etiquetas. Se excluye a la empresa de la comercialización (eventual). Se reserva de otras	Utilización de materias auxiliares ilícitas. Re uso de los registros prescritos. Incumplimiento de los plazos para el procesamiento y/o declaración falsa de la mercancía de procesamiento. Re uso de acceso, re uso de documentos, re uso de la toma de pruebas. Modificaciones premeditadas de la caracterización de la mercancía de procesamiento y/o infracciones de

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 5 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

	consecuencias legales.	<p>negligencia grave contra la preparación de recetas.</p> <p>Utilización y caracterización de materias primas que no provienen de una producción ecológica.</p> <p>Repetidas irregularidades.</p> <p>Falta del permiso de importación.</p> <p>Falta de la denominación de las mercancías.</p> <p>Falta de los documentos de la certificación ecológica.</p> <p>Falta de colaboración en la inspección indirecta.</p> <p>Utilización de medios preventivos de almacen ilícitos.</p> <p>Persistente falta de transparencia o considerables o repetidas discrepancias en la circulación de cantidades de mercancía.</p>
Infracciones agudas de primer grado	<p>Suspensión para el uso de indicaciones de agricultura ecológica y/o de la indicación de inspección en etiquetas.</p> <p>Se excluye a la empresa de la comercialización.</p>	<p>Comercialización fraudulenta.</p> <p>Infracciones premeditadas o de negligencia grave contra la obligación de cuidado en la separación entre producto orgánico y convencional, especialmente en el proceso de procesamiento, o negligencia grave de contaminación.</p> <p>Infracciones graves con efecto prolongado.</p>

La administración central del grupo debe comunicar las sanciones inmediatamente a BCS Chile Ltda. Detallando:

- El número de inscripción y la especie, variedad, categoría y cantidad del productor sancionado.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 6 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

- La especie, variedad, categoría y cantidad en caso que el productor haya sido elaborado en un sitio de manipulación bajo administración de la organización.

## MANUAL DE CALIDAD

### INDICE

Sistema de control interno	
Responsabilidad de la administración central de grupo	
Personal	
capacitacion	
Regimen de control	
Registros	
Norma interna	
Capacitacion del personal	
Inspeccion producción primaria	
Inspeccion procesadora	
El trato de reclamos	
Relacion con las autoridades	
ANEXOS	
Caracterizacion de miembros de grupo de productores organicos de Angol y Rco.	
Informe de inspeccion SCI	

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 7 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## **SISTEMA DE CONTROL INTERNO**

### **OBJETIVO**

Los reglamentos internacionales han sido desarrollados para las condiciones, estructuras y cultivos propios a sus realidades (UE, EUA, Japón, etc.), es por ello que BCS con vista a la diversidad agroecológica y socioeconómica de otras regiones del mundo ha adaptado el contenido de los mismos, garantizando no alterar el sentido del marco legal que los sustenta, desarrollando métodos que permitan el acceso de las empresas organizadas.

El acceso de la empresa agrícola a una certificación colectiva ocurre al participar en una organización que disponga de un sistema de control interno implementado por el mismo grupo de productores, sistema que debe ser continuo, transparente y eficaz en la supervisión de todos los productores miembros de la organización, miembros que se caracterizan por cultivar al menos un rubro eje común y habitar geográficamente cercanos entre ellos.

### **RESPONSABILIDADES**

Un inspector externo a la agrupación queda responsable de la ejecución del procedimiento de control y es supervisado por el SC. Mas responsabilidades se regulan en los reglamentos de agricultura organiza, sus modificaciones y suplementos.

### **AMBITO DE APLICACIÓN**

El contenido del presente capitulo se refiere a las empresas que son sujetos del reglamento de agricultura orgánica.

### **APLICACION**

#### ***Admisión de la agrupación como organismo con SCI***

La agrupación de productores orgánicos de Angol y Rco. Tiene como meta la admisión y el mantenimiento como organismo con sistema de control interno según las exigencias de BCS.

#### ***Registro de empresas/socios e inicio de procedimiento de control interno***

Los socios de la agrupación de productores orgánicos de Angol y Rco. Que producen o manipulan productos de la agricultura ecológica son sujetas al procedimiento de control según las indicaciones que emanen de BCS. Toda

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 8 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

empresa que concluye con BCS un contrato de control tiene la obligación de comunicar su actividad a BCS y también a las autoridades competentes.

### ***Ejecución de las medidas de control***

Los reglamentos sobre la agricultura ecológica son la base para la ejecución de las medidas de control. Dentro del marco de estas medidas de control se toma precauciones esenciales para el cumplimiento de las normativas.

Las áreas que son sujetas al procedimiento de control son:

- Vegetales y productos vegetales que se producen en la empresa agrícola o que se colectan en forma silvestre.
- Unidades de la elaboración y del envasado de productos vegetales y víveres que consisten en su mayoría de productos vegetales.

Para cada una de estas áreas la agrupación de productores orgánicos de Angol y Rco. Dispone de programas de control estándares fijados por BCS.

Los programas de control estándares son en particular:

- Programa de control estándar A I: inspección de empresas agrícolas
- Programa de control estándar A II: inspección de la colección de plantas silvestres comestibles.
- Programa de control estándar B: inspección y certificación de empresas de elaboración y del envaso.
- Programa de control estándar C: control de empresas importadoras para que cumplan con el decreto (CEE) 2092/91 y las disposiciones complementarias.

El procedimiento de control abarca principalmente las siguientes áreas:

- Inicio del control
- Inspecciones sucesivas
- Inspecciones inadvertidas
- Inspecciones de sospecha

Como organismos de control privado la BCS queda abierta para toda empresa que produce, trata o que importa de países terceros, productos en el sentido del párrafo 1 del decreto (CEE) 2092/91. Las empresas interesadas serán ampliamente informadas sobre el procedimiento de control.

### ***Publicaciones***

Las autoridades competentes reciben, dentro del marco de la obligación de rendir informe, informaciones sobre el trabajo de BCS y sobre las empresas controladas. Más detalles se regulan en una instrucción de procedimientos.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 9 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

### ***Supervisión de BCS como organismo de control privado***

El trabajo de BCS como organismo de control privado, es sujeto a la supervisión de las autoridades competentes de los países.

BCS concede a las autoridades competentes acceso a sus oficinas e instalaciones con el fin de la inspección. BCS informa y apoya dentro del marco del sistema de control conforme al decreto (CEE) 2092/91.

#### ***Documentos validos adicionales***

- Lista de instrucciones de procedimientos adicionalmente validos (en el anexo)
- Programa de control estándar A I
- Programa de control estándar A II
- Programa de control estándar B
- Programa de control estándar C
- Catalogo de sanciones

## **RESPONSABILIDAD DE LA ADMINISTRACION CENTRAL DEL GRUPO**

### **OBJETIVO**

En este documento se denominan quienes son responsables de la dirección que garantiza se implemente, ejecute y lleve a cabo el sistema de control interno.

### **DEFINICIONES**

#### *Administración central del grupo*

Es la base sobre la cual los productores van a agruparse y organizarse jurídicamente y/o lógicamente para funcionar.

#### *Responsable de la administración central del grupo*

Es la persona a cargo de la administración central del grupo que esta en contacto con BCS para todo lo relacionado a la certificación y es responsable del funcionamiento del sistema de control interno.

### **RESPONSABILIDADES**

Tener responsables de la administración central del grupo.

Establecer e implementar el sistema de control interno

Elaborar y presentar a BCS un plan anual de actividades.

Evaluar los casos de nuevas incorporaciones al grupo (llevar registro)

Registrar adecuadamente las expulsiones, incluyendo las causas de las mismas.

Dar seguimientos a observaciones y no conformidades.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 10 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

Resolver respecto a las indicaciones entregadas por el inspector interno.  
 Resolver respecto a las indicaciones entregadas por BCS.

### **AMBITO DE APLICACIÓN**

Este capitulo es vigente para todo el personal y miembros que deben trabajar dentro del SCI.

### **APLICACIÓN**

#### *Administración central del grupo*

Los integrantes de la administración central del grupo son personas que conocen la realidad social y económica del grupo de productores así como tienen conocimientos de la producción local.

#### *Responsable de la administración central del grupo*

El representante de la administración central de grupo tiene conocimiento sobre administración y es apto para hacer análisis técnico de los cultivos.

## **PERSONAL**

### **OBJETIVO**

El empleo de personal calificado es una condición preliminar. En este documento se reglamenta quien es el responsable para la selección de los inspectores y el personal para la certificación y cuales son los requisitos de estas personas.

### **RESPONSABILIDADES**

La selección de los inspectores esta a cargo del representante de la administración central del grupo y el personal para la certificación interna (representante de la ACG e integrantes de la ACG), esta a cargo del grupo de productores.

### **AMBITO DE APLICACIÓN**

Este capitulo es vigente para todo el personal de inspección y certificación que debe trabajar dentro del SCI.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 11 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## **APLICACIÓN**

### *Consideraciones generales*

A través de procedimientos aptos para la selección de personal se garantiza que el servicio de inspección puede estar realizado a tiempo y de manera profesional. Están tomados en cuenta aspectos estacionales (por ejem. Agricultura y recolección de productos silvestres), número de empresas bajo contrato, posible pérdida de personal, etc.

El personal debe ser calificado y competente para realizar sus tareas.

### *Selección y empleo de inspectores y personal para la certificación*

El GP debe garantizar que el personal seleccionado está calificado y competente. Para este fin las respectivas personas presentan antecedentes necesarios sobre su calificación formal y experiencia profesional. Personas que están vinculadas con la ejecución de los reglamentos deben cumplir requisitos de objetividad, neutralidad e imparcialidad.

Al contratar una persona, esta será obligada a firmar el código de ética profesional los inspectores internos pasaran por un programa predeterminado de capacitación interna a cargo de BCS que consistirá en acompañar al menos 2 inspecciones para el sector agrícola y uno para procesamiento.

### *Mantenimiento de la calificación*

El personal encargado de inspección y certificación estará continuamente informado sobre modificaciones e interpretaciones actuales y cambios de procedimientos. Esa actualización se realiza por escrito, vía digital y a través de capacitaciones continuas.

Se lleva registros actualizados sobre la calificación y la experiencia del personal

## **CAPACITACION**

### **OBJETIVOS**

Las capacitaciones tienen como objetivo asegurar a largo plazo una calificación suficiente del personal y del GP respecto al sistema de control de interno y la aplicación de normativas reglamentarias.

### **RESPONSABILIDADES**

La ACG es responsable de la planificación de las capacitaciones y el RACG es responsable de la ejecución de las capacitaciones.

### **AMBITO DE APLICACIÓN**

Capacitaciones deben realizarse al GP.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 12 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## APLICACIÓN

### *Averiguación de la demanda de capacitación*

La demanda de capacitación se averigua regularmente.

### *Ejecución de capacitaciones*

En especial se capacita a colaboradores que están encargados de actividades con relevancia para la calidad y colaboradores que trabajan con responsabilidades en el área de certificación y control.

### *Documentación*

Los hechos descritos en este capítulo se documentan.

## REGIMEN DE CONTROL

### OBJETIVO

Este capítulo contempla definiciones y disposiciones referidas a la realización del régimen de control según BCS y que son necesarias para cumplir con el reglamento.

### DEFINICIONES

*Inspección:* La inspección corresponde al control de las unidades de producción y/o manipulación. El resultado de la inspección es el informe de inspección.

*Revisión:* En casos excepcionales se pueden tomar muestras. Esas muestras pueden ser sometidas a análisis químicas respecto a residuos de sustancias no permitidas.

*Certificación interna:* La certificación es un proceso independiente de la inspección.

La ACG revisa y evalúa los resultados de la inspección. Al final de este procedimiento generalmente se emite una resolución.

### RESPONSABILIDADES

Inspectores: Ejecución de la inspección

Representante Administración Central del Grupo: Administración de documentación informes y registros.

Administración General del Grupo: certificación interna.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 13 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## **AMBITO DE APLICACIÓN**

Este capítulo es vigente para todas las empresas que se someten al régimen de control según el reglamento.

## **APLICACIÓN**

### *Inspección*

Las inspecciones se realizan de acuerdo a las exigencias mínimas definidas en el Reglamento.

Las inspecciones son realizadas por inspectores autorizados y calificados.

El objeto de la inspección es determinar el cumplimiento de las normas revelantes. Los resultados de la inspección, es decir el cumplimiento o incumplimiento de las normas, se anotan en los formularios vigentes, utilizando anexos y otros documentos, si corresponde el caso.

En caso de encontrar irregularidades, el inspector puede recomendar soluciones para su corrección.

Inspecciones avisadas se realizan, como mínimo, una vez por año, después de haberse iniciado el proceso de control.

Inspecciones sin aviso previo se pueden realizar en caso de existir sospechas concretas o de incumplimiento evidente de obligaciones impuestas.

### *Certificación interna*

La certificación interna es un proceso de la inspección, tanto en lo que se refiere al personal como a los métodos utilizados. La certificación interna incluye la revisión, evaluación y calificación de la documentación sobre la inspección (etapa I), y el otorgamiento, la limitación o la negación de certificados como la decisión sobre medidas correctivas y sanciones (etapa II). Si el productor solicitante cumple con las obligaciones y si existe la suficiente confianza que la producción y el etiquetado del producto corresponde al reglamento, el productor recibe un certificado. Este certificado siempre vale para el periodo de un año. La certificación siempre debe ser realizada por una persona diferente que la persona encargada de la inspección.

### *Registros/Documentación*

Al realizar una inspección, los inspectores toman notas y llevan registros. Los registros incluyen la descripción de la empresa y el informe de inspección.

Las notas adicionales que fueron tomadas durante la inspección, se archivarán por 5 años en la oficina del Grupo de Productores.

### *Reclamos*

La administración central del grupo debe registrar todos los reclamos de los productos sometidos al régimen de control según reglamento y anotar las acciones correctivas que se hayan tomado.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 14 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

#### *Información de las autoridades competentes*

Anualmente la administración Central del Grupo notifica a BCS y las autoridades estatales competentes los nombres de las empresas sometidas al programa de control.

#### *Sanciones y medidas*

El grupo de productores utilizara el catalogo de sanciones de BCS para imponer sanciones a la empresa certificada. Una de las sanciones es el retiro o la anulación de certificados.

#### *Confidencialidad*

En caso que en el marco del control se levanten datos para otras finalidades (por ejem. Controles para asociaciones de agricultura ecológica), se debe informar al productor sobre el particular y debe declarar su acuerdo por escrito.

## REGISTROS

### OBJETIVO

Dentro del marco de la certificación y del control, son la documentación fundamental de la actividad del sistema de control Interno. El sistema de apuntes tiene que cumplir con los criterios mínimos que se hacen constar en los reglamentos.

### DEFINICIONES

#### Apunte

Como apunte se considera todo lo que documenta el cumplimiento con una exigencia de calidad. Son los apuntes del control y de la certificación, la correspondencia con las empresas controladas, las observaciones de pruebas, los informes de auditoria, pero también los apuntes que hacen transparentes los procesos internos de la ACG.

### RESPONSABILIDADES

La ACG define el sistema de apuntes  
El RACG es responsable de administrar los apuntes.

### AMBITO DE APLICACIÓN

El presente capitulo es valido para las áreas que son sujetas al sistema de control interno.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 15 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## APLICACIÓN

### *En General*

Los apuntes son datos y por ende son sujetos a la legislación referente a la protección de datos. En particular, los apuntes se deben hacer de acuerdo con su tipo y su finalidad, se deben elaborar transmitir y archivar. En especial, se debe tener precaución que solamente los datos correspondientes al respectivo procedimiento sean transmitidos al destinatario de la información.

Para el propósito, se toman las medidas administrativas necesarias.

### *Apuntes del procedimiento del sistema de control interno*

Entre los apuntes se pueden mencionar básicamente las descripciones de las empresas los informes de inspección, observaciones de pruebas y la correspondencia con las empresas controladas.

Los apuntes se registran y archivan observando las disposiciones y los plazos legales.

### *Apuntes que tienen destino diferente al sistema de control interno*

En caso de hacerse apuntes para intereses distintos al sistema de control interno, la persona/ empresa afectada debe ser avisada y dar su debido permiso.

Los apuntes correspondientes se recogen regularmente por separado, se elaboran, se registran y se transmiten.

En particular al transmitirlos hay que tener la precaución de que no lleguen a las manos de terceros no autorizados.

### *Apuntes en el sistema de control de calidad*

Dentro del marco del sistema de control de calidad, se toman apuntes, por ejemplo, de auditorías internas, capacitaciones, etc. Más detalles se regulan en una instrucción de procedimientos.

## NORMA INTERNA (Producción orgánica)

### OBJETIVO

Las condiciones específicas en el área de la producción agrícola y recolección de plantas silvestres están documentadas en la presente instrucción de procedimientos.

### RESPONSABILIDADES

El personal de inspección y el representante de la administración central del grupo.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 16 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## AMBITO DE APLICACIÓN

Producción agrícola y recolección de plantas silvestres según reglamentos

## APLICACION

### *Planificación de cultivos*

Anualmente antes del ciclo vegetativo, el operador presenta un plan de cultivos detallándolo por potreros.

### *Tiempo de conversión*

Los tiempos de conversión corresponden a las disposiciones de los reglamentos.

Se puede reducir el tiempo de conversión.

Se puede ampliar el tiempo de conversión.

La decisión depende del visto bueno de BCS.

### *Rotación de cultivos*

La rotación de cultivos esta evaluada según los siguientes criterios:

- Por lo menos una leguminosa (que termine su ciclo), en la rotación.
- Rotaciones con por lo menos 3 diferentes cultivos.
- El mismo cultivo principal no debe estar cultivado dos años seguidos.
- Diversidad en el uso de abonos verdes.

### *Uso de abonos*

Los abonos orgánicos o minerales que utilizados como suplementos deben ser autorizadas por BCS y se emite con base a los resultados de un análisis de suelo que tienen que estar realizados durante los últimos tres meses. En caso de carencias siempre se autoriza los respectivos abonos. En caso de cultivos asociados se toma en consideración el cultivo principal.

### *Uso de pesticidas*

El control de parásitos, enfermedades y malas hierbas deberá realizarse mediante el empleo de las siguientes medidas:

- Selección de variedades y especies adaptadas a las condiciones del ambiente.
- Rotación de cultivos adecuado.
- Preparación mecánica del suelo
- protección de los enemigos naturales mediante que los favorezcan (por ejem. Setos, nidos,diseminación de predadores)
- Quema de malas hierbas
- Etc.

Los pesticidas listados en los anexos de los reglamentos se utilizan según los siguientes criterios:

- Existe un peligro inmediato para el cultivo

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 17 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

- Con autorización de BCS
- Hay que respetar eventuales reglamentos específicos nacionales.

#### *Producción paralela*

Debe tomarse en cuenta las diferencias reglamentarias según mercado destino.

#### *Inspecciones*

Al realizar la visita de inspección hay que utilizar el respectivo formulario para la inspección de la producción agrícola

## **CAPACITACIONES DE PERSONAL NUEVO**

### **OBJETIVO**

Dentro del marco de la presente instrucción de procedimientos, se determinan disposiciones más detalladas para la introducción de personal nuevo así como para la capacitación del personal y el GP.

### **RESPONSABILIDADES**

El RACG es responsable de la introducción y de la capacitación del personal y del GP.

### **AMBITO DE APLICACIÓN**

La presente instrucción de procedimientos es valida para el personal empleado en el procedimiento de control y certificación según el reglamento, así como a nuevos productores que se incorporan bajo certificación.

### **APLICACIÓN**

*Introducción de personal de administración/manejo contable/asistente de equipo*

El asistente de las áreas administración / manejo contable / asistente de equipo se inicia en sus tareas en el puesto de trabajo.

*Introducción del personal de inspección / certificación*

Personal con experiencia introducirá en sus tareas al personal nuevo de las áreas de inspección y certificación. Eso se puede llevar a cabo dentro del marco de un seminario de introducción o de una capacitación.

En sus visitas de inspección, el personal nuevo de inspección /certificación será acompañado por inspectores con experiencia quienes lo inician en el trabajo practico.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 18 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

En el área de la agricultura los colaboradores nuevos se inician normalmente en su actividad pasando por cinco a seis empresas.

Después del periodo de introducción, se tiene que tener bastante seguridad de que dicha actividad se lleva a cabo con la pericia y el conocimiento técnico suficiente. Se le documenta mediante un apunte correspondiente del iniciador (comentario sobre la introducción de colaboradores nuevos).

#### **DOCUMENTOS VALIDOS ADICIONALES**

Formulario: introducción de personal nuevo.

## **INSPECCION – PRODUCCION PRIMARIA**

### **OBJETIVO**

La tarea principal del SCi es la aplicación del régimen de control según reglamentos, tarea que se realiza mediante una inspección que permite tomar los datos relevantes para el control. Por ello se tiene que asegurar que el transcurso de la inspección este organizado profesionalmente a fin que se realice sin mayores obstáculos.

### **DEFINICIONES**

Los términos Inspecciones y Control son utilizados como sinónimos

### **RESPONSABILIDADES**

La organización, supervisión y realización del control esta a cargo de la administracion central del grupo, el RACG y los Inspectores, respectivamente.

### **AMBITO DE APLICACIÓN**

Esa instrucción de procedimientos tiene vigencia para la realización de inspecciones según reglamentos agroambientales.

### **APLICACIÓN**

#### *Planificación de la fecha de inspección de las giras de inspección*

La planificación de las giras de inspección se realiza considerando los siguientes aspectos:

- Se da preferencia a los operadores que recibieron la última visita de inspección aproximadamente 12 meses atrás.
- Operadores nuevos que recién quieren someterse al régimen de control están tomados en cuenta lo más pronto posible. (dentro de un plazo de 4 semanas).
- Minimizar los costos de operación (transporte, tiempo).

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 19 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

- Hay que estimar y tomar en cuenta el tiempo requerido para cada inspección.

Los siguientes criterios deben ser considerados con especial atención:

- Aptitud del inspector para el área de control (producción primaria o procesamiento)
- Condiciones que hacen necesario la exclusión de un inspector (por ejemplo por conflictos de interés)
- Inspecciones sin aviso previo e inspecciones realizadas por causa de sospechas deben ser tomadas en cuenta al planificar la gira de inspección.
- Avisar a los productores con anticipación sobre la fecha de inspección, por lo menos con 2 semanas, indicando fecha, hora y el nombre del inspector.

#### *Preparación de la inspección por parte del RACG*

Con anticipación los inspectores reciben los siguientes documentos de inspección:

- Ultimo informe de inspección
- Ultimo certificado master
- Ultima carta de medidas correctivas
- Correspondencia con la empresa (en caso que fuera necesario)
- Formulario de inspección

#### *Preparación por parte del inspector*

El inspector verifica si los documentos están completos.

Los documentos son revisados para colocar atención especial los puntos críticos de la inspección anterior.

#### *Inspección anual rutinaria*

Por lo menos una vez por año se realiza una inspección completa al 100% de las empresas que firmaron un contrato de control con BCS.

Se debe utilizar el formulario específico para SCI.

En caso que surgan sospechas durante la inspección anual rutinaria que no se esta cumpliendo con el reglamento se procede como esta descrito bajo "inspecciones sin aviso previo".

#### *Primera inspección*

- Durante la primera inspección el productor y el inspector tienen que reunir la siguiente información y los siguientes documentos:
- Descripción completa de la unidad de producción /empresa
- Determinación de todas las medidas necesarias para poder cumplir con el reglamento.
- Disposiciones adicionales y garantías (especificas para cada área de control)

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 20 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

Si los documentos están a disposición se los verifica durante la visita de inspección en caso contrario el productor tiene que entregarlos dentro de un plazo definido por ACG.

Los resultados de la inspección tienen que ser firmados por el inspector y el productor.

#### *Inspecciones sin aviso previo*

Las inspecciones sin aviso previo tienen por objeto preguntas específicas como también indagaciones más profundas, por esto que deben realizarse justo para las fechas cuando el riesgo de irregularidades e infracciones es más grande (uso de pesticidas en tiempos específicos).

Se utiliza el formato estandarizado para elaborar informes de inspección y, otras informaciones sobre asuntos específicos tienen que estar anotados a parte.

Los resultados de la inspección tienen que estar afirmadas por el inspector y el productor (o su encargado).

#### *Inspecciones por causa de sospechas concretas*

Si se mantienen sospechas concretas se puede realizar una visita de inspección sin aviso previo.

Se utiliza el formato estandarizado para elaborar informes de inspección y otras informaciones sobre asuntos específicos tienen que estar anotados a parte.

Al respecto de la documentación de la visita se produce de acuerdo a las disposiciones de las inspecciones sin aviso previo.

#### *Toma de muestras*

La toma de muestra (por ejemplo: suelo, plantas y sus partes, estiércol, insumos, materias primas, productos semiprocesados, productos finales), esta indicada especialmente en caso que existan sospechas de infracciones en contra del reglamento.

- Procedimiento para la toma de muestras

Al tomar la muestra diferentes procedimientos pueden ser indicados. Es la decisión del inspector de escoger el procedimiento más adecuado. En el acta de la toma de muestras se debe exponer las respectivas razones.

- Acta de la toma de muestra

Hay que hacer un acta de la toma de muestras. En este se tiene que especificar el material, el total, cantidad de muestras, y los datos técnicos de la toma de muestra. Para esto se puede tomar como referencia la lista de chequeo.

Adicionalmente hay que alistar:

- Cantidad del material (muestra)
- Nombre de la persona que toma la prueba
- Lugar y fecha de la toma de muestra

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 21 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

- Firma de la persona que tomo la muestra y de la persona encargada del producto

#### *Descripción de la empresa*

Durante la primera inspección se elabora o se verifica la descripción de la empresa.

La descripción esta revisada (y actualizada en caso que fuera necesario) durante todas las inspecciones anuales rutinarias.

#### *Irregularidades / Infracciones*

Todas las irregularidades deben estar notificadas en el informe de inspección. Dado el caso se debe sugerir y recomendar medidas para remediar la irregularidad.

Infracciones manifiestas en contra del reglamento también tienen que estar notificadas en el informe de inspección, las cuales deben ser informadas inmediatamente a BCS.

#### *Entrega de los documentos de inspección*

El inspector tiene que entregar los documentos de inspección al representante de la ACGF inmediatamente después de haber dado el seguimiento apropiado, quien los organiza para ser presentado a deliberación por la ACG.

## **INSPECCION PROCESADORAS**

### **OBJETIVO**

Las condiciones específicas en el área reprocesamiento están documentadas en la presente instrucción de procedimientos.

### **DEFINICIONES**

Por procesamientos se entiende acopio, ampackado, etiquetado o elaboración.

### **RESPONSABILIDADES**

El personal de inspección y el representante de la administración central del grupo.

### **AMBITO DE APLICACIÓN**

Elaboración y procesamiento según reglamentos.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 22 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## APLICACIÓN

### *Inspecciones*

Al realizar inspecciones en empresas procesadoras hay que utilizar el formato específico para realizar el informe.

## DOCUMENTOS ADICIONALES

- Formato para elaborar informe de procesamiento SCI.

## EL TRATO DE RECLAMOS

### OBJETIVO

El reclamo de clientes puede ser un indicio de puntos débiles en el control de calidad. Por eso, se examina y decide si los reclamos son justificados o injustificados.

### RESPONSABILIDADES

El RACG tiene la responsabilidad de recibir los reclamos de clientes. La ACG es responsable de la tramitación y la subsiguiente resolución.

### AMBITO DE APLICACIÓN

Esta instrucción de procedimientos se aplica a todos los socios del grupo de productores orgánicos de Angol y Rco.

### APLICACIÓN

#### *Reclamos contra las resoluciones de BCS*

Reclamos contra las resoluciones de BCS por principio se deben entregar por escrito y fundamentadas.

#### *El trato de reclamos de clientes*

Los reclamos serán examinados por la ACG. De ser necesario, se consultará a más participantes del régimen de control/ certificación, como el personal de la inspección / certificación para aclarar los hechos.

Si el reclamo resulta ser justificado, se puede conceder los cambios correspondientes.

Si la reclamación resulta ser injustificada o no fundamentada, será siempre respondida.

En todo caso se debe documentar el proceso de reclamación por escrito.

#### *Información a BCS*

El reclamo debe ser informado inmediatamente a BCS

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 23 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

*Registro y archivo de reclamos*

Los reclamos y el procedimiento relacionado se archivan en el expediente de cliente.

Además se registran especialmente para dar acceso a una evaluación.

*Evaluación de reclamos*

Los reclamos registrados se evalúan en forma periódica.

## RELACION CON LAS AUTORIDADES

### OBJETIVO

La presente instrucción de procedimientos regula la relación entre el GP y BCS. En particular se describen aquí las comunicaciones a autoridades.

### RESPONSABILIDADES

El RACG es responsable de las comunicaciones con BCS.

### APLICACIÓN

*Admisión*

El GP solicita a BCS la admisión como organismo de control del SCI para reglamentos agroambientales

*Programa de control estándar*

El GP ofrece sus servicios con base un programa de control estándar que entrega BCS.

*Catalogo de sanciones*

Conforme a los reglamentos el GP dispone de un catalogo de sanciones graduadas entregado por BCS

Las sanciones impuestas por el GP se orientan en el caso particular considerando la gravedad de la irregularidad/infracción.

*Notificación de irregularidades / infracciones*

Irregularidades e infracciones, tanto como las medidas y sanciones impuestas se registran. BCS recibe cada tres meses una notificación (informe trimestral)

*Equipo, experiencia y fiabilidad*

El GP dispone del equipo personal, administrativo y técnico idóneo, de experiencia en el control y de la fiabilidad para ejecutar el procedimiento de control interno.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 24 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

BCS admite por principio al personal de la inspección / certificación antes de iniciar el empleo, lo cual se extiende en caso de ampliación del área de control interno en el caso de inspectores / personal de control ya admitidos. Para la admisión se presentan las pruebas de calificación y regularmente un plan de iniciación completado.

La terminación de la colaboración con personal de certificación / inspección también se notifica a BCS.

*Objetividad*

La ACG realiza el procedimiento de control con la objetividad necesaria ante las empresas subordinadas a ella.

*Autoridades competentes: inspecciones, informaciones, apoyo*

El GP es sujeto a la supervisión jurídica y técnica de BCS

El GP concede a BCS el acceso a sus instalaciones y oficinas. Además da informaciones, datos y apoyo con tal que sean necesarios para el cumplimiento con el reglamento.

*Notificación*

El GP notifica a BCS inmediatamente de las empresas que concluyeron con ella un contrato de control.

*Registro de empresas e informe resumido*

Anualmente el GP manda a BCS un registro de las empresas que al 31 de Diciembre del año pasado estaban bajo su control. Adicionalmente se presentan un informe resumido (informe anual).

El registro de empresas se manda al más tardar el 15 de enero.

*Irregularidades*

Al descubrir irregularidades en empresas sujetas al control, BCS será informada de inmediato. La irregularidad se describe en un informe. Además se proponen las medidas a tomar y los plazos.

*Infracciones notorias e infracciones con efecto de larga duración*

Si se detecta una infracción notoria o una infracción de larga duración, el GP denunciara la infracción y la empresa correspondiente a BCS.

Es asunto de BCS ordenes que le prohíben a la empresa comercializar productos de la agricultura ecológica.

*Terminación de la relación de control*

El GP informa de inmediato a BCS sobre la terminación de una relación de control. <sup>400</sup>

**DOCUMENTOS VALIDOS ADICIONALES**

- Reglamento interno de la agrupación
- Catalogo de sanciones

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 25 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

## SISTEMA DE CONTROL INTERNO

### OBJETIVO

El sistema de control interno del grupo de productores orgánicos de Angol y Rco., se realiza con base de las instrucciones entregadas por BCS.

Para cumplir con esas exigencias se esta introduciendo un sistema documentado de control de calidad con los diferentes elementos como son el Manual de Calidad, instrucciones sobre procedimientos y tareas.

La implementación de los procedimientos se fomentara y asegurara a través de auditorias internas, inspecciones al azar y trabajos e grupos.

### DEFINICIONES

SCI: Sistema de Control Interno

GP: Grupo de Productores

ACG: Administración Central del Grupo

RACG: Representante de la Administración Central del Grupo

### RESPONSABILIDADES

La implementación y el mantenimiento del sistema de control interno esta a cargo de la administración central del grupo

### AMBITO DE APLICACIÓN

El sistema de control interno será vigente para productores, inspectores internos, RACG y ACG.

### APLICACIÓN

#### **Admisión de la Agrupación como organismo con SCI**

*La agrupación de productores orgánicos de Angol y Rco.* Tiene como meta la admisión y el mantenimiento como organismo con sistema de control interno según las exigencias de BCS.

#### **Registro de empresas / socios e inicio del procedimiento de control Interno**

Los socios de *La agrupación de Productores orgánicos de Angol y Rco.* Que producen o manipulan productos de la agricultura ecológica son sujetas al procedimiento de control según las indicaciones que emanen de BCS. Toda empresa que concluye con BCS un contrato de control tiene la obligación de comunicar su actividad a BCS y también a las autoridades competentes.

Agrupación de Productores Orgánicos de Angol y Rco.	MANUAL DE CALIDAD Y PROCEDIMIENTOS	Pag: 26 de 26
		Version: MC-01/08
		Fecha: 9 de julio de 2008

### **Ejecución de las medidas de control**

Los reglamentos sobre la agricultura ecológica son la base para la ejecución de las medidas de control. Dentro del marco de estas medidas de control se toma precauciones esenciales para el cumplimiento de las normativas.

Las áreas que son sujetas al procedimiento de control son:

- Vegetales y productos vegetales que se producen en la empresa agrícola o que se colectan en forma silvestre.
- Unidades de la elaboración y del envasado de productos vegetales y víveres que consisten en su mayoría de productos vegetales.

Para cada una de estas áreas **La agrupación de Productores orgánicos de Angol y Rco.** De programas de control estándares fijados BCS.

- Los programas de control estándares son en particular
- Programa de control estándar A I: inspección de empresas agrícolas
- Programa de control estándar A II: inspección de la colección de plantas silvestres comestibles.
- Programa de control estándar B: inspección y certificación de empresas de elaboración y del envase.
- Programa de control estándar C: control de empresas importadoras para que cumplan con el decreto (CEE) 2092/91 y las disposiciones complementarias.

El procedimiento de control abarca principalmente las siguientes áreas:

- Inicio de control
- Inspecciones sucesivas
- Inspecciones inadvertidas
- Inspecciones de sospecha

### **evaluación del Sistema de Control Interno**

La realiza BCS al menos una vez al año.

### **Revisión y actualización de documentos**

El sistema interno esta sujeto a evaluaciones y adaptaciones de acuerdo a los cambios internos o externos. Conforme a esto los documentos del SCI también están sujetos a una revisión. Esa revisión tiene que estar documentada. Para esto sirve el respectivo formulario.

El RACG debe recurrir al sitio web de BCS para mantener su actualización.

Otros documentos que tienen validez

- 7 anexos
- Formulario: Revisión de Documentos



FIA-PI-T-2006-1-A-054

## **ESTUDIO DE MERCADO**

**“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
PRODUCTOS HORTIFRUTICOLAS ORGÁNICOS  
BAJO SUPERVISIÓN DE CERTIFICACIÓN  
ASOCIATIVA DE NUEVE PEQUEÑOS  
PRODUCTORES DE LAS COMUNAS DE ANGOL Y  
RENAICO”**

**ESTUDIO DE MERCADO**

**SR. PATRICIO PARRA CONTRERAS**

# **REPORTE DE ANTECEDENTES DE MERCADO PARA PRODUCTOS ORGANICOS**

Patricio Parra C.  
Abril, 2007

## **1. Tendencias del sector orgánico**

A nivel mundial, la producción orgánica alcanza una superficie de 51 millones de hectáreas, en plena expansión, distribuida en unos 120 países que cultivan productos orgánicos a escala comercial. Dependiendo de los canales de comercialización y el tipo de productos, los sobrepuestos comparados con los productos convencionales, pueden alcanzar rangos de entre un 20% a 200%. Se estima que el valor total de las ventas orgánicas para el año 2010 llegue a US\$ 100 mil millones, lo que da cuenta de una actividad comercial importante y consolidada, pero que sin embargo comparada con el sector convencional, sigue siendo considerada una actividad productiva destinada a nichos de mercado. Otros autores consideran que este posicionamiento de nicho de mercado es temporal y estamos ante la presencia de un mercado en expansión.

La superficie orgánica actual en Chile alcanza unas 7.689 ha de frutales, hortalizas, viñas, hierbas, cereales y berries, siendo las regiones V, VII y VIII, las más importantes en superficie. Además existen 38.500 ha correspondientes a recolección silvestre. Esto es un avance comparado con las cifras de entregadas por ODEPA en el año 2005 para la temporada 2002/2003: 5.806 ha de cultivos y 25.790 de praderas y recolección silvestre.

En Chile la producción orgánica está concentrada en productores pequeños y medianos. De acuerdo a Pro Chile, en el año 2000, más del 80% de la producción orgánica nacional estaba en manos de productores con menos de 10 ha y esta tendencia no ha cambiado mayormente aunque se han ido incorporando empresas más grandes con predios de mayor superficie, especialmente en viñas. Por su parte, los encargados de la comercialización y elaboración de productos procesados, son empresas convencionales que han desarrollado una línea de trabajo en lo orgánico, pero no se encuentran 100% especializadas en este rubro. Los principales productos exportados corresponden a hortalizas y frutas frescas.

Como en Chile no existen estadísticas oficiales de producción y comercialización de productos orgánicos, se ha validado la información recopilada por ODEPA a través de certificadoras y productores. Esta situación cambiará radicalmente con la puesta en marcha de la Ley 20.089 y con los resultados del censo agrícola, ya que se incorporaron preguntas tendientes a conocer con mayor precisión la superficie orgánica nacional. La superficie y las ventas han aumentado, pero se ha producido cierto dinamismo en la entrada y salida de actores del mercado, lo que da cuenta de una actividad en constante crecimiento, pero que no asegúrale éxito en el 100% de los casos, debido a problemas de producción o malas estrategias de comercialización.

El posicionamiento que ha adquirido la agricultura orgánica, no sólo se ve reflejado con la promulgación de la Ley 20.089. Además se ha creado una Comisión Nacional de Agricultura Orgánica presidida por la Subsecretaría de Agricultura, la cual tiene como objetivo impulsar las acciones públicas y privadas que aseguren un crecimiento y mayor competitividad del sector orgánico. Este tipo de iniciativas buscan un mayor desarrollo y diversificación de alternativas productivas, pensando en la transformación de Chile como Potencia Agroalimentaria.

### El mercado de exportación:

Chile tiene claras ventajas para la exportación de productos en contra estación, además de poseer una gran diversidad de climas, producción e infraestructura de exportación ya consolidada, marco normativo y organización gremial. Sin embargo, persisten ciertas desventajas en cuanto a información, capacitación y difusión. A esto hay que agregar la falta de incentivos concretos y la competencia con otros productos denominados como "naturales o saludables", sin ser orgánicos.

El valor de las exportaciones en el año 2003 era cercano a los 8 millones de dólares. Esta cifra aumentó en el año 2004, llegando a US \$12.722.978 (FOB), la cual se distribuye de la siguiente forma: Productos frescos (51,1%), Productos congelados (28,2%), Productos con algún nivel de procesamiento (13,5%), Productos deshidratados (7,2%). Los principales productos exportados de acuerdo al valor de exportación son los siguientes: manzanas frescas, frambuesas congeladas, vino tinto, kivi, paltas y arándanos frescos.

En el año 2004, la distribución de de las exportaciones a los diferentes mercados fue la siguiente:

- EEUU (58,4%)
- Europa (29,4%)
- Japón (5,7%)
- Canadá (4,9%)
- Otros mercados (1,6%)

### El mercado interno:

El tamaño del mercado interno es muy pequeño, concentrándose principalmente la oferta en Santiago. Una de las principales dificultades es una oferta sostenida, falta de información para los consumidores y dificultades para contar con una oferta diversificada en los diferentes canales de comercialización.

Los principales canales son:

- Supermercados que han incorporado productos orgánicos dentro de su oferta. Sin embargo la variedad y cantidad de productos es muy pequeña. Además esta oferta se concentra en locales ubicados en sectores con mayor poder adquisitivo debido a la diferencia de precios.
- Tiendas especializadas. Hay algunas en Santiago, La Serena y Chillán, las cuales no siempre son 100% orgánicas, lo que produce más confusión entre los consumidores, considerando que el concepto de lo orgánico no está todavía bien internalizado.
- Una situación especial es la que muestran algunos puntos de venta de productores orgánicos que venden directamente su producción. Una de las experiencias más antiguas, es el local de Tierra Viva en Santiago.
- También hay algunos productores que venden directamente su producción en el predio o realizan entregas a domicilio.
- Una nueva alternativa de comercialización es la entrega a empresas que sin ser productores, realizan la comercialización a través de entrega a domicilio.

Es interesante apreciar como se van replicando las mismas formas y tendencias de comercialización de los países desarrollados, con una mayor presencia de los supermercados, tiendas y reparto a domicilio. Sin embargo, no se han replicado experiencias de otros países de Latino América, quienes están mucho más avanzados en la comercialización a través de mercados locales o ferias de productores.

Con relación a la distribución de productos en supermercados, uno de los encuestados que realiza entrega a los supermercados, manifestó que no siempre es posible para un grupo de productores, entregar a un supermercado, ya que se requiere cumplir con otros aspectos logísticos. Este estudio de caso demuestra que los productores necesitan sistemas de código de barras, envases apropiados, instalaciones de embalaje y certificaciones adicionales, lo que muchas veces puede hacer aconsejable entregar a un intermediario para su distribución.

Pasos secuenciales del proceso de entrada de productos orgánicos a los supermercados:

- Presentación de nuevo producto.
- Formato del producto.
- Control de calidad (envase, requisitos, rotulación, código de barras, tiempo de conservación, Tº, fecha de elaboración y vencimiento).
- Aprobación de las características técnicas.
- Negociación comercial.
- Sistema de Pago y precios
- Entrega.

Todo este proceso demora entre 15 a 20 días, siempre que se tengan claros los requisitos y estándares de calidad. También se deben considerar aspectos de marketing, estudiando la conveniencia de entrar con una marca propia o entregar a granel para un envasado del producto final con otra marca. Dependiendo del tipo de supermercado, las estrategias de venta cambian. Actualmente hay algunas cadenas que están orientando la oferta de productos orgánicos hacia productos boutique de alto valor agregado, mientras otros están pensando en desarrollar con mayor énfasis la venta de productos a granel con menores diferenciales de precios entre productos orgánicos y convencionales.

#### Situación de los arándanos orgánicos:

Según estimaciones del Ministerio de Agricultura, las exportaciones de berries (convencionales y orgánicos), alcanzarían los US \$ 500 millones el año 2010, duplicando el nivel de exportación actual. Durante la temporada 2005-2006 los envíos llegarán a los US \$250 millones, superando ampliamente la meta que se había impuesto para el sector de US \$200 millones al año 2006. Esto viene a confirmar el incremento en el valor de los envíos, que en los últimos cinco años han mostrado una tasa de crecimiento anual de más de un 30% en valor y más de un 20% en volumen. Lo interesante es que este aumento se ha debido a la incorporación sostenida de la agricultura familiar campesina al proceso exportador y al trabajo coordinado de una Comisión Nacional de berries, encabezada por el Ministerio de Agricultura y Chilealimentos.

Existe una asociación entre la producción, el consumo y los efectos positivos para la salud humana, debido a algunas evidencias que existen sobre las interacciones entre el genotipo, el ambiente y las prácticas de producción, sobre el contenido de antioxidantes en los frutos. Esta es una ventaja adicional a la producción de arándanos orgánicos, ya que se trata de un producto que se encuentra posicionado como especial debido a sus beneficios. Además desde el punto de vista del manejo productivo, es más fácil manejarlo orgánicamente y tiene menos problemas cuarentenarios para envío a EEUU.

Un estudio canadiense realizado en el año 2005 por William Parsons para Vista on the Agri-Food Industry and the Farm Community mostró los siguientes resultados para la venta de arándanos en el mercado de productos frescos en Canadá (venta directa):

Rubro	Rendimiento Orgánico Promedio	Rendimiento Convencional Promedio	Utilidad Orgánica	Utilidad Convencional
Arándanos	3.150 lbs/acre	3.800 lbs/acre	\$ 4.600 CD/acre	\$ 4.200 CD/acre
	3.521,7 kg/ha	4.248 kg/ha	US \$ 9.984/ha	US \$ 9.115 /ha

1 acre: 0,405ha, 1 lb : 0453 kg, 1 dólar canadiense equivale a 0.879 USD.

El Precio de venta convencional en un mercado local de venta directa alcanzó a CD \$ 0.96 /lb, mientras el precio de venta orgánico alcanzó a CD \$ 1,84/lb. Más que las comparaciones en unidades, lo interesante es que aunque el diferencial de precio alcanza casi al doble, esto no se traduce en el doble de utilidades, ya que de acuerdo a las tablas, las diferencias de precios no se traducen en la misma diferencia en utilidades. Esto está dado por un menor rendimiento y diferencias en costos de producción. Otro aspecto a considerar, es que en la tabla se presentan valores promedios, lo que puede esconder una gran variabilidad de casos, dependiendo del tipo de productor y manejo agronómico realizado.

Algunas características distintivas:

- ✓ Los canales de comercialización para el arándano orgánico son muy amplios, ya que abarcan diversos tipos de compradores en la industria de los productos procesados y esto es muy importante. Se debe conocer cómo los nuevos ingredientes pueden encontrar la demanda.
- ✓ En el mercado internacional, se reportan sobrepuestos que fluctúan entre un 20% a 100%.
- ✓ La producción de arándano orgánico está adquiriendo interés por parte de algunas comercializadores de berries en el país, lo que abre buenas expectativas de comercialización.

Las empresas nacionales contactadas, Hortifrut y Driscolls, mostraron gran interés en el rubro de arándanos orgánicos. La primera empresa, es una de las pioneras en la comercialización de berries orgánicos, manifestando que el arándano es un producto de grandes perspectivas. Están muy interesados en nuevos proveedores y cuentan con un plan de transformación de todos los predios de la empresa a orgánico. Por su parte Driscolls realizó su primera exportación de arándanos orgánicos la presente temporada y están muy interesados en contactar nuevos proveedores.

La superficie de arándanos orgánicos en Chile, durante el período mayo 2005 – agosto 2006, alcanzó a 142,5 ha certificadas como orgánicas y 54,0 en transición (ODEPA, 2006)

#### Contactos:

Alejandro Sanhueza G., Gerente de Producción Driscoll's de Chile S.A.  
 Apoquindo N° 4775, Of. 301. Las Condes, Santiago.  
 Fono: (56-2) 4401535  
 E-mail: [alejandro.sanhueza@driscolls.cl](mailto:alejandro.sanhueza@driscolls.cl)  
[www.driscolls.cl](http://www.driscolls.cl)

Emilio Merino, encargado de producción orgánica HORTIFRUT.  
 Fono Cel.: 9536189  
 E-mail: [emerino@hortifrut.cl](mailto:emerino@hortifrut.cl)  
[www.hortifrut.cl](http://www.hortifrut.cl)

## **2. Percepción de los consumidores**

En Chile se han realizado algunos estudios para conocer la percepción de los consumidores sobre los productos orgánicos, todos los cuales demuestran que si bien existe preocupación por la sanidad, calidad de los productos y cierta "simpatía" por aquellos productos más amigables con el medio ambiente, hay un desconocimiento casi total sobre lo que significa la producción orgánica. Esta percepción ha ido sufriendo cambios lentos, producto de una mayor difusión, nuevos canales de comercialización y el lanzamiento de la Ley para la Agricultura Orgánica 20.089, ya que los consumidores chilenos tendrán mayor información sobre los productos orgánicos. Esta mayor información será consecuencia de un rotulado claro de los productos orgánicos y de una garantía público-privada de la calidad de los productos que tienen atributos especiales que poco a poco se irán haciendo más conocidos para los consumidores.

Según la Ley N° 20.089, de enero de 2006, la agricultura orgánica fomenta y mejora la salud del ecosistema agrario y, en particular, la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo". Esto es muy importante que sea comprendido y transmitido a los consumidores, ya que no es poco común que confundan los productos orgánicos con cultivos hidropónicos, que se producen "sin suelo" y que además ocupan una serie de productos químico-sintéticos, que están absolutamente prohibidos en la producción orgánica.

Las motivaciones por las cuales los consumidores compran productos orgánicos son muy variadas y no sólo se relacionan con las características intrínsecas del productos, si no más bien con un aserie de externalidades positivas, que son "premiadas" por los consumidores, particularmente los de países más desarrollados. Un buen resumen de las expectativas de la sociedad con relación a los productos orgánicos, fue presenta por Volkert Engelsman de EOSTA<sup>1</sup>, en la pasada BioFach América Latina:

- ✓ Calidad de los alimentos y salud: libre de químicos, ausencia de enfermedades, libre de OGM, nutrientes, sabor, ausencia de riesgos alérgicos, autenticidad, productos regionales, trazabilidad, "comida lenta".
- ✓ Ecología y Medio Ambiente: suelo, agua y aire limpio, que no afecte al calentamiento global del planeta, biodiversidad, bienestar animal, conservación de la naturaleza, regionalización, paisaje, ruralidad.
- ✓ Responsabilidad cultural y social: comercio justo, trabajo, distribución de la riqueza, justicia social, desarrollo rural, cuidado de los agricultores, herencia cultural.

En Chile no existe todavía un tipo de consumidor definido aunque existe cierto consenso en características como buen nivel de información y educación, asociado a un poder adquisitivo por sobre el promedio nacional. Dentro de este grupo hay consumidores más comprometidos y otros que compran esporádicamente. También es posible encontrar consumidores que compran siempre y cuando el producto esté disponible en los lugares donde acostumbra a comprar, por ejemplo supermercados, y a un precio adecuado.

---

<sup>1</sup> EOSTA es una de las comercializadoras de productos orgánicos más importantes de Europa ([www.eosta.com](http://www.eosta.com))

### **3. Marco normativo**

La situación legal de la producción orgánica ha cambiado sustancialmente desde la publicación de la Ley de Agricultura Orgánica 20.089 que crea el Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos, la cual tendrá plena vigencia a partir del segundo semestre de 2007. Esta Ley establece que el Servicio Agrícola y Ganadero será la autoridad competente encargada de fiscalizar el cumplimiento de esta normativa y de sancionar las infracciones. Por su parte la certificación podrá ser realizada por entidades inscritas en un registro que para tal efecto llevará el Servicio Agrícola y Ganadero. Esta disposición contiene una excepción para aquellos grupos de pequeños productores, familiares, campesinos e indígenas que realicen venta directa y que cuenten con sistemas alternativos de certificación y control social. Si bien esta disposición legal fomenta la asociatividad y se abre a otras formas de certificación, es restrictiva a la venta directa y no se aplica a todo el mercado interno. Esto significa que si un grupo realiza ventas a un supermercado que desee vender los productos rotulados como orgánicos, éstos deberán venir certificados por una certificadora externa.

La entrada en vigencia de esta Ley es muy importante para el desarrollo de la agricultura orgánica nacional, ya que permitirá regular y transparentar la producción y comercialización de estos productos, asegurando su autenticidad y evitando el fraude. En relación a la exportación, esta legislación facilitará la comercialización de los productos orgánicos en los mercados internacionales, al ser ésta una ley equivalente con las de nuestros principales países compradores, como son la Unión Europea, Estados Unidos y Japón.

De acuerdo al cronograma establecido por el SAG, durante los primeros meses del presente año, se procederá a publicar la información relacionada con la entrada en vigencia de esta Ley en el sitio Web del SAG, la publicación de las Normas Técnicas en el Diario Oficial y el inicio del proceso de postulación e inscripción. Además, habrá un periodo de 90 días (desde la promulgación de la norma técnica) para que las Empresas Certificadoras y los Agricultores Ecológicos obtengan su inscripción. Durante este periodo, se podrán seguir emitiendo certificados bajo el sistema antiguo. Sin embargo, a partir de esa fecha en adelante, las Empresas Certificadoras sólo podrán emitir certificados bajo la nueva normativa.

También habrá un lapso de 90 días en el que se aplicarán partes de cortesía, en los cuales se sugerirán las condiciones a mejorar. Hasta que finalmente, cerca del término del año, se iniciará la fiscalización y supervisión de manera normal aplicando la Ley en su integridad.

Desde el punto de vista de la certificación, será necesario cumplir con la Ley Nacional y los estándares de los mercados de destino. Al respecto existen algunas diferencias entre las normas de EEUU y la UE, que son nuestros principales mercados de exportación. Una de las últimas diferencias de interpretación y que puede tener consecuencias en la certificación de grupos de pequeños productores, es la exigencia del NOP<sup>2</sup> de inspeccionar al 100% de las unidades de producción, "desconociendo" los sistemas internos de control (SIC) de los grupos que operan con una supervisión de una certificadora al control interno e inspección a un número determinado de productores. La aplicación de esta interpretación traerá consecuencias comerciales a una gran cantidad de pequeños productores que utilizaban la alternativa de certificación de grupos con un SIC. Por su parte la UE acepta esta forma de certificación, pero no está completamente establecida en el Reglamento 2092/91 y sus modificaciones posteriores.

---

<sup>2</sup> NOP: Programa Orgánico Nacional de EEUU

#### **4. Aplicación de Encuestas**

La aplicación de cualquier instrumento para determinar la potencial demanda de un producto en el mercado, debe considerar la disposición de los agentes del mercado a entregar información. Este factor es más importante si se requiere encontrar información de un sector en incipiente desarrollo, donde la competencia inicial puede ser determinante. Por ello se diseñó una encuesta sencilla, en la cual se cubriera la información básica necesaria, dando la libertad en todo momento de no responder y sin llegar a preguntar detalles propios de una relación comercial entre comprador y vendedor. Las encuestas se aplicaron a través de entrevistas, e-mail y teléfono.

##### Principales dificultades:

- ✓ Desconfianza por parte de los encuestados. Esto es muy difícil de romper, ya que la persona encuestada no sabe exactamente a quien tiene al frente, ni como va a ser usada la información.
- ✓ Tiempo para aplicar la encuesta. Normalmente las personas entrevistadas son personas muy ocupadas, que están interesadas en el tema, pero no disponen de mucho tiempo para una conversación de mercado a través de la aplicación de una encuesta.
- ✓ Algunas de las encuestas respondidas, son el resultado de dos y tres intentos para obtener la información. Esto debido a los dos factores explicados anteriormente.

##### Principales fortalezas:

- ✓ La calidad de las encuestas. Las encuestas recibidas corresponden a los principales canales de comercialización que existen actualmente, no sólo por su importancia, sino por el tipo de canal (supermercado, tienda, reparto a domicilio, distribuidor intermediario, restaurante). Hay encuestados que no comercializan actualmente productos orgánicos, pero espera hacerlo en el futuro cercano y encuestados que abastecen a diferentes tiendas y cadenas de supermercados.
- ✓ Las encuestas permiten sacar conclusiones generales sobre la demanda insatisfecha que existe por productos orgánicos en el mercado local.
- ✓ A través de las encuestas, es posible establecer relaciones comerciales directas con algunos de los entrevistados.

##### Encuestados:

ACOPIO  
JOSE EDUARDO VALLEJOS AHUMADA  
DISTRIBUCION – EXPORTACION AGRICOLA  
Dirección: VIENA 175 – VILLA ALEMANA, V Región  
Teléfono: 32- 2396188  
Fax: 32 – 2396188  
E-mail: V45acopio@yahoo.es , je7va@yahoo.es  
(Exportación y distribución en la V Región y RM; proveedor de supermercados).

APIOPALTA  
Cristina Goyeneche  
Dirección: Camino Las Pircas 4461 Casa B  
Teléfono: (2) 2988180  
E-mail: [cristina@apiopaltachile.cl](mailto:cristina@apiopaltachile.cl)  
(Distribución a domicilio de productos orgánicos RM)

BiolInvest Limitada  
Enrique MENA O.  
Dirección: Antillanca 611 Mod 4 y H  
Teléfono: 949 3559  
Fax: 949 3559  
E-mail: [BiolInvest@manquehue.net](mailto:BiolInvest@manquehue.net)  
(Distribución supermercados (RM, VIII y IX), hoteles y empresas de eventos de alto nivel)

DyS  
Gonzalo Silva S., Comprador Frutas y Verduras  
Teléfono: 09-0163437  
E-mail: [gosalva@dys.cl](mailto:gosalva@dys.cl)  
(Supermercado)

Emporio Organico SIGNO TIERRA  
Maria Loreto Bobenrieth / Ingeniero Agrónomo  
Dirección: Av. Larrain 9570 local 8 / Aldea del Encuentro / La Reina / Santiago  
Teléfono: 2731599  
Fax: 2731599  
E-mail [emporio.organico@gmail.com](mailto:emporio.organico@gmail.com)  
(Tienda de productos orgánicos y naturales)

Huertorganic  
Juan Pablo Infante  
Dirección: Parcela 4 y 5 Santa Elisa Mallarauco Casilla 386 Correo Melipilla  
Teléfono: 8316761  
Correo electrónico: [huertorganic4@123.cl](mailto:huertorganic4@123.cl)  
(Distribución directa supermercados RM y V, entrega a domicilio en menor escala)

Comercial Bigger Central Ltda.  
Jaime Carvajal  
Dirección: Patricio Lynch # 1278, Osorno, X  
Teléfono: 25 82 15  
(Supermercado)

DINO'S OSORNO  
HECTOR BRACCHIGLIONE  
Dirección: RAMIREZ, Osorno, X.  
Teléfono: 23 37 80  
(Restaurante)

LIDER  
Claudio Oyarzo  
Dirección: Errazuriz # 1358, Osorno, X.  
Teléfono: 317020  
Fax: 317022  
Correo electrónico: jefedecompras093@lider.cl  
(Supermercado)

Santa Isabel  
Dirección: Avenida Mackenna, Osorno, X.  
(Supermercado)

Tierra Viva Ltda.  
Andrea Tuczec  
Dirección: Dr. Johow 889ª Ñuñoa  
Teléfono: 2391551  
Fax: 2391551  
E-mail: Infotierraviva.net  
(Tienda orgánica)

SUPERMERCADOS SAN FRANCISCO – TOTTUS  
ANDREA HERNANDEZ  
Dirección: ENRIQUE ALCALDE 1379, TALAGANTE  
Teléfono: 8157275  
Fax: 8157279  
E-mail: [andhernandez@falabella.cl](mailto:andhernandez@falabella.cl)  
(Supermercado)

### **Análisis de la información recopilada**

- Al menos cuatro de los encuestados (Huertorganic, Bioinvest y Tierra Viva), se abastecen de diferentes proveedores y a su vez ellos comercializan los productos en diferentes canales de comercialización. Huertorganic abastece supermercados y restaurantes en la V y RM; Bioinvest abastece restaurantes, hoteles y supermercados en la V, RM, VIII y IX; Tierra Viva además de su local de venta, provee a Apio palta y otros despachos a domicilio. Esto demuestra que los principales canales de comercialización y abastecimiento no son muchos y que la información proporcionada si entrega información confiable de la tendencia de actual de los productos orgánicos en el mercado interno.
- 11 de los 12 encuestados sí conoce los productos orgánicos. Esto confirma que la situación actual comparada con 4 o 5 años atrás es muy diferente. Hoy existe mayor información y conocimiento, asociado a una oferta de estos productos en diferentes canales de comercialización. Estas iniciativas son el resultado de la demanda de los consumidores, pero también responde a estrategias de diferenciación de la competencia.
- 9 encuestados comercializan actualmente productos orgánicos y 3 desean comercializar en el futuro inmediato. Esto es muy interesante, ya que las oportunidades de mercado de los productos orgánicos no están restringidas a los canales de comercialización ya establecidos. Es necesario buscar nuevos actores en el mercado y poder desarrollar con ellos una estrategia comercial que permita dar salida a la producción.

- 7 encuestados requieren certificación y 5 no lo requieren. Sólo en el caso de Tierra Viva, que cuenta con un sistema de certificación propio, el resto de las respuestas demuestra el desconocimiento que existe en cuanto a requisitos de certificación y la próxima entrada en vigencia de la Ley 20.089. Algunos no conocen las certificadoras, la forma de rotular los productos ni como se realiza el proceso de certificación.
- A la mayoría de los encuestados, 10 de un total de 12, les han solicitado productos orgánicos. Uno de los encuestados no contestó y otro manifestó que no le han solicitado, aunque paradójicamente estos dos últimos encuestados comercializan actualmente este tipo de productos. Probablemente esto responde a que en su posición o cargo no tiene contacto directo con consumidores.
- Al revisar las encuestas, es claro que la mayoría de los canales de comercialización requieren una gran variedad de productos, sin embargo las hortalizas, frutas y berries son los productos más demandados. Es interesante ver la encuesta de Tierra Viva, ya que especifica cuales son los productos demandados que no pueden ser suplidos por la oferta de sus socios: espárragos, cerezas, arándanos, frambuesas y huevos<sup>3</sup>. Esta información puede ser útil para priorizar la especialización en algunos rubros específicos.
- Con relación a los precios, es muy difícil llegar a un valor y por esa razón se dieron rangos de opción. En esta materia no hay consenso y la mayoría expresó que el precio depende del producto, la demanda y la oferta, sin embargo todos concuerdan en que los productos orgánicos tienen un valor superior a los productos convencionales. 4 encuestados pagarían entre 21% a 40% de sobreprecio, 2 entre 5% a 10%, 2 entre 11% y 20%, 1 entre 0% y 4% y 1 entre 61% y 80% (Distribución a domicilio). Dos de los encuestados no contestaron, debido a que les era imposible fijar un rango fijo.
- La frecuencia de entrega, varía con el canal de comercialización, aunque la mayoría requiere entregas que varían entre 2 y 7 días. Al menos tres encuestados manifestaron que no es un impedimento el transporte desde la IX Región a la RM, ya que actualmente se realizan envíos de este tipo. También se envían productos desde la RM a la VIII y IX Región.
- La forma de pago predominante es a 30 días, pero esto varía caso a caso. En conversación directa con productores que proveen a algunos de estos canales, manifestaron que 30 días es el mínimo que se pueden demorar, por lo que hay que tener en cuenta este antecedente para los flujos de caja.
- Con relación a los costos adicionales, la mayoría manifestó que el único costo adicional era la certificación. Quienes contestaron que no, se refieren a que no necesitan un pago extra por ser proveedores.
- Sólo algunos mencionaron volúmenes demandados y la mayoría manifestó que no era posible estimarlos o que habría que conversarlo directamente con los proveedores.

### **Conclusiones generales**

- Existe una alta demanda insatisfecha, representada mayoritariamente por frutas y hortalizas y berries. Todos los entrevistados manifestaron como problema la falta de proveedores y a su vez los productores orgánicos manifiestan que el mercado local es demasiado pequeño y no existen suficientes canales de comercialización. A la vista de los

<sup>3</sup> Los huevos también fueron mencionados por la empresa Apio Palta, como de gran demanda y valor.

## **Anexo Encuestas**

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

**Tipo de entrevistado o encuestado**

Región de Chile

5

Ciudad

VILLA ALEMANA

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

DISTRIBUCION - EXPORTACION AGRICOLA

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

ACOPIO - JOSE EDUARDO VALLEJOS AHUMADA -

**Dirección:**

VIENA 175 - VILLA ALEMANA

**Teléfono:**

32- 2396188

**Fax:**

32 - 2396188

**Correo electrónico:**

V45acopio@yahoo.es , je7va@yahoo.es

**Preguntas :**

¿Conoce qué son los productos orgánicos?      Sí       NO

¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      Sí       NO

¿Requiere algún tipo de certificación?      Sí       NO

Especifique (si es posible):

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

Sí       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

- Hortalizas
- Frutas
- Berries
- Productos deshidratados
- Jugos
- Vinos
- Carne de pollo o vacuno
- Huevos
- Miel
- Hierbas medicinales
- Lácteos
- Otros

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

- 0% a 4%
- 5% a 10%
- 11% a 20%
- 21% a 40%
- 41% a 60%
- 61% a 80%
- 81% a 100%
- Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

**LOS MERCADOS SOLICITANTES ESTABLECEN PRECIOS DE REFERENCIA , JUNTO A LAS VARIACIONES DEL MERCADO SEGÚN DESTINO , PEROSE PUEDEN LLEGAR A ACUERDOS CON CONTRATO**

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

- Diariamente
- Cada dos a tres días
- Cada cuatro a cinco días
- Semanalmente
- Mensualmente
- No existe una demanda regular

¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?

BERRIES , POR CONTENEDORES , PAPAS CONGELADAS X  
CONTENEDORES  
VINOS POR MEDIO CONTENEDOR , MIEL POR CONTENEDORES

¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro  SEGÚN , CARTA CREDITO CON ANTICIPO 30 % SALDO

¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?

NO

SÍ

Especifique (si es posible):

.RELATIVO , SI QUIERE EXPORTAR DIRECTO , POR MEDIO DEL  
SUCRITO , COMISIONES, CERTIFICACIONES , OTRAS VECES RAPEL ,  
DEPENDE DE LAS CONDICIONES DE CÓMO SE NEGOCIE CON EL.

¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?

NO

SÍ

Especifique (si es posible):

ESPARRAGOS, BERRIES , MIEL , VINOS , FRUTAS , HORTALIZAS ,  
DESHIDRATADOS , CEREALES , LEGUMBRES , ACEITES , ETC

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Tipo de entrevistado o encuestado

Región de Chile

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

Cristina Goyeneche

**Dirección:**

Camino Las Pircas 4461 Casa B

**Teléfono:**

(2) 2988180

**Fax:**

**Correo electrónico:**

cristina@apiopaltachile.cl

**Preguntas :**

- ¿Conoce qué son los productos orgánicos?      Sí       NO
- ¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      Sí       NO
- ¿Requiere algún tipo de certificación?      Sí       NO

Especifique (si es posible):

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

- SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

- |                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| Hortalizas              | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Frutas                  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Berries                 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Productos deshidratados | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Jugos                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Vinos                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Carne de pollo o vacuno | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Huevos                  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Miel                    | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Hierbas medicinales     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Lácteos                 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Otros                   | <input checked="" type="checkbox"/> |

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

0% a 4%

5% a 10%

11% a 20%

21% a 40%

41% a 60%

61% a 80%

81% a 100%

Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

Diariamente

Cada dos a tres días

Cada cuatro a cinco días

Semanalmente

Mensualmente

No existe una demanda regular

**¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?**

Durante el año pasado abastecimos a 30 familias promedio cada semana. Nuestra intención es subir este numero a 120 a fines del 2007.

**¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?**

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

Depende del tipo de producto. En promedio, durante el 206, pagamos al 90% de los proveedores al contado

**¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

Lo único que pedimos, en la medida de lo posible, es precios estables y regularidad en las entregas.

**¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

Nuestra empresa abastece de frutas y verduras orgánicas y, como los productores son pocos, es fundamental para nosotros tener la mayor cantidad de opciones posibles.

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Tipo de entrevistado o encuestado

R

Región de Chile

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

BioInvest Limitada

**Dirección:**

Antillanca 611 Mod 4 y H

**Teléfono: 949 3559**

**Fax: 949 3559**

**Correo electrónico:**

BioInvest@manquehue.net

**Preguntas :**

¿Conoce qué son los productos orgánicos?      SÍ       NO

¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      SÍ       NO

¿Requiere algún tipo de certificación?      SÍ       NO

Especifique (si es posible):

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

Hortalizas

Frutas

Berries

Productos deshidratados

Jugos

Vinos

Carne de pollo o vacuno

Huevos

Miel

Hierbas medicinales

Lácteos

Otros

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

- 0% a 4%
- 5% a 10%
- 11% a 20%
- 21% a 40%
- 41% a 60%
- 61% a 80%
- 81% a 100%
- Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

El precio tiene que ver directamente con el tipo de producto y si este tiene algun valor agregado oes diferenciador del Convencional , pero como referencia general se puede hablar de un sobreprecio promedio de un 20 a 40%

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

- Diariamente
- Cada dos a tres días
- Cada cuatro a cinco días
- Semanalmente
- Mensualmente
- No existe una demanda regular

**¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?**

La frecuencia va a depender de la perecibilidad del producto , un producto deshidratado podria tener una frecuencia Semanal o hasta mensual , dependiendo de los volúmenes y la capacidad de Bodega o frio

**¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?**

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

Nuestra Política de pagos es en base a liquidacione mensuales

**¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?**

NO

Sí

**Especifique (si es posible):**

.En este punto todo va depender de que tipo de producto se trate y si el proceso final se hace en nuestras instalaciones o en las del vendedor.

**¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?**

NO

Sí

**Especifique (si es posible):**

Necesitamos algunas hortalizas para complementar nuestra oferta de productos , nos vendria muy bien por ejemplo , papas , cebollas rojas o amarillas del tipo de guarda , ajos, zapallos de invierno del tipo americano , Zapallitos y melones.  
El berrie es un producto muy de moda desde el punto de vista de la salud y nos gustaria contar con el.

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Tipo de entrevistado o encuestado

Región de Chile  M

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

**Dirección:**

**Teléfono:**

**Fax:**

**Correo electrónico:**

**Preguntas :**

- ¿Conoce qué son los productos orgánicos?      SÍ       NO
- ¿Comercializa actualmente productos orgánicos? SÍ       NO
- ¿Requiere algún tipo de certificación?      SÍ       NO

Especifique (si es posible):

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

- |                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| Hortalizas              | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Frutas                  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Berries                 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Productos deshidratados | <input type="checkbox"/>            |
| Jugos                   | <input type="checkbox"/>            |
| Vinos                   | <input type="checkbox"/>            |
| Carne de pollo o vacuno | <input type="checkbox"/>            |
| Huevos                  | <input type="checkbox"/>            |
| Miel                    | <input type="checkbox"/>            |
| Hierbas medicinales     | <input type="checkbox"/>            |
| Lácteos                 | <input type="checkbox"/>            |
| Otros                   | <input type="checkbox"/>            |

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

- 0% a 4%
- 5% a 10%
- 11% a 20%
- 21% a 40%
- 41% a 60%
- 61% a 80%
- 81% a 100%
- Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

Lo ideal es que los precios sea lo mas parecido posible a los de productos convencionales, para incentivar su consumo.

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

- Diariamente
- Cada dos a tres días
- Cada cuatro a cinco días
- Semanalmente
- Mensualmente
- No existe una demanda regular

**¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?**

Es difícil determinar las cantidades reales demandadas ya que los datos con los que contamos están contaminados por las diferentes maneras de trabajar en cada local.

**¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?**

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

**¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

.Costos extras o descuentos son conocidos por los proveedores y son considerados dentro del precio de compra.

**¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

La idea es contar con productos orgánicos de alta rotación, en este caso las hortalizas son más demandadas por los consumidores.

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Tipo de entrevistado o encuestado

Región de Chile  M

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

Nombre de la empresa y persona de contacto:  
Emporio Organico SIGNO TIERRA  
Maria Loreto Bobenrieth / Ingeniero Agrónomo

Dirección: Av. Larrain 9570 local 8 / Aldea del Encuentro / La Reina / Santiago

Teléfono: 2731599

Fax: 2731599

Correo electrónico: [emporio.organico@gmail.com](mailto:emporio.organico@gmail.com)

**Preguntas :**

¿Conoce qué son los productos orgánicos?      SÍ       NO

¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      SÍ       NO

¿Requiere algún tipo de certificación?      SÍ       NO

Especifique (si es posible):

Hacemos distinción entre productos certificados

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

Hortalizas

Frutas

Berries

Productos deshidratados

Jugos

Vinos

Carne de pollo o vacuno

Huevos

Miel

Hierbas medicinales

Lácteos

Otros

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

- |             |                                     |
|-------------|-------------------------------------|
| 0% a 4%     | <input type="checkbox"/>            |
| 5% a 10%    | <input type="checkbox"/>            |
| 11% a 20%   | <input type="checkbox"/>            |
| 21% a 40%   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 41% a 60%   | <input type="checkbox"/>            |
| 61% a 80%   | <input type="checkbox"/>            |
| 81% a 100%  | <input type="checkbox"/>            |
| Más de 100% | <input type="checkbox"/>            |

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

En algunos productos se justifica un porcentaje mayor o menor. La idea es que el mercado se extienda y si es demasiado caro se transforma en inalcanzable y no es nuestra idea. Queremos difundir y ampliar el número de consumidores de estos

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

- |                               |                                     |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| Diariamente                   | <input type="checkbox"/>            |
| Cada dos a tres días          | <input type="checkbox"/>            |
| Cada cuatro a cinco días      | <input type="checkbox"/>            |
| Semanalmente                  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Mensualmente                  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| No existe una demanda regular | <input type="checkbox"/>            |

**¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?**

Nosotros estamos comenzando. Abrimos recién el lunes 9 de abril y buscamos nuevos proveedores.

**¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?**

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

Por el momento a concesión, salvo en el caso de la fruta y la verdura

**¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

Nosotros asumimos todo el costo e inversión de la comercialización.  
El costo del productor, en algunos casos, es asumir la consignación, con pago contra lo vendido.

**¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

Estamos haciendo un listado de clientes para ofrecer los días viernes frutas y verduras

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

**Tipo de entrevistado o encuestado**

Región de Chile

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

Huertorganic / Juan Pablo Infante

**Dirección:**

Parcela 4 y 5 Santa Elisa Mallarauco Casilla 386 Correo Melipilla

**Teléfono:** 8316761

**Fax:**

**Correo electrónico:** huertorganic4@123.cl

**Preguntas :**

¿Conoce qué son los productos orgánicos?  Sí  NO

¿Comercializa actualmente productos orgánicos?  Sí  NO

¿Requiere algún tipo de certificación?   NO

Especifique (si es posible):

Certificación orgánica y SEREMI.

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

SÍ  NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

Hortalizas

Frutas

Berries

Productos deshidratados

Jugos

Vinos

Carne de pollo o vacuno

Huevos

Miel

Hierbas medicinales

Lácteos

Otros

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

- 0% a 4%
- 5% a 10%
- 11% a 20%
- 21% a 40%
- 41% a 60%
- 61% a 80%
- 81% a 100%
- Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

En cuanto a la venta, se esta manejando debido al desconocimiento de los compradores, un estandar de 30% adicional sobre los convencionales.

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

- Diariamente
- Cada dos a tres días
- Cada cuatro a cinco días
- Semanalmente
- Mensualmente
- No existe una demanda regular

**¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?**

Como comercializador las entregas son todos los días de lunes a sábado en región metropolitana y V

**¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?**

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

**¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

Certificación

**¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

Existe poca oferta de berries en el país, solo se trabaja la frutilla y en muy poca cantidad.

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

**Tipo de entrevistado o encuestado**

Región de Chile

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

Comercial Bigger Central Ltda. / Jaime Carvajal

**Dirección:**

Patricio Lynch # 1278

**Teléfono:** 25 82 15

**Fax:**

**Correo electrónico:**

**Preguntas :**

- ¿Conoce qué son los productos orgánicos?      SÍ       NO
- ¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      SÍ       NO
- ¿Requiere algún tipo de certificación?      SÍ       NO

Especifique (si es posible):

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

- SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

- |                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| Hortalizas              | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Frutas                  | <input type="checkbox"/>            |
| Berries                 | <input type="checkbox"/>            |
| Productos deshidratados | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Jugos                   | <input type="checkbox"/>            |
| Vinos                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Carne de pollo o vacuno | <input type="checkbox"/>            |
| Huevos                  | <input type="checkbox"/>            |
| Miel                    | <input type="checkbox"/>            |
| Hierbas medicinales     | <input type="checkbox"/>            |
| Lácteos                 | <input type="checkbox"/>            |
| Otros                   | <input type="checkbox"/>            |

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

- 0% a 4%
- 5% a 10%
- 11% a 20%
- 21% a 40%
- 41% a 60%
- 61% a 80%
- 81% a 100%
- Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

Es algo que conversaría directamente con el proveedor

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

- Diariamente
- Cada dos a tres días
- Cada cuatro a cinco días
- Semanalmente
- Mensualmente
- No existe una demanda regular

¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?

No

¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?

NO

SÍ

Especifique (si es posible):

.Pagar un ingreso y un "Rayel"

¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?

NO

SÍ

Especifique (si es posible):

Hortalizas solamente

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

**Tipo de entrevistado o encuestado**

Región de Chile

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

**DINO'S OSORNO / HECTOR BRACCHIGLIONE**

**Dirección:**

**RAMIREZ**

**Teléfono: 23 37 80**

**Fax:**

**Correo electrónico:**

**Preguntas :**

- ¿Conoce qué son los productos orgánicos?      SÍ       NO
- ¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      SÍ       NO
- ¿Requiere algún tipo de certificación?      SÍ       NO

**Especifique (si es posible):**

Que tengan certificación orgánica nacional

**¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?**

SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

- |                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| Hortalizas              | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Frutas                  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Berries                 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Productos deshidratados | <input type="checkbox"/>            |
| Jugos                   | <input type="checkbox"/>            |
| Vinos                   | <input type="checkbox"/>            |
| Carne de pollo o vacuno | <input type="checkbox"/>            |
| Huevos                  | <input type="checkbox"/>            |
| Miel                    | <input type="checkbox"/>            |
| Hierbas medicinales     | <input type="checkbox"/>            |
| Lácteos                 | <input type="checkbox"/>            |
| Otros                   | <input type="checkbox"/>            |

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

**0% a 4%**

**5% a 10%**

**11% a 20%**

**21% a 40%**

**41% a 60%**

**61% a 80%**

**81% a 100%**

**Más de 100%**

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

**Diariamente**

**Cada dos a tres días**

**Cada cuatro a cinco días**

**Semanalmente**

**Mensualmente**

**No existe una demanda regular**

**¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?**

Depende del producto y de la época.

**¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?**

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

**¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

**¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

Hortalizas frescas.

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

**Tipo de entrevistado o encuestado**

Región de Chile

Ciudad

Osorno

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

Supermercado LIDER / Claudio Oyarzo

**Dirección:**

Errazuriz # 1358

**Teléfono:**

317020

**Fax:**

317022

**Correo electrónico:**

jefedecompras093@lider.cl

**Preguntas :**

¿Conoce qué son los productos orgánicos?      SÍ       NO

¿Comercializa actualmente productos orgánicos? SÍ       NO

¿Requiere algún tipo de certificación?      SÍ       NO

Especifique (si es posible):

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

Hortalizas

Frutas

Berries

Productos deshidratados

Jugos

Vinos

Carne de pollo o vacuno

Huevos

Miel

Hierbas medicinales

Lácteos

Otros

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

- 0% a 4%
- 5% a 10%
- 11% a 20%
- 21% a 40%
- 41% a 60%
- 61% a 80%
- 81% a 100%
- Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

- Diariamente
- Cada dos a tres días
- Cada cuatro a cinco días
- Semanalmente
- Mensualmente
- No existe una demanda regular

¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?

Depende del producto

¿Cuáles son las modalidades de pago al productor?

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?

NO

SÍ

Especifique (si es posible):

¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?

NO

SÍ

Especifique (si es posible):

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

Tipo de entrevistado o encuestado

Región de Chile

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

Supermercado Santa Isabel Osorno

**Dirección:**

Avenida Mackenna

**Teléfono:**

**Fax:**

**Correo electrónico:**

**Preguntas :**

¿Conoce qué son los productos orgánicos?      SÍ       NO

¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      SÍ       NO

¿Requiere algún tipo de certificación?      SÍ       NO

Especifique (si es posible):

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

Hortalizas

Frutas

Berries

Productos deshidratados

Jugos

Vinos

Carne de pollo o vacuno

Huevos

Miel

Hierbas medicinales

Lácteos

Otros

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

- 0% a 4%
- 5% a 10%
- 11% a 20%
- 21% a 40%
- 41% a 60%
- 61% a 80%
- 81% a 100%
- Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

- Diariamente
- Cada dos a tres días
- Cada cuatro a cinco días
- Semanalmente
- Mensualmente
- No existe una demanda regular

**¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?**

Depende de la época y los productos

**¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?**

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

**¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

**¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

**Tipo de entrevistado o encuestado**

Región de Chile

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**  
Tierra Viva Ltda., Andrea Tuczek

**Dirección:**  
Dr. Johow 889ª Ñuñoa

**Teléfono:** 2391551

**Fax:** 2391551

**Correo electrónico:**  
Infotierraviva.net

**Preguntas :**

- ¿Conoce qué son los productos orgánicos?      SÍ       NO
- ¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      SÍ       NO
- ¿Requiere algún tipo de certificación?      SÍ       NO

Especifique (si es posible):

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

- SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| Hortalizas              | <input type="text" value="Espináragos"/>           |
| Frutas                  | <input type="text" value="Cerezas."/>              |
| Berries                 | <input type="text" value="Arándanos. Frambuesas"/> |
| Productos deshidratados | <input type="checkbox"/>                           |
| Jugos                   | <input type="checkbox"/>                           |
| Vinos                   | <input type="checkbox"/>                           |
| Carne de pollo o vacuno | <input type="checkbox"/>                           |
| Huevos                  | <input checked="" type="checkbox"/>                |
| Miel                    | <input type="checkbox"/>                           |
| Hierbas medicinales     | <input type="checkbox"/>                           |
| Lácteos                 | <input type="checkbox"/>                           |
| Otros                   | <input type="checkbox"/>                           |

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

**0% a 4%**

**5% a 10%**

**11% a 20%**

**21% a 40%**

**41% a 60%**

**61% a 80%**

**81% a 100%**

**Más de 100%**

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

No hay un porcentaje definido

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

**Diariamente**

**Cada dos a tres días**

**Cada cuatro a cinco días**

**Semanalmente**

**Mensualmente**

**No existe una demanda regular**

**¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?**

Espárragos 100 kgs semanales  
Arándanos y Frambuesas depende de la época del año

**¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?**

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

**¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

.Según mutuo acuerdo se paga el transporte

**¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?**

NO

SÍ

**Especifique (si es posible):**

Véase arriba

**ENCUESTA CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

**Tipo de entrevistado o encuestado**

Región de Chile

Ciudad

**MARCAR CON UNA X LO CASILLEROS CORRESPONDIENTES:**

Supermercado

Tienda Orgánica

Tienda de Productos Naturales

Tienda de productos convencionales, naturales y orgánicos

Restaurante

Otro

**Antecedentes de la empresa (OPCIONAL), en caso de que quieran ser contactados por potenciales proveedores de productos orgánicos:**

**Nombre de la empresa y persona de contacto:**

**SUPERMERCADOS SAN FRANCISCO – TOTTUS – ANDREA HERNANDEZ**

**Dirección:**

**ENRIQUE ALCALDE 1379, TALAGANTE**

**Teléfono:**

**8157275**

**Fax:**

**8157279**

**Correo electrónico:**

**andhernandez@falabella.cl**

**Preguntas :**

¿Conoce qué son los productos orgánicos?      Sí       NO

¿Comercializa actualmente productos orgánicos?      Sí       NO

¿Requiere algún tipo de certificación?      Sí       NO

Especifique (si es posible):

TODOS LOS PRODUCTOS QUE MANEJAMOS  
TIENEN SU CERTIFICACION O ESTAN EN

¿Sus clientes le han solicitado alguna vez productos orgánicos?

SÍ       NO

**Demanda: ¿Qué tipo de productos orgánicos le gustaría comprar y/o comercializar? ( NO NECESARIAMENTE AHORA, PUEDE SER EN LE MEDIANO PLAZO)**

- |                         |                                     |
|-------------------------|-------------------------------------|
| Hortalizas              | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Frutas                  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Berries                 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Productos deshidratados | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Jugos                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Vinos                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Carne de pollo o vacuno | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Huevos                  | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Miel                    | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Hierbas medicinales     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Lácteos                 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Otros                   | <input checked="" type="checkbox"/> |

**¿Qué porcentaje adicional de sobreprecio estaría dispuesto a pagar al proveedor por sus productos orgánicos comparado con los mismos productos convencionales?**

0% a 4%

5% a 10%

11% a 20%

21% a 40%

41% a 60%

61% a 80%

81% a 100%

Más de 100%

**Comentario o Aclaración (OPCIONAL)**

**¿Con qué frecuencia necesitaría recibir los productos en caso de que exista un acuerdo comercial?**

Diariamente

Cada dos a tres días

Cada cuatro a cinco días

Semanalmente

Mensualmente

No existe una demanda regular

¿Tiene alguna estimación de posibles volúmenes demandados?

¿Cuáles son los modalidades de pago al productor?

Pago al día

Concesión

A 30 días

A 60 días

Otro

¿Debe el productor asumir algún costo especial para ingresar a su canal de comercialización?

NO

SÍ

Especifique (si es posible):

¿Existe algún interés especial por comprar hortalizas y berries ?

NO

SÍ

Especifique (si es posible):

**ESTUDIO DE MERCADO**

**SR. PATRICIO PARRA CONTRERAS**