

---

**ESTRATEGIA DE DESARROLLO MESA ARTICULADORA PRODUCTOS FORESTALES NO MADEREROS REGIÓN DEL BÍO BÍO (2011-2014).** Lucero, Alejandro, [alejandro.lucero@infor.cl](mailto:alejandro.lucero@infor.cl); Vallejos, Marcela, [marcela.vallejos@arauco.cl](mailto:marcela.vallejos@arauco.cl); Hechem, Nazir, [nazir.hechem@forestal.cmpc.cl](mailto:nazir.hechem@forestal.cmpc.cl); Mellado, Valeria, [valmellado@yahoo.com](mailto:valmellado@yahoo.com) ; Celis, Margarita, [margarita.celis@masisa.com](mailto:margarita.celis@masisa.com) y Gajardo, Pablo, [pgajardo@conaf.cl](mailto:pgajardo@conaf.cl)

---

## RESUMEN

De acuerdo a FAO los Productos Forestales no Madereros (PFNM) son definidos como "productos de origen biológico distintos a la madera, derivado de los bosques, de otras tierras arboladas o de árboles fuera del bosque", incluyendo tanto a productos de origen animal como vegetal.

A pesar de ser considerados como productos secundarios del bosque, los PFNM han recibido últimamente un creciente reconocimiento y la atención de diferentes actores, ya que además de la importancia ecológica, cultural y socioeconómica en algunos países y comunidades originarias, representan también una sólida y diversa fuente de ingresos, especialmente para los estratos más pobres de la sociedad rural, representando además una posibilidad concreta de valorizar los ecosistemas forestales.

La Mesa articuladora PFNM de la Región del Bío Bío es una entidad pública privada con un historial de más de 6 años de funcionamiento. Durante el año 2010, esta organización concluye, a través de un taller de trabajo realizado en Concepción, que se hace absolutamente necesario darle una categoría más formal a esta entidad, que le permita proyectarse, crecer y desarrollarse en torno al objetivo de mejorar la calidad de vida de los recolectores de PFNM de la región.

En este marco, era evidente que se requería contar con una estrategia de desarrollo que permitiera entregar las directrices de funcionamiento y los lineamientos estratégicos que logran focalizar los esfuerzos de los distintos integrantes de la mesa y a su vez poder vincularse con otras entidades que puedan aportar a lograr los objetivos de esta organización, cumplir con su misión y consolidarse en torno a su visión.

Así, nace la Estrategia de Desarrollo de la Mesa Articuladora de PFNM de la Región del Bío Bío, la cual tiene como principio orientador fomentar el trabajo conjunto entre los recolectores, empresas y sector público, orientándolo al uso sustentable de los PFNM y con ello al recurso bosque, centrándose en cuatro lineamientos estratégicos relacionados con Formalización y Asociatividad; Gestión y Transferencia Tecnológica; Mercado y Comercialización; y Políticas Públicas. Cada uno de estos lineamientos contempla objetivos estratégicos y acciones concretas tendientes a lograr los objetivos de la Mesa Articuladora.

Contar con la estrategia significa tener una herramienta potente para focalizar esfuerzos, recursos y voluntades públicas y privadas en pos de desarrollar, fomentar y consolidar el rubro de los PFNM en la región, y además para hacer a actividad replicable por otras organizaciones relacionadas en las demás regiones del país.

Palabras clave: Productos forestales no madereros (PFNM), región del Bío Bío, articulación regional.

## SUMMARY

According to FAO, Non-Timber Forest Products (NTFP) are defined as "biological origin products, other than wood, derived from forests, other wooded land or trees outside forests," including both, animal and plant products.

Despite being considered as secondary forest products, NTFP have recently received increasing recognition and attention of different actors, because these products not only have an ecological, cultural and socio-economic importance in some countries and indigenous communities but also represent a strong and diverse income source, especially for the poorest strata of rural society, and also represent a concrete possibility to value forest ecosystems.

The Bío Bío region NTFP table is a public-private entity with a more than six year operation history. During 2010, the entity concluded, after a workshop held in Concepción, on the need of a entity formal status to allow its projection and development towards the regional collectors life quality improvement as well as on the need of a development strategy and operating guidelines to focus its members efforts and also build the necessary links with other similar objectives entities.

The table development strategy was developed and is the guiding principle to promote collectors, private companies and public sector joint work towards a NTFP and forest sustainable use. Guidelines are focused on formalization and associativity, management and technology transfer, marketing and public policies. Each one of these guidelines includes strategic objectives and specific actions to achieve the table objectives.

The strategy represents a powerful tool to focus efforts, resources and public and private wills towards the table objectives, its development and consolidation. Also this table development could be replicated by other similar entities in other regions.

Key words: Non timber forest products (NTFP), Bío Bío region, regional coordination.

## INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la FAO, los Productos Forestales No Madereros (PFNM) son definidos como "productos de origen biológico, distintos a la madera, derivados de los bosques, de otras tierras arboladas o de árboles fuera del bosque", incluyendo tanto a productos de origen animal como vegetal.

El uso de este tipo de productos en Chile data de varios siglos y fue característico de los primeros habitantes del país, en forma de alimentos, medicinas y utensilios. En la actualidad aún son de importancia, ya que una amplia variedad de ellos, como frutos, cortezas, tallos, hojas y fibras, son utilizados como plantas medicinales, alimentos, utensilios y elementos para la agricultura, tejidos y construcción.

Tradicionalmente ha existido desconocimiento en torno al aporte de estos productos a la economía nacional y, especialmente, a la economía local de las comunidades rurales que cubren con ellos necesidades de alimentación y de medicina primaria. Hay estimaciones que indican que en las diferentes etapas, de recolección, procesamiento y comercialización de este tipo de productos, se involucran alrededor de 220 mil personas de manera directa.

Sin embargo, la informalidad del comercio de PFNM, tanto a nivel local como regional y nacional, se desconoce el monto del impacto en la economía nacional dado que estos productos no son registrados en censos y estadísticas del agro. No obstante, existen estadísticas de exportaciones recopiladas por INFOR que indican que en 2014 estas alcanzaron a US\$ 84

millones, destacando los frutos de rosa mosqueta, hongos, musgos y productos primarios y elaborados de quillay (INFOR, 2014).

A pesar de ser considerados como productos secundarios del bosque, los PFNM han recibido últimamente un creciente reconocimiento y la atención de diferentes actores, ya que además de la importancia ecológica, cultural y socioeconómica que tienen en algunos países y comunidades originarias, representan también una sólida y diversa fuente de ingresos, especialmente para los estratos más pobres de la sociedad rural, representando además una posibilidad concreta de valorizar los ecosistemas forestales.

## ANTECEDENTES GENERALES

En el año 2001 el Instituto Forestal y Fundación Chile desarrollaron el Proyecto FONDEF Innovación Tecnológica y Comercial de Productos Forestales No Madereros (PFNM) en Chile, cuyo principal objetivo fue caracterizar el proceso de mercado interno y externo apuntando a contribuir en la formalización y expansión de la actividad económica que puede generar la utilización racional de los PFNM.

Se caracterizaron y catastraron todos los PFNM asociados a la actividad silvícola nacional, clasificándolos en grupos de acuerdo a sus características y propiedades. De esta forma se tuvo el grupo de los alimentos, plantas medicinales y aceites esenciales, ornamentales, artesanía, *mulch* y sustratos. Posteriormente se procedió a caracterizar estadística y gráficamente el proceso comercial interno y externo, pudiendo visualizarse el comportamiento para cada PFNM o grupo de PFNM y las cadenas de comercialización típicas, así como los agentes involucrados en dicha operación comercial.

El análisis de la oferta y la demanda interna y externa se abarcó mediante el sondeo en centros de comercialización (mercados y ferias públicas), revisión de antecedentes bibliográficos y analizando las estadísticas históricas de exportaciones proporcionadas por el Instituto Forestal y ProChile. De esta forma se capturó información en términos de montos exportados en miles de US\$ FOB y toneladas transadas. También se determinaron los países a donde fue exportado cada PFNM así como antecedentes de empresas que exportaron durante el último año.

Si se busca desarrollar los PFNM de mayor relevancia en Chile, se debe necesariamente estudiar estos, conocer acerca de su componente productivo (natural o industrial), su componente económico en términos de (comercialización y mercados, y componente social.

Para profundizar el tema de mercado y comercialización se hizo una caracterización comercial de los PFNM de mayor relevancia en el país (o de los grupos de PFNM, hierbas medicinales por ejemplo) a fin de lograr:

- Caracterizar los Procesos Comerciales Interno y Externo.
- Caracterizar la Oferta Nacional de PFNM.
- Caracterizar los Mercados Internos y Externos.
- Identificar los Países Objetivos o Demandantes de PFNM.
- Clasificar los PFNM de mayor desarrollo comercial, así como los de mejores perspectivas comerciales, tanto internas como externas.

Como todo proceso comercial, el mercado de PFNM está directamente relacionado con los factores que afectan a la oferta y la demanda de un bien. De esta manera, cuanto mayor sea el precio, menor será la cantidad demandada y mayor será la cantidad ofrecida, si y solo si los demás

factores permanecen constantes. Esto es conocido como la Ley de la Oferta y la Demanda (LeRoy, R. y Meiners, R.. 1988).

De acuerdo a Katz y Rosen (1994) los factores que afectan la demanda y la oferta son:

#### Demanda

- El Precio del bien
- El ingreso del consumidor
- Los gustos y preferencias
- Los Precios de los bienes relacionados
- La población

#### Oferta

- Disponibilidad del bien
- Precios de los productos utilizados en la producción del bien
- Tecnología utilizada en la producción del bien
- Impuestos y subsidios
- Expectativas de precios

Sobre la base de estos antecedentes se logró caracterizar y evaluar comercialmente los PFNM, a fin de dilucidar el uso de aquellos que resulten ser viables desde un punto de vista comercial, social, tecnológico y ecológico para reconvertir su actual modo de utilización de subsistencia a un modo de utilización más optimizado que les genere un mayor desarrollo. Los resultados se muestran en el Cuadro N° 1.

Al analizar el valor de total por categoría de evaluación se tiene que el mayor potencial de los PFNM en Chile es su capacidad de posicionarse dentro de la moda y las costumbres actuales así como los gustos y tendencias futuras, esto es una gran fortaleza que debe ser aprovechada al máximo como base de una estrategia de comercialización y *marketing*.

Se debe considerar también que el principal problema sería la potencialidad de la oferta, esto puede deberse en parte al desconocimiento o falta de información que permita caracterizar la oferta y sus proyecciones. Otro factor importante a considerar es que los PFNM están directamente relacionados con el medio ambiente natural, haciendo por lo tanto que la caracterización de la oferta sea un estudio especialmente complicado, en donde se deben considerar la mayor cantidad de parámetros involucrados.

De acuerdo a lo indicado en el Cuadro N° 1, los PFNM con mayores posibilidades de escalamiento comercial son los hongos, seguidos de las plantas medicinales y las plantas destinadas a ornamentación.

Se tiene así algunas líneas sobre las cuales se debería implementar una estrategia de desarrollo y escalamiento comercial para mejorar la actual situación mediante modificación de las actuales técnicas de comercialización, así como de la implementación de nuevas estrategias de desarrollo comercial.

Al analizar el mercado de los PFNM en Chile, resulta claro que la escasa información acerca de los procesos comerciales, así como de los agentes involucrados y de los precios comprador- vendedor, dificultan considerablemente el estudio sobre cada PFNM específico y una visualización clara de las perspectivas de desarrollo para cada uno.

Cabe destacar que la oferta de PFNM en Chile se basa en la recolección por parte de pequeños propietarios o pequeños productores para el caso de los aceites esenciales y la miel entre otros. La cadena comercial en general es bastante compleja, con muchos actores involucrados, los cuales en ocasiones están ausentes y en otras ocasiones están presentes dentro

de la cadena comercial del mismo PFNM.

Los antecedentes reunidos permiten constatar que las cadenas de comercialización interna de PFNM son informales y que además el número de actores o intermediarios es muy variable lo que hace especialmente dificultoso poder caracterizar el proceso comercial en general.

**Cuadro N° 1  
IMPORTANCIA RELATIVA DE LOS PRINCIPALES PFNM**

Tipo de Producto	Criterio Evaluado								Importancia Total
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	
Hongos	3	3	3	4	4	3	4	4	<b>28</b>
Plantas Medicinales y Aceites Esenciales	2	3	3	4	4	3	4	4	<b>27</b>
Plantas para Ornamentación	3	1	3	3	4	3	4	4	<b>25</b>
Calafate	2	3	2	3	3	3	4	4	<b>24</b>
Murta	3	3	3	3	3	2	3	4	<b>24</b>
Rosa Mosqueta	4	3	4	3	3	3	1	3	<b>24</b>
Avellano	3	4	2	4	2	3	1	4	<b>23</b>
Maqui	2	3	2	3	2	3	4	4	<b>23</b>
Piñones	3	3	2	3	2	2	4	4	<b>23</b>
Hierba de San Juan	4	3	3	2	3	2	1	2	<b>20</b>
Miel y derivados	4	2	2	2	2	3	1	4	<b>20</b>
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>41</b>	

(Fuente: [www.gestionforestal.cl:81/pfnm](http://www.gestionforestal.cl:81/pfnm))

- I. Grado de información que se tiene del producto o nivel de desarrollo
- II. Nivel de precios
- III. Potencialidad de la oferta
- IV. Potencialidad de la demanda interna
- V. Potencialidad de la demanda externa
- VI. Problemas en las características del producto
- VII. Existencia de bienes sustitutos
- VIII. Gustos, moda, preferencias y tendencias

La demanda interna de PFNM está dirigida a dos sectores bien definidos, compuestos por empresas procesadoras de alimentos y por los consumidores propiamente tal. Estos últimos consumen el PFNM en forma habitual, ya sea por costumbre y gustos arraigados a la idiosincrasia o por cambios en las modas. Las empresas procesadoras basan su gestión en la utilización y transformación de estos productos o como materia prima para la elaboración de nuevos productos con lo que logran mayor valor agregado y por lo tanto mayores rentabilidades.

La demanda Externa de PFNM está dirigida a empresas internacionales procesadoras de alimentos, las cuales pueden comercializar el producto con escasa transformación como un producto natural o utilizarlo como materia prima para la elaboración de nuevos productos; así como también puede estar destinado a un mercado final o consumidor final, en donde el producto es vendido con escasa transformación, como es el caso del follaje para ornamentación.

Se concluye que los PFNM poseen sistemas de producción primarios, los cuales son

muy dependientes del producto de que se trate y del uso final en el mercado. Al respecto FAO<sup>12</sup> expone algunas características fundamentales de los sistemas de producción de los PFNM, las cuales se cumplen plenamente en los PFNM producidos en Chile, y estas son:

- Tecnología sencilla.
- Pocas habilidades de operación.
- Relativamente baja inversión en capital.
- Insertas principalmente en el medio rural.
- La mano de obra se cubre principalmente por medio del trabajo familiar.
- Ser un negocio a pequeña escala.
- Estacionalidad en la producción.

La escasa información relativa a los sistemas de producción, respecto de evaluaciones físicas cualitativas y cuantitativas, mercados, canales de comercialización, así como el desconocimiento de las empresas relacionadas con la comercialización y procesamiento de los PFNM por parte de los productores primarios o recolectores, repercute fuertemente en las posibilidades de desarrollo del PFNM y por ende en los ingresos del pequeño propietario o recolector, que ve en esta actividad solo una opción secundaria para mejorar sus ingresos y no como una actividad económica diferente y que puede llegar a ser rentable.

A su vez, la información que se maneja de los PFNM no es transferida de manera eficiente a los recolectores o pequeños propietarios, con la consecuente derivación de la demanda, es decir, el producto llega al consumidor final después de una serie de agentes comerciales o intermediarios, los cuales van agregando valor al producto a pesar de que muchas veces no se le agrega calidad.

El mercado nacional de los PFNM se caracteriza por una gran variedad de productos, de los cuales la gran mayoría no ha logrado un desarrollo económico importante, esto se debe principalmente a un desconocimiento de la utilidad o el potencial de desarrollo de cada uno de ellos, lo cual provoca la sub valorización general del producto.

Los PFNM en Chile y sus sistemas económicos asociados presentan una serie de problemas o inconvenientes que conducen a un deficiente desarrollo y esto, a su vez, a bajas expectativas y desinterés por parte de los productores primarios o recolectores, lo que radica finalmente en deficiencias en el proceso productivo o en la cadena de comercialización completa, estos son principalmente:

- Falta de información específica de cada PFNM (rendimientos productivos, métodos de recolección, métodos de conservación, estudios específicos sobre subproductos derivados, etc) .
- Estacionalidad de la oferta.
- .Variabilidad cualitativa y cuantitativa en la oferta de un año a otro, así como también dentro de la misma temporada (fluctuaciones y diferencias en cantidad y calidad).
- Longitud de la cadena comercial que provoca problemas en la asignación de precios.

---

<sup>12</sup> <http://www.fao.org/forestry/nwfp/es/>

-Deficiente capacitación en proceso de extracción que provoca diferencias extremas en la calidad.

-Falta de claridad en las especificaciones técnicas del producto (longitud, tamaño, peso, humedad, color, textura, etc.) por parte del productor primario, lo que causa rechazo o disminución en los precios de compra.

Normalmente, el proceso comercial de PFNM en el escenario interno es sumamente informal, con cadenas de comercialización muy variables de un año a otro o de una temporada a otra. Muy por el contrario, el proceso comercial externo, debido a que necesariamente debe cumplir con la legislación vigente relativa a ley tributaria y aduanas, es formal y transparente, y existen registros claros de montos, volúmenes, países destino y empresas exportadoras.

Es importante señalar, que el pequeño propietario, quien es el que comúnmente cumple con el rol de recolector, está limitado y obligado a aceptar los precios que impone el acopiador o intermediario, ya que depende de él para lograr vender su producto, el cual muchas veces posee poca durabilidad y resiste poco tiempo de almacenamiento. Como consecuencia clara, las mayores utilidades se concentran en los intermediarios y las empresas exportadoras.

El sistema de extracción y transporte y el método de almacenamiento tienen un fuerte efecto sobre la calidad del producto final y por ende en los precios finales de venta. Este factor es preponderante al momento de analizar la comercialización de los PFNM y las fluctuaciones que pudieran tener, ya que de otra forma la oferta se puede ver mermada por el hecho de saturar un mercado con productos sobreexplotados y de baja calidad, o bien la demanda se limita a rangos requeridos de volúmenes bastante menores y con mayores exigencias de calidad.

En general se puede concluir que los principales PFNM en Chile son los que pertenecen al grupo de los alimentos, plantas medicinales y ramas para ornamentación. Dentro de los primeros, los hongos presentan las mejores expectativas comerciales volcadas principalmente hacia un mercado externo, a pesar de que parte del proceso de comercialización primario que los sustenta, recolección y primeros intermediarios, es aún informal, pero su permanencia por más de una década en el mercado y la presencia de demandas continuas, han originado nichos comerciales permanentes y procesos de comercialización estables.

Las plantas medicinales, por su parte, tienen un mercado histórico de consumo que, en la actualidad y como producto del volumen interno y externo a abordar, ha requerido recurrir tanto a productos provenientes de recolecciones en hábitats naturales como de cultivos establecidos. Pese a que aún el mayor volumen comercializado proviene de la primera condición, factor relevante que afecta la oferta del producto, se han observado avances tecnológicos en la producción en relación con la calidad del producto final, secado, envasado y formas de presentación.

## **PERSPECTIVAS DE LOS PFNM**

Se trata de productos provenientes de los bosques, no relacionados con la madera, con un consumo alimenticio, medicinal, ornamental u otros fines que es histórico, tienen demanda interna y externa y dan ocupación a una numerosa mano de obra, en consecuencia existen las bases para que la actividad en torno a ellos se consolide en una alternativa productiva con proyecciones. Sin embargo, esto requiere necesariamente un mejoramiento en las tecnologías utilizadas para su uso, del conocimiento de los diferentes productos que se comercializan, de los procesos y tecnología utilizada para la obtención del producto final y de los canales de comercialización.

La sociedad demanda crecientemente una nueva visión holística de los recursos naturales en general y de los bosques en especial, y es dentro de este contexto que los PFNM tienen su proyección dentro del desarrollo forestal nacional y mundial. El gran desafío actual se

plantea en su puesta en valor en términos sustentables, tanto desde el punto de vista del recurso como del productor.

Lejos están ya los tiempos en que los bosques eran solo productores de madera y fibra, hoy tienen múltiples también otras funciones económicas, ambientales y sociales. Existe en los bosques una cantidad de otros productos diferentes a la madera y la fibra; los bosques ofrecen diversos servicios ambientales relacionados con suelo, aire, agua, biodiversidad y paisaje; y constituyen el entorno y los recursos para el desarrollo de las comunidades rurales.

En Chile, este es un rubro que actualmente genera unos 84 millones de dólares anuales por retorno de exportaciones (INFOR, 2014), cifra que viene aumentando sostenidamente desde los inicios del siglo, a una tasa de crecimiento que supera a aquella de la madera, lo que demuestra un interesante potencial en el rubro.

Valdebenito (2013) logró identificar 480 productos entre alimentos, plantas medicinales, aceites esenciales y otros, cada uno de los cuales posee un potencial propio que permitiría desarrollarlo para su puesta en valor.

## **ESTRATEGIA MESA ARTICULADORA PFMN**

### **Taller**

El taller de trabajo de la mesa articuladora, realizado en Concepción el año 2010, permitió generar nuevos antecedentes que complementan lo desarrollado en años anteriores. Este trabajo consistió en una serie de actividades que permitieron generar en primer lugar un Diagrama de Relaciones, a partir del cual se define un Diagrama de Afinidades, el cual es un método ideado por el antropólogo japonés Kawakita Jiro para organizar información y se utiliza para conseguir gran cantidad de datos en forma de ideas, opiniones, temas y aspectos a considerar, y organizarlos en grupos sobre la base de criterios afines de relación natural entre cada elemento. Su objetivo es analizar estos datos e identificar las ideas clave inherentes a los mismos.

Esta información permite generar las bases para definir una estrategia que lleve a concretar en el mediano plazo la **Visión** de la Mesa Articuladora, que fuera consensuada entre los distintos actores que participaron del Taller. En este sentido, y de este trabajo se concordó la siguiente Visión:

“La Mesa Articuladora Recolectión de PFMN del Bío Bío , es una institución formal, autónoma y reconocida, que posiciona, legitima y consolida el rubro de los PFMN, así como a los recolectores organizados, a través de la gestión de conocimiento, su capacidad de incidencia en las políticas públicas y la gestión de recursos públicos y privados”.

Adicionalmente, al analizar la información obtenida por el Diagrama de Relaciones y el Diagrama de de Afinidad, se puede concluir lo siguiente:

-La fuerza motora corresponde a la promoción de la representatividad de los distintos actores en la Mesa, lo que significa que la incorporación de nuevos actores a la mesa, tales como, centros de investigación, otros recolectores organizados, municipalidades, etc. Darán un nuevo impulso a la misma y contribuirán a dar dinamismo a todo el sistema de planificación.

-Los hitos claves del sistema de planificación están representados por la formalización de la Mesa y la Incidencia en políticas públicas e instrumentos de fomento. Es decir, que una vez que estos objetivos se cumplan habrá un punto de inflexión que permita evaluar

positivamente la gestión, además de incidir directamente en la gestión de recursos, por lo tanto, también aquí hay dos estrategias a las que se debe apuntar con fuerza.

-El trabajo en los tres ámbitos señalados contribuirá a movilizar todo el sistema y, por lo tanto, se constituye en la prioridad en el corto plazo. De esta manera se podrá alcanzar el resultado clave o propósito final que es la comercialización de PFNM.

## **Estrategia**

La visión, la misión y los lineamientos estratégicos constituyen referencias direccionales que perfilan el futuro que se pretende alcanzar y sintetizan las expectativas, motivaciones e intencionalidades que dan sentido a las acciones, y son estos temas los que conforman la estructura basal sobre la cuales se ha construido la Estrategia de la Mesa PFNM. El Principio Orientador (Marco Valórico) apunta a fomentar el trabajo conjunto entre los recolectores, empresas y sector público, orientándolo al uso sustentable de los PFNM y con ello del recurso bosque. La Visión se relaciona con mejorar la calidad de vida de los recolectores de PFNM, con condiciones dignas de trabajo e ingresos rentables. La Misión plantea posicionar, legitimar y consolidar el rubro de los recolectores de PFNM, y los Lineamientos Estratégicos o líneas de acción son la columna vertebral de la Estrategia y se explican en extenso a continuación.

## **Lineamientos Estratégicos**

Iniciativas conjuntas de INFOR y Fundación Chile permitieron en el pasado establecer una serie de lineamientos estratégicos para los PFNM, concluyendo con la definición de lineamientos estratégicos de acción que muestran una directa relación con las conclusiones obtenidas en el Taller de la Mesa Articuladora.

A continuación se entregan los lineamientos estratégicos consensuados, que nacen de un análisis que complementa lo generado por INFOR-Fundación Chile, con las propuestas obtenidas en el Taller de la Mesa Articuladora y los criterios de la comisión de elaboración de estrategia de la Mesa Articuladora, autores de este documento. Cada uno de estos lineamientos está conformado con sus respectivos objetivos estratégicos y las acciones que son necesarias para poder lograrlos.

### **- Lineamiento Estratégico 1. Formalización y Asociatividad**

Actores relacionados con los PFNM, entre ellos los recolectores, están articulados y asociados en función de objetivos y beneficios comunes.

Objetivos Estratégicos: -Formalizar la Mesa de PFNM.

-Gestionar recursos públicos y privados para presupuesto operativo de la mesa.

-Generar vinculaciones y sinergias entre los miembros de la mesa, y de estos con otros actores claves del rubro PFNM.

-Fomentar la asociatividad y organización de iniciativas en torno a los PFNM.

Acciones: -Formalizar la Mesa de PFNM y conformar su estructura representativa.

-Difundir y gestionar acciones tendientes a lograr recursos para el accionar de la Mesa.

-Difusión de la importante función social-ambiental del rubro de los PFNM (comunidades –recurso – ecosistema).

-Fomentar la asociatividad y las vinculaciones entre los miembros de la Mesa y de estos con otros actores relevantes del quehacer de los PFNM.

## - **Lineamiento Estratégico 2. Gestión y Transferencia Tecnológica**

Gestión y transferencia del conocimiento relacionado con los PFNM y su extracción sustentable.

Objetivos Estratégicos: -Generar información cuantitativa y cualitativa, de los recolectores y de los PFNM, accesible a todos los entes relacionados con el sector de los PFNM.

-Asegurar el manejo sustentable de los PFNM y su conservación.  
-Identificar las falencias prioritarias de investigación y brechas tecnológicas.

-Promover la colaboración interdisciplinaria y asociatividad entre las instituciones dedicadas a la investigación (Institutos Tecnológicos y Universidades), organizaciones privadas, Gobierno y organizaciones no gubernamentales, en relación al rubro de PFNM.

-Apoyar la difusión y transferencia tecnológica de los resultados generados por la investigación de los PFNM, privilegiando aquellos procesos tecnológicos que aporten valor agregado al producto final.

-Apoyar los procesos e iniciativas de certificación de la producción de PFNM orientados a los mercados externos (por ejemplo la certificación orgánica).

Acciones:

-Generar un Catastro Nacional de PFNM de carácter cualitativo y cuantitativo, que detalle al menos las especies, cantidades y ubicación del recurso.

-Se debe poner la información al acceso de los niveles más primarios del sector de los PFNM, como por ejemplo las comunidades productoras. El flujo de información debe ser expedito entre los interesados en el tema.

-Evaluar el impacto sobre el recurso y el ambiente de la extracción productiva.

-Fomentar la investigación en técnicas de manejo sustentable de los PFNM y nuevas formas de procesamiento (desarrollo tecnológico) que lleven a la generación de productos con mayor valor agregado.

-Impulsar la investigación sobre los mercados externos e internos (demanda) y la comercialización de los PFNM, que conlleve a la generación de planes de negocios.

-Crear nuevos canales de transferencia tecnológica de bajo costo para los niveles más primarios del rubro, como lo son recolectores y pequeños productores.

-Fomentar el establecimiento, manejo y difusión de unidades demostrativas como herramienta práctica para la transferencia tecnológica.

-Articular y promover programas de capacitación y cursos específicos a distintos niveles; profesionales y técnicos, sector productivo, recolectores, etc., tendientes a disminuir las brechas tecnológicas.

-Promover la inclusión de la temática de PFNM en planes curriculares de carreras universitarias y técnicas relacionadas con los recursos naturales.

-Coordinar giras tecnológicas nacionales e internacionales orientadas a pequeños y medianos productores.

### - **Lineamiento Estratégico 3. Mercado y Comercialización**

Rubro de los PFNM posicionados y consolidados en el mercado.

Objetivos Estratégicos: -Identificar las características del mercado de los PFNM.

-Reforzar y consolidar el comercio formal de PFNM.

-Fortalecer la asociatividad de recolectores, para mejorar la gestión y comercialización de PFNM.

Acciones:

-Estudios de mercados, tendientes a fortalecer los canales de acceso a información y generar nueva información orientada especialmente a los mercados internacionales, así como también evaluar los mercados nacionales o locales.

-Fomentar el desarrollo de giras comerciales nacionales e internacionales.

-Estimular el desarrollo y mejoramiento de productos a través de la identificación de nuevos nichos mercado.

-Incorporar la certificación (certificación orgánica, comercio justo, etc.) para alcanzar nuevos mercados, fundamentalmente a nivel internacional.

-Capacitar a las asociaciones de recolectores con herramientas de comercialización como desarrollo de imagen corporativa y marca, gestión y logística para la comercialización.

-Difusión de experiencias piloto en la comercialización de PFNM y promoción de canales de comercialización establecidos.

-Contratación de gerente encargado de comercializar productos de los recolectores asociados con financiamiento público y/o privado.

### - **Lineamiento Estratégico 4. Políticas Públicas.**

Rubro de los PFNM reconocidos en las políticas públicas.

Objetivos Estratégicos: -Ser reconocidos por la institucionalidad pública como una entidad representativa y formal de los PFNM.

-Hacer visibles a la institucionalidad pública las problemáticas del rubro de PFNM, entre ellas las necesidades de los recolectores, las imperfecciones del mercado y la extracción no sustentable de los recursos.

-Impulsar políticas y legislación para desarrollar el rubro PFNM en forma sustentable.

Acciones: -Proponer la creación de incentivos o instrumentos de fomento para el desarrollo de este rubro y con un uso sustentable de los recursos.

-Participar en procesos de discusión, mejora y/o generación de políticas públicas que impacten directa o indirectamente el rubro de los PFNM.

-Articular el acceso a recursos públicos y aportes privados según la demanda real existente.

## CONCLUSIONES

Desarrollar esta estrategia significó consensuar una gran cantidad de criterios para que esta permita lograr en el corto, mediano y largo plazo, los objetivos de desarrollo que la Mesa PFNM se ha fijado para el futuro. Además la estrategia debe tener presentes los objetivos particulares de todos y cada uno de los miembros de la Mesa, sean estas personas naturales, instituciones públicas, institutos tecnológicos, universidades, organizaciones sociales y empresas privadas, por lo tanto fue un trabajo de largo aliento, pero que se espera traerá grandes ventajas para desarrollar este sector en la región del Bío Bío.

La estrategia permite ordenar en primer lugar todos y cada uno de los intereses de los miembros de la Mesa, constituyendo su “carta de navegación”, lo que ayuda ciertamente a ordenar las ideas, concentrar los esfuerzos, definir responsabilidades, optimizar los recursos propios y aquellos posibles de captar para el mejor funcionamiento del rubro.

La estrategia también permite generar responsabilidades y plazos de trabajo en torno a ella, lo que significa que está en permanente dinamismo, generando acciones y cumpliendo objetivos, y evidentemente debe estar en permanente renovación y actualización para una mejora continua.

Se espera que esta estrategia se constituya en una potente herramienta que permita que todos los miembros de la mesa trabajen con objetivos comunes, orientados a lograr la misión que esta organización se ha planteado y lograr ciertamente concretar un sueño nacido de un grupo consolidado en años de trabajo y experiencias que desea dar un paso relevante y cualitativo en pos del futuro del rubro PFNM de la región del Bío Bío en especial y ser un aporte sustancial en aquél del rubro PFNM a nivel nacional e internacional.

## AGRADECIMIENTOS

Los autores y miembros de la comisión encargada de generar esta estrategia desean agradecer a todos y cada uno de los miembros de la Mesa PFNM de la región del Bío Bío sus años de permanente compromiso con el rubro y con los otros miembros de la Mesa, y su disposición a

solicitar y apoyar este trabajo, que se espera sea un importante aporte para lograr los anhelos que han movido a todos y cada uno ellos.

## REFERENCIAS

**INFOR, 2014.** Productos Forestales No Madereros. Boletín N° 22 Diciembre 2014. Instituto Forestal, Chile. En: no <http://wef.infor.cl/publicaciones/publicaciones.php#P6>.

**Katz, M. y Rosen, H., 1994.** Microeconomía, Addison-Wesley Iberoamericana.

**Le Roy Miller, R. y Meiners, R., 1988.** Microeconomía (3ª ed.). Bogotá: Mc Graw Hill.

**Valdebenito, G., 2013.** Existencia, Uso y Valor de los Productos Forestales del Bosque Nativo en Chile. Trabajo presentado al Tercer Congreso Latinoamericano IUFRO. Costa Rica 2013.

