



Publicación de divulgación científica

# Innovate

EDICIÓN 5 / 27 DE AGOSTO DE 2016



SANTO  
TOMÁS

Empresas  
aprenden  
y desarrollan

"LA INNOVACIÓN NOS AYUDA A CRECER – TECNOLOGÍA, CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD"



LOS BOSQUES DE MATANZAS:

## Turismo sustentable y rentable

La tranquila zona de Navidad es el escenario ideal para una joven pareja que decide dejarlo todo e implementar un sistema turístico que se caracterizan por su tranquilidad junto a un bosque nativo y cuidados del medioambiente.

Director Regional de Sernatur

"EN NINGÚN TERRITORIO DEL PAÍS EXISTE LA RIQUEZA PAISAJÍSTICA, PATRIMONIAL E HISTÓRICA QUE TIENE ESTA REGIÓN"

PROYECTO DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE  
REVITALIZARÁ LA GANADERÍA OVINA REGIONAL

"Proyecto financiado a través del Fondo de Innovación para la Competitividad del Gobierno Regional de O'Higgins y su Consejo Regional, enmarcado en la Estrategia Regional de Innovación"

EJECUTA

  
SANTO  
TOMÁS

FINANCI

  
CORE  
CONSEJO REGIONAL  
REGION DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS

  
Gobierno Regional  
REGION DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO O'HIGGINS  
  
Gobierno de Chile  
  
Decreto  
GOBERNACIÓN

## "Innovate O'Higgins: Red de difusión y apoyo a Pymes del sector turístico y agrícola"

Es un proyecto financiado por los fondos FIC del Gobierno regional de O'Higgins 2015 y ejecutado por la Universidad Santo Tomás.

La iniciativa busca la difusión de la cultura innovadora, con el fin de fomentar el emprendimiento y la innovación en la zona.

### Coordinador de Proyecto:

Manuel Olmos,  
Rector IP Santo Tomás

### Editor general:

Alejandra Sepulveda,  
Coordinadora contenidos  
alejandrasespulveda@elrancaguino.cl

### Coordinador capacitaciones:

Maria Victoria Barra,  
Periodista Santo Tomás

### Creación Material Periodístico:

Productora Maxcy Jesús González Martínez EIRL  
Textos: Luis Fernando González, Marcela Catalán y Valentina Bustamante  
Diagramación: Viviana González  
Fotografía: Pablo Mardones

### Distribución

Sociedad Informativa Regional S.A.  
A través de Diario El Rancaguino

### Agrupaciones colaboradoras

Frusexta, Corfo, Sercodec, Indap, Gobierno regional, Consejo regional e Intendencia región de O'Higgins, Centro de Desarrollos de Negocios Savira, Universidad de Chile, Fundación para la Innovación Agraria FIA, CER, INIA, Innova Difusión, Universidad de Talca, CSIRO Chile, MOP, DGA.

## CADENA DE VALOR

# El Pilar fundamental para una

En el siguiente número hablaremos de la importancia de buscar nuestro sello distintivo, la creación de procesos eficientes, o introducir un enfoque sustentable que nos ayude a distinguirnos del resto, pero especialmente aumentar nuestra productividad.

Es así como conoceremos en estas páginas el ejemplo de un estudio realizado por la Universidad de Chile sobre los corredores del secano costero, donde la iniciativa busca potenciar su producción mejorando la cadena de valor, llevando el producto a una línea gourmet y platos tradicionales que resaltan su sabor.

Por otro lado, también conoceremos cómo el turismo sustentable comenzó a tomar fuerza en la zona con emprendedores jóvenes como el centro turístico de Bosques de Matanzas en Navidad, combinan las buenas instalaciones, servicios y atención, con la tranquilidad de la naturaleza.

### LAS VENTAJAS COMPETITIVAS

En 1985 Michael Porter presenta el Libro "Ventaja Competitiva", en donde desarrolla un modelo teórico denominado "Cadena de Valor". Su objetivo es representar las actividades de una organización e identificar aquellas que generan valor al cliente y, por ende, a la empresa.

Se dice que una empresa tiene una ventaja competitiva frente a otra cuando es capaz de aumentar el "margen". Se define como margen a la diferencia entre las ventas y los costos; por lo tanto, un aumento del margen consiste en aumentar las ventas, disminuir los costos o ambas acciones. El análisis de cómo aumentar el margen se realiza a través de la "Cadena de Valor", por ello es importante que cada empresa tenga muy claro cuál es su cadena de valor.

### ¿QUÉ ES LA "CADENA DE VALOR" EN UNA EMPRESA?

## COMO AUMENTAR EL MARGEN



Cada empresa para producir y comercializar su bien o servicio debe realizar un conjunto de actividades que van desde el diseño, la producción, comercialización y post venta. Todas estas actividades, Michael Porter las sistematizó y las presentó en una figura (ver imagen 1).

La Cadena de Valor representa el valor total y consiste en:

1) **Margen:** Diferencia entre el valor total y el costo de las actividades de valor.

2) **Actividades de Valor:** Son las distintas actividades que realiza una empresa y se dividen en:

a) **Actividades Primarias:** Son aquellas necesarias para la creación física del producto o servicio, su venta y transferencia al cliente, así como la atención de post venta. Es decir, son actividades propias del rubro en que se encuentra la empresa,

se dividen en las cinco categorías que se observan:

i) **Logística Interna:** Es la gestión y administración de la forma en que se reciben y almacenan las materias primas necesarias para la producción del bien o servicio. Mientras mayor es la eficiencia de la Logística Interna, mayor es el valor generado por esta primera categoría.

ii) **Operaciones:** En esta etapa se reciben las materias primas y se transforman en distintos procesos para generar el producto final o servicio. Mientras mejor planificados estén los procesos y asignación de recursos, se aumentará la eficiencia de las operaciones. Esto contribuye a aumentar el valor agregado de la empresa.

iii) **Logística Externa:** En esta etapa post producción, el objetivo es ser eficiente en llegar a mayoristas, distribuidores e incluso al consumidor final. Estas actividades son otra oportunidad para aumentar el valor agregado de la empresa.

iv) **Marketing y Ventas:** Son fundamentalmente los gastos en publicidad, difusión y promoción de los productos. En este caso, la eficiencia del gasto se vincula con la efectividad de éste, en el sentido de utilizar los medios que permitan llegar de mejor forma al mercado objetivo.

v) **Servicios:** son actividades vinculadas principalmente con servicios de post venta. Estos servicios aumentan la confianza del consumidor al percibir este apoyo que

## FIGURA CADENA DE VALOR



# mejor productividad

se traduce en un producto o servicio de mayor valor.

b) **Actividades de Apoyo:** Estas actividades sustentan las Actividades Primarias y se complementan entre sí. Son actividades que pueden apoyar en forma transversal a toda la empresa. Así, tenemos:

i) **La Infraestructura de la Empresa:** la planificación, la contabilidad y las finanzas que apoyan a todas las actividades primarias con gestión e informes que dan cuenta de su avance y posibles desviaciones.

ii) **Gestión de Recursos Humanos:** Son los procesos que se relacionan con el Reclutamiento, Selección, Contratación, Evaluación, Capacitación y Desarrollo, Motivación y Desvinculación del principal recurso de toda empresa, como lo son las personas.

iii) **Desarrollo Tecnológico:** Capacidad de la empresa para investigar, en el sentido de estudiar los procesos internos e incorporar modificaciones (que no necesariamente se relacionan con maquinarias o tecnologías nuevas) que permitan la mejora continua. Generan costos, pero también valor.

iv) **Aprovisionamiento o Adquisiciones:** Cómo se almacenan y acumulan las mercaderías, insumos o materiales.

Este análisis se debe complementar con la



decisión estratégica que queremos seguir. Así, tenemos las siguientes alternativas:

- **Diferenciación:** La empresa produce bienes o servicios exclusivos y los consumidores están dispuestos a pagar por esto.
- **Liderazgo en costos:** La empresa analiza su cadena de valor con el objetivo de disminuir los costos en cada una de sus actividades. Esto permitirá entregar un mejor precio al consumidor y un posible aumento de penetración de mercado.
- **Enfoque o Concentración:** Segmentación o especialización; la empresa se concentra en satisfacer segmentos definidos en base a productos, población o geografía.

Estratégicas Genéricas de Michael Porter		Ventajas Estratégicas	
Objetivo Estratégico	Toda La Industria	Particularidad percibida por el consumidor	Bajos Costos
	Sólo un Segmento	Diferenciación	Liderazgo en Costo
		Enfoque (Segmentación o Especialización)	



## LAS PYMES SON LA CLAVE

La cadena de valor puede resultar un elemento facilitador del proceso de extensión de la responsabilidad social. En este sentido, las PYMES juegan un papel de gran relevancia, ya que conforman la mayoría de proveedores de las grandes empresas. Las PYMES, a la hora de implementar la RSE, poseen menos burocracia, más conocimiento del entorno local, menos exigencias, a la vez de ser más adaptables y flexibles.

Para controlar los riesgos vinculados a la reputación corporativa y proteger su valor, las empresas deben empezar por asegurar la adecuada gestión de la cadena de valor. Es importante que todos sus actores comparten los mismos valores, estándares de gestión y cumplimiento normativo, garantizando un adecuado control de riesgos. A la vez ello trae consigo, una serie de ventajas, tanto para la empresa como para sus proveedores. Para la empresa cliente (empresa que contrata con el proveedor) implica la mejora continua de la producción, una producción sostenible y rentable, una relación estable con sus proveedores, la intervención en el proceso de producción mediante la sugerencia de cambios o mejoras que beneficien a la empresa permitiéndole crear ventajas competitivas, así como también la disminución del riesgo de denuncia de malas prácticas. Del otro lado, para las empresas que forman la cadena de valor, se verán beneficiadas por el aumento de los contratos a largo plazo, la estabilidad financiera que permite planificar con exactitud la estrategia de trabajo, el incremento de la productividad, rentabilidad asegurada dada la existencia de contratos a largo plazo, mejora de la motivación de los empleados y de sus condiciones de trabajo, acceso a programas de formación a coste reducido, incentivos a la I+D+i, así como la prioridad del contrato frente a ofertas de otros proveedores, en caso de estar incluido en algún programa de mejora continua incentivado por la empresa.

## Seminario "Fundamentos e ideas para innovar en el sector Agrícola"

El Gobierno Regional de O'Higgins, junto a la Universidad Santo Tomás tienen el agrado de invitarlo a participar del primer seminario de Innovación del proyecto FIC "Transferencia Innóvate O'Higgins: Red de difusión y apoyo a pymes del sector turístico y agrícola".

La actividad se realizará el día **Miércoles 7 de Septiembre del 2016**, a las **9:30 horas** en el **Auditorio de Santo Tomás Rancagua**, ubicado en O'Carrol 63.

Exponen:

**"Innovación y desarrollo de nuevos productos Agroalimentarios"**

Marcelo Chacana Ojeda, Coordinador Magíster en Gestión de la Innovación de Santo Tomás

**Una tecnología para la innovación en Hortaliza**

Edson Escobedo y Carola Zambrano

Empresas Doña Nancy y Hortalizas Colchagua.

Inscríbete pronto, la actividad es gratuita y tienen cupos limitados.

[innovate@santotomas.cl](mailto:innovate@santotomas.cl)

# Proyecto de la Universidad de Ch revitalizará la ganadería ovina reg

La iniciativa se lleva a cabo desde enero de este año, gracias a la adjudicación de un FIC del Gobierno Regional. Fruto de eso resultará un sello de origen del sector, además de dotarlo de una institucionalidad que velará por su desarrollo. También se analizarán modelos de faenadoras para la actividad local.

**MARCELA CATALÁN**

**T**a carne de cordero del Secano es la mejor del país, pero los comensales lo desconocen fruto de una serie de circunstancias que afectan a los productores locales. Bajo este diagnóstico es que un proyecto de la Universidad de Chile pretende revitalizar la ganadería ovina de la zona, gracias a la adjudicación de un Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional.

La propuesta comenzó a efectuarse en enero de este año y es ejecutada a través de la Facultad de Ciencias Veterinarias y Pecuarias de la Universidad de Chile, en colaboración con su Departamento de Ingeniería Industrial de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas del mismo plantel. Cuenta con el apoyo del Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap), la Seremi de Agricultura y Fundación Hazi de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Esta última los respaldará en la generación de la institucionalidad del rubro.

El diagnóstico del plantel apunta a considerar que la carne

MÁS RICO, MÁS NATURAL, MÁS CALIDAD

Alejandra Valencia es médica veterinaria y gerente de la Cooperativa Ganadera Masióvina Ltda, que reúne a 32 productores de cordero de siete comunas de O'Higgins. Todos ellos suman 5 mil cabezas aproximadamente, vinculados "a un sistema de producción en praderas libres". Algunos tienen su terreno y otros hacen trashumancia, que traslada a los animales de un lugar a otro, bajando en invierno a potreros y sitios con frutales. "Hay una tradición bien larga de la ovejería en la región, cuyo rescate también es uno de los objetivos de esta agrupación", apunta. La profesional subraya que ésta es "una de las pocas carnes naturales que está quedando, pues surge de mecanismos más amigables con el medio ambiente". En estos, asegura que se preocupan del bienestar de la especie. "Más rico, más natural, más calidad. Son conceptos presentes y que nos diferencian del resto", declara.

El 90 por ciento de los productores ovinos de esta parte del país, no se encuentra afiliado a una comunidad mayor. Una realidad que afecta sus negocios y que Valencia considera fundamental atacar. "Asociarse les permite generar volumen, lo cual es atractivo para comercializar y acceder a mercados de nicho. Esto también les permite proteger sus negocios y aportar a la salud pública, evitando zoopatías al poder notar por faeces formales", argumenta.

Al suyo, esto igualmente les facilita poseer "una opinión transversal e independiente del patrimonio que ellos aportan. Todos tienen igualdad de voz y voto. Se trata de una figura participativa y donde las decisiones importantes las toma la asamblea general, que son todos los socios".

"EL CORDERO DEL SECANO  
CENTRAL ES EL MEJOR DEL PAÍS

Hace 20 años que la familia de Francisco Sepúlveda se dedica a la ganadería ovina, por lo cual sabe a ciencia cierta cómo es el cordero de la región. "El del Secano central es el mejor del país. Entre éste y el de Magallanes, hay una diferencia en cuanto a alimentación", como también en aspecto y porte del animal, indica. Por eso, asegura que esta carne cumple con todas las expectativas del mercado. "Nosotros partimos hace dos décadas en esto, nos ha costado mucho demostrarlo, pero la gente lo va reconociendo", afirma el propietario de "El Fogón del ovejero". Éste es una especie de restaurante filial de Corderos Pumahue, la principal comercializadora de congelados de esta especie en todo O'Higgins, la que abastece a los principales hoteles, viñas y comedores de la zona.

posee cerca de 120 mil cabezas ovinas, con una producción de corderos estimada en 60 mil por cada temporada. También juzgan con buenos ojos que heterogéneas exploraciones han determinado que la zona podría duplicar la capacidad de la carga animal. Otro dato: según la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa), alrededor del 75 por ciento

de la producción de corderos es destinada a autoconsumo o a la venta informal, que no forma parte de las estadísticas. Aquello ha provocado graves problemas de salud pública, traduciéndose en altas tasas de hidatidosis en O'Higgins.

Este es una enfermedad causada por un parásito (Echinococcus granulosus), que es transmitido por el perro a través de su materia fecal. Cuando éste elimina sus heces, salen huevos del parásito y contaminan el agua, pasto, la tierra y verduras, y hasta quedan adheridos en el pelo del mismo can. Las ovejas ingieren estos huevos mediante el pasto o el agua, y en sus órganos se forman los quistes. Si el perro es alimentado con estas vísceras enfermas, en su intestino se crean otra vez los parásitos, empezando el ciclo nuevamente. De tal manera se ocasiona una zoonosis, que pasa de la fauna a los humanos.

En línea con el diagnóstico de la Universidad de Chile, en esta parte del país falta una institución formal que ofrezca a todos



los actores -lo cual ha impedido desarrollar una estrategia del sector local-. Otros problemas serían la sequía y la falta de poderes compradores, además de la carencia de una infraestructura industrial, promoción y difusión de la carne de cordero.

## ACTIVIDADES

Uno de los objetivos de la propuesta es dotar al sector regional de una institucionalidad público privada que le permita hacerse responsable de su desarrollo, "para que el Estado tenga un interlocutor claro con quien hablar".



al respecto", explica José Acosta, de la Universidad de Chile. El proyecto pretende levantar este engranaje a partir de la Mesa Ovina de O'Higgins, organismo "de hecho que se transformará en un de derecho", agrega. Al final, éste poseería una normativa, estructura y fines propios, consolidándose también con una figura jurídica específica. Según indica el médico veterinario, todo ello lo determinarán los actores que se sumen a la instancia, al tratarse de una iniciativa de índole participativa. En septiembre realizará de seis talleres, para a delinear todo ello. El otro objetivo es crear y gestionar calidad y origen de la carne ovina del S. O'Higgins. "Estamos en intermedia de efectuando entrevistas a jefes de compradores y empresarios. Les preguntamos cuádado del concepto cabecera negra. A construirán un relato

Contacto CER

**Contacto CER**  
Claus Kobrich es el coordinador del proyecto "Sector ovino regional". Para contactarlo, puede comunicarse con la Cooperativa Másovino, cooperativa.masovino@gmail.com. También pue-

# Chile Regional

**"EN LA MEDIDA QUE TENGAMOS PLANTAS FAENADORAS, EVITAREMOS ESTA CIRCUNSTANCIA INFORMAL"**

Hace cuatro años que Francisco Duboy, presidente de la Asociación de Productores y Exportadores de la Región (Asproex A.G.), decidió incursionar en un rubro distinto al de las frutas. Es así como se animó a introducirse en el de la ganadería ovina, luego de que el Instituto de Investigaciones Agropecuarias (Inia) le asegurara que ellos podrían conseguir que cada oveja madre tuviera un promedio de 1,5 crías vivas. "En una locura decidí probarlo en el valle, porque se trata de tierras para el riego. Sin embargo lo hicimos y hemos logrado lo que ellos sostienen, sin muchas diferencias con lo hecho en el Secano". En la actualidad posee 80 hembras que serán preñadas en diciembre. De los 300 nacidos en la temporada pasada, se quedaron sólo con los de sexo femenino. En 18 meses más, ellas serán cubiertas por machos. "Habrá un crecimiento exponencial. Si uno va dejando a todas las madres, en un par de años tendremos mil o mil 200 animales. Eso no me cabe aquí, por lo que deberé cambiarme al Secano", vaticina.

Respecto a las ventajas del sector en dicha zona, Duboy destaca que dicha ganadería dispone de dos tercios del terreno regional donde desarrollarse. A su juicio, la principal traba "es que no tenemos dónde faenar o cómo procesar y hacer un producto con valor agregado. Hay un matadero en Lihuele (Palmilla), pero sólo lo utilizamos para tener carne para los clientes que vienen desde Santiago. Todos los demás corderos están vivos aquí. La gente pasa, se los lleva y los faena en sus casas", relata. Sobre las consecuencias de esta situación, el exportador de fruta explica que es un obstáculo grave. "Existe un problema de salud pública en relación a los corderos, a quienes se les da muerte en las casas. Está la hidatidosis, trasmisiva de los corderos a los perros. Eso es peligroso, porque la tasa en la región es muy alta. En la medida que tengamos plantas faenadoras, evitaremos esta circunstancia informal", afirma Duboy. Por eso destaca la importancia del proyecto de la Universidad de Chile, además de subrayar que éste dotará de institucionalidad al sector. "Ayudará a los productores a juntarnos y ver cómo trabajamos juntos", sentencia.



**"Transferencia programa desarrollo**  
de escribir a [ckobrich@uchile.cl](mailto:ckobrich@uchile.cl).  
no, puede enviar un correo al email  
y puede visitar [www.masovino.cl](http://www.masovino.cl)

izarán el segundo  
donde se dedican  
a aquello.

o de la propuesta  
ionar un sello de  
en para la gana-  
Secano de O'Hig-  
os en una fase  
su elaboración,  
a de supermer-  
arios gastronómicos  
también se han es-  
cordero de acá, de  
A partir de esto se  
el plato con especia-  
puedes traducir eso  
que serán contra-  
taller con actores  
Acosta.

o llevar a cabo esta  
ta a responder al  
consumidores por  
y vienen y las ca-  
los productos que  
carne es mejor  
atagonia, pero no  
este proyecto busca  
ato, de modo que  
presarios lo ven-  
este sello, la gente  
citicarlo", grafica

Francisco Sepulveda  
es propietario de "El  
fogón del ovígero". Se  
trata de una empresa  
filial de Corderos  
Pumanque, la principal  
comercializadora de  
congelados de esta  
especie en todo  
O'Higgins.



acerca del impacto concreto que tendrá esta medida. Otro objetivo de la iniciativa, es hacer estudios de modelos de gestión para levantar una planta faenadora de la región. Y es que su inexistencia ha hecho que el cordero hoy se venda mediante canales informales en la zona, convirtiéndose en un peligro para la salud pública al aumentar las tasas locales de hidatidosis. "A comienzos de los 90, aquí se evaluó la factibilidad de hacer una planta. Esto dio negativo, porque en ese entonces no se disponía de la tecnología para hacer una modular pequeña, para 100 mil o 120 animales. De lo contrario, no resultaba", dice Acosta.

En ese sentido, sostiene que "el 70 por ciento de los entrevistados por la Odepa vende en su predio, comercialización informal que ha disparado la hidatidosis". Por eso, el estudio arrojará sugerencias sobre quién debe hacerse cargo de la tenencia y administración de la faenadora. "Porque si se construye o el Estado pone dinero, debe beneficiar a la mayor cantidad de actores que sea posible. Hoy, los agricultores podrían aumentar la masa ovina. Pero no lo hacen, pues no saben a quién venderle después. Si hubiera una planta, habrían muchos más interesados en comercializar cordero. Y no sólo para el mercado nacional, sino que también para el internacional", arguye.

**SEREMI DE AGRICULTURA:**

## "Para el ministerio, la innovación no sólo se trata de hacer cosas nuevas"

MARCELA CATALÁN

Es el tema del momento y del cual todos hablan, ya sea en la televisión, diarios e incluso en internet. Es que la innovación promete hacer más productivos los negocios y, más importante aún, proyectarlos en el tiempo. En el Ministerio de Agricultura lo entienden a la perfección, por lo que se preocupan de incentivar su generación en el país. Así lo explica el seremi del ramo, José Guajardo.

"Para nosotros no sólo se trata de hacer cosas nuevas. Es importante, pero también se pueden adaptar tecnologías que funcionaron bien en otros países.

Por ejemplo, llevar agua al Secano. Mucha gente dice que eso no es innovar. Sin embargo, lo es totalmente en ese sector".

En palabras de la autoridad, en la cartera estiman que impulsar este concepto implica responsabilizarse "de la necesidad de avanzar en la producción, aunque no haciendo más de lo mismo". Por eso cita el ejemplo de otras naciones. "Los países desarrollados no son aquellos que continúan haciendo más trigo, arroz o cobre, sino que quienes le dan un valor distinto o agregado, consiguiendo entrar en otros lugares. Ingresan en nichos de mercado y eso es muy significativo para que las economías prevalezcan en el tiempo y no sólo sean negocios de corto alcance".

Respecto a cómo impulsan el tema desde la cartera, Guajardo explica que en esto es fundamental el rol de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA). Según comenta, dicha entidad "se encarga de recibir proyectos, dar ideas y lineamientos", con el fin de implementar novedades en los productos.

"El ministerio tiene diez ramas distintas, las cuales deben dialogar entre José Guajardo explica cómo conciben este concepto desde la cartera y la política

que hay detrás. Además, destaca proyectos pasados y actuales que marcan pauta en esta materia.

ellas. Una es la FIA, pero además está el Inia. Ambos se llevan muy bien, porque si bien esta última investiga, esa indagación debe asociarse en algún grado a la innovación. Aparte, la FIA se vincula con otras instituciones como la Corporación Nacional Forestal (Conaf) y el Instituto Forestal (Infor), que igualmente investiga e innova, el Instituto de Desarrollo Agropecuario (Indap), que entrega estos nuevos conocimientos a los pequeños productores, entre otros. Es decir, hay una relación permanente", argumenta.

También destaca el Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional, para ejecutar iniciativas que tengan un enfoque en O'Higgins. "Todo esto se encuentra muy relacionado con nuestra Estrategia Regional de Innovación. Fue efectuada hace muchos años atrás, pero estamos analizando poder refrescarla y modernizarla", añade el seremi.

**¿En qué área falta hacer hincapié mediante la innovación?**

"El riego es fundamental. Debemos hacer más proyectos sobre cómo aprovechar este recurso, captarlo, manejarlo en cada una de las plantas, además de llegar directamente a éstas y al predio. El cambio climático es otro asunto primordial. Ya tenemos un clima distinto, pero debemos pensar en lo que sucederá en 20 o 50 años más. Faltará agua para las plantas de acá, porque habrá altas temperaturas. Quizá debamos probar producciones que se hacen más al norte y así no tener que reaccionar a la situación, sino que adelantarnos y aprovechar ese escenario como una oportunidad".

## CASOS HONROSOS

En cuanto a iniciativas que destaca en la zona, Guajardo recuerda que esta administración ha dado "un fuerte énfasis a la horticultura". De ahí que mencione la presentación de "una gran batería de proyectos de innovación" para apoyar al sector, como "unas hortalizas baby, pequeñas y mucho más jóvenes y frescas, con cualidades especiales para llegar a mercados con nichos muy exigentes".

Una propuesta interesante que hoy está en ejecución y que el seremi considera relevante, es una que beneficiará a la ganadería ovina. Planteada por la Universidad de Chile, ésta pretende dar respuesta a algunas urgencias y problemáticas que enfrenta el sector en la región, en particular en el Secano. "Requieren apoyo en la parte genética y en el manejo. En la actualidad quieren hacer un sello, una marca que haga reconocible su producción en otros lugares. Es algo que se ha hecho en otras partes del país y del mundo, por lo cual no sólo se deben inventar cosas nuevas. A veces, hay que validar asuntos importantes", esgrime.

También apunta a las labores de coordinación que la cartera local ha llevado a cabo para que diferentes ideas lleguen a buen puerto. "FIA realiza proyectos, el Gobierno Regional los hace a través del FIC y las universidades igualmente postulan. Para nosotros es importante coordinar esos trabajos, de manera que no se repitan iniciativas desde distintas instancias, sino que se complementen unas con otras. El objetivo es que exista una sinergia positiva, para poder avanzar en una pirámide y que, a la larga, muchas propuestas desarrollen un producto más definido".

LOS BOSQUES DE MATANZAS:

# Turismo sustentable y rentable m

## SERNATUR OTORGÓ PRIMER SELLO DE SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA AL DESTINO NAVIDAD

En un íntimo encuentro, el director regional de Sernatur, Manuel Díaz Campos, fue el encargado de entregar el certificado que indica que el destino costero cuenta con un establecimiento que acredita estándares de calidad, también, garantizando a los turistas que el recinto cumple con toda la legislación y normas nacionales e internacionales relativas a asuntos laborales, municipales, tributarios, entre otros, además de estar registrado en Sernatur. Durante la ceremonia, la autoridad en turismo mencionó que con esta distinción "buscamos fomentar la adopción de prácticas de calidad en la industria turística regional y posicionar nuestros destinos como únicos en su tipo a nivel mundial, aumentando la satisfacción de los visitantes a nuestra zona, asegurándoles servicios de calidad, óptimos y transparentes". Además indicó: "Sin duda felicitamos y reconocemos el esfuerzo que hacen nuestros prestadores turísticos para certificarse, dado que es un mérito propio de ellos, y que habla del compromiso que tienen con la industria", destacó Díaz. En el ámbito de calidad, este distintivo traspasa y fortalece los servicios que entrega la industria del turismo, dejando a la región a la par con países más desarrollados en sistemas de excelencia, otorgando al prestador el orden y una serie de requisitos orientados a la mejora permanente en sus instalaciones y lo que es más importante, perfección en la prestación del servicio, superando las expectativas de los turistas y fidelización de estos.

### SELLO Q

Este distintivo reconoce que determinadas empresas se han comprometido voluntariamente a cumplir con todos los requerimientos establecidos por el Sistema de Certificación de Servicios Turísticos, tales como el cumplimiento de una norma oficial de calidad y haber obtenido la "Certificación de Calidad", otorgada por un organismo certificador acreditado, y ser parte del Registro Nacional de Empresas Turísticas de Sernatur.

Para poder obtener el Sello Q, más información en: [www.calidadturistica.cl](http://www.calidadturistica.cl)

**E**n Stephanie y "Pedro" en español, llegaron hace tres años a la zona de Navidad, ella proveniente de Santiago, él es de origen polaco. "Nos vinimos a apostar por una alternativa de turismo un poco diferenciada de lo que se estaba haciendo en la zona, que busca entregar una gama completa de servicios pero a través de un precio accesible, apuntando a familias jóvenes y extranjeros, así partimos con este proyecto de las cabañas", dice Stephanie.

Pedro viajó al lugar de vacaciones y quedó impactado por la hermosura y tranquilidad del sector, quien visualizó un centro de relajo y para aprender sobre el medioambiente, del reciclaje y conceptos que la gente no está interesado habitualmente pero cuando pasan unos días para ellos se transforma en algo importante.

Los Bosques de Matanzas cuenta actualmente con siete cabañas, las que están emplazadas en una hectárea que colinda con un bosque nativo, el cual ha sido adaptado para hacer trekking y caminatas. De las siete cabañas tres son para cinco personas y las otras cuatro son para dos, una de estas es para personas con movilidad reducida, además de contar con servicios de hot tub, piscina, juegos de niños, huerta orgánica y una zona de fogón.

"Yo tengo un tema particular con Navi-

dad. Mis abuelos hace 60 años venían a veranear a este lugar y fue algo que seguimos haciendo de generación en generación, por eso la conexión con el lugar. Fue esa posibilidad de admirar valles completos sin ninguna casa, una naturaleza completa fue lo que nos motivó a hacer este emprendimiento", nos cuenta Stephanie.

Por su parte Pedro, explica que en sector hay mucho espacio para nuevos emprendimiento y que la gente, especialmente deportistas y familias jóvenes, comenzaron a llegar a Navidad con mayor frecuencia por su belleza y tranquilidad.





dad, "este es un lugar que llegas y dices, guau, que maravilla".

El terreno donde están las cabañas pertenece a los papás de Stephanie, allí tenían su casa de veraneo, eso los motivó a hacer una cabaña adicional para poder disfrutar con amigos. Luego construyeron una tercera cabaña, la cual pronto fueron arriendando y con las ganancias que les dejó construyeron cuatro cabañas más y así rentabilizaron el proyecto completo. Fue en el verano de 2016 que

La tranquila zona de Navidad es el escenario ideal para una joven pareja que decide dejarlo todo e implementar un sistema de cabañas que se caracterizan por su tranquilidad junto a un bosque nativo y cuidados del medioambiente.



Stephanie y "Pedro" son los emprendedores que buscan destacar con la sostenibilidad de su proyecto.

Stephanie y su esposo decidieron dejar Santiago e instalarse completamente en Navidad para dedicarse al turismo.

#### FINANCIAMIENTOS Y APOYOS

En cuanto al financiamiento de este emprendimiento turístico, Stephanie explica que "nosotros nos hemos ganado dos fondos de Corfo, uno es el PRAE, el que nos permitió posicionarnos como un centro turístico sustentable y el otro es el Focal que es el fondo para la calidad que nos permitió obtener el Sello de Calidad de Sernatur este año".

En Los Bosques de Matanzas se apuesta por la educación de sustentabilidad. "Tenemos paneles solares que inyectan energía al medidor y que es algo que cualquier persona puede tener en su casa, tenemos sistema de reciclaje, a lo que le damos mucho énfasis. Por otro lado la calidad de servicios es importante, nosotros tenemos de todo, cabañas equipadas, piscina, chimenea, juegos de niños, tratamos de armar un ambiente en que las personas puedan estar todo el día en la cabaña si quieren", cuenta Stephanie.

La época estival es de mucho trabajo para la joven pareja, ya que las cabañas reciben mucho público, sin embargo cada fin de semana, sea invierno o verano, tienen gente en el complejo turístico. "La gente nos ha evaluado super bien", dice Stephanie.

En cuanto al futuro, la joven comenta que "en términos de cabañas es suficiente, no queremos invadir el bosque, así que por el momento nos quedaremos con las siete cabañas, pero queremos seguir trabajando, implementando un programa de turismo rural o con algún servicio gastronómico que destaque los sabores típicos de la zona. Para esto queremos postular al fondo IPRO de Corfo, Programa de Apoyo a la Inversión Productiva para la Reactivación".

Stephanie y su marido han trabajado con la municipalidad de Navidad. "Como estamos postulando a los sellos, a veces se necesitan capacitaciones y nosotros mismos somos quienes las pedimos a la municipalidad, no solo para nosotros sino que para todos quienes están en el rubro del turismo. Hemos levantado harias iniciativas con la municipalidad y con la cámara de turismo, lo que hacemos es ver planificación de capacitaciones para los hoteleros, realizar distintas actividades", finaliza Stephanie.



#### API TURISMO:

## Bondades de la miel buscan posicionarse como ruta turística

Esta iniciativa surge de una emprendedora, quien ha ganado fama mundial y congregado visitas desde recónditos lugares del mundo sólo para conocer su proceso de producción de miel y propóleo.

Rodeado de praderas y bosque nativo, Colmenares Moni Mony se ubica en San Luis de Almohue, comuna de Pichidegua, Región de O'Higgins, a 170 kms al sur de Santiago. Sus productos concentran la riqueza del bosque nativo de la zona central de Chile y de las flores silvestres.

Este innovador proyecto nace el año 2003 como un propósito personal de la apicultora Mónica Rodríguez, quien gracias al soporte de su familia, sumado a organismos de Estado como INDAP y SERCOTEC, más el apoyo técnico de Sernatur, éste último le ha permitido formalizarse y ser parte del Registro Nacional de Prestadores Turísticos, como servicio de espaciamiento.

"En este momento me encuentro desarrollando un proyecto de api turismo, que sería pionero en la región. Esta idea nace de una invitación de mi esposo para criar abejas, y así contribuir a la diversificación de la oferta y una alimentación saludable", manifestó la empresaria.

Actualmente Mónica, quien participó como expositora en el Tercer Encuentro Mujeres Emprendedoras Área Turismo, instancia realizada el presente año, posee 200 colmenas y una sala de extracción y envasado de productos apícolas con resolución sanitaria y certificada para exportar, donde además, posee una sala de ventas. "La apicultura es un mundo fascinante, realmente está lleno de sorpresas, cuando uno abre una colmena se encuentra con una organización fantástica de mucha solidaridad dentro, donde las abejas dan la vida por sus hermanas, donde hay todo un lenguaje de movimiento y aroma, feromonas y sobre todo, el gran aporte que nos hacen a nosotros para recolectar alimentos, como el néctar, polen, propóleo y jalea real", indicó.

Rodríguez también señala que: "Como experiencia, hace dos años vinieron de un canal de televisión de Japón hacerme un reportaje sobre la producción de propóleo y diversificación hecho por una mujer (...) Mi primer viaje para compartir esta experiencia fue a Nueva Zelanda y Australia, a un congreso mundial y también recorrimos toda Europa exponiendo sobre este tema en universidades, centros de investigación, cooperativas, y en año pasado fui a Corea y China a un congreso mundial de apicultura, y este 2018 espero ir a Turquía", enfatizó.

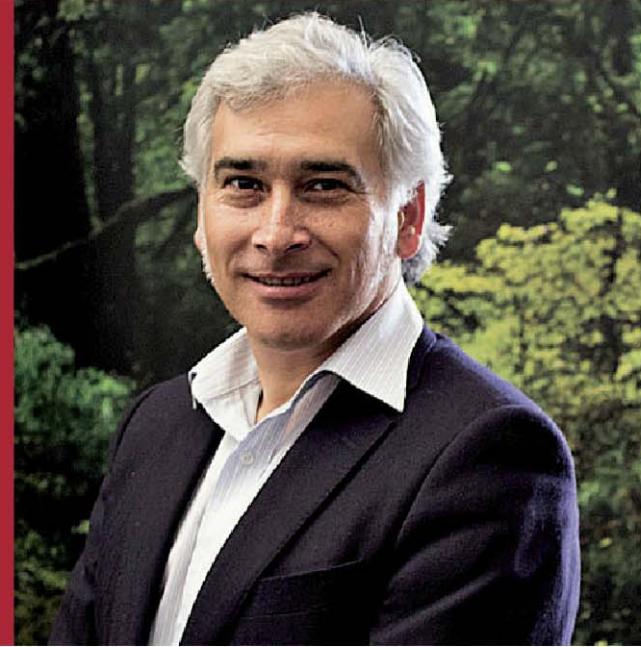
Colmenares Moni Mony es la primera empresa apícola que se certifica en Producción Limpia de Miel en la Región de O'Higgins y también es la primera empresa apícola local que ha recibido el Sello Manos Campesinas de INDAP (Ministerio de Agricultura).

"Me gustaría llegar a consolidar una ruta de la miel, y que las personas conozcan más sobre los beneficios de este maravilloso producto. Como mujer todos los días enfrentamos desafíos, y creo que Chile y la región son de oportunidades. Tenemos mucho apoyo de instituciones públicas, y sólamente hay que atreverse a tocar puertas para así poder cumplir nuestros sueños", concluyó Mónica.



MANUEL DÍAZ, DIRECTOR REGIONAL DE SERNATUR

# “En ningún territorio del país existe la riqueza paisajística, patrimonial e histórica que tiene esta región”



**E**l 23 de marzo del 2015, Manuel Díaz asume como Director Regional de Sernatur en la Región O'Higgins. Manuel nació en Arica, aunque su familia es oriunda del sector de Navidad por un lado y de San Fernando por otro, lo que lo ha ligado siempre a la región.

Manuel es profesor, además de Master en Marketing y Master en Programación Neurolingüística, y nos cuenta que durante este periodo que lleva a cargo del Servicio Nacional de Turismo ha realizado un trabajo maravilloso “que permite impactar en un territorio y cambiar la mirada de quienes lo habitan de manera que puedan ver lo que antes no veían, que miremos la región desde otro lugar, así nos hemos enfocado en el servicio. Hemos trabajado en la capacitación y en el darse cuenta lo que para nosotros es muy importante, porque tiene que ver con el punto ciego que tenemos todos los seres humanos”, dice Manuel.

El Director de Sernatur plantea que como habitantes de la región de O'Higgins debemos detenernos a mirar toda la riqueza turística que ésta tiene. “Yo conozco todo Chile y me atrevo a decir que en ningún territorio del país existe la riqueza paisajística, patrimonial e histórica que tiene esta región. En un solo territorio partimos con las nieves eternas, tenemos canchas de ski, termas, después en el valle los viñedos y su historia, las fiestas costumbristas, tenemos el lago Rapel, gastronomía que tiene que ver con productos nuestros, como la quínoa, las alquerías de Navidad; tenemos dos casinos, un museo que es el más visitado de Chile, hay un hotel de la Viña Vik, que pertenece a uno de los 50 hombres más ricos del mundo, y por cierto tenemos las playas de Pichilemu que son cuna del campeonato mundial de surf. Es increíble, es decir tenemos una cantidad de atributos que nos convierten en uno de los mejores destinos de Chile”, asegura.

Sernatur, como servicio público, administra algunos programas sociales, “como las Vacaciones para la Tercera Edad o programas para familias, además de las giras de estudio, eso es lo que manejamos además de una Oficina de Informa-

ción Turística, esa es la pega que tenemos a nivel de Gobierno, pero que hemos hecho nosotros, aprovechando esta tribuna que es el Sernatur, hemos ido haciendo un catastro, visitando todos los municipios de la región y han sido los propios concejales quienes nos han pedido que les envíemos la información turística a ellos, para apoyar iniciativas. Lo primero que nosotros tenemos que hacer es que la autoridad comunal mire al turismo como un eje estratégico de desarrollo. En paralelo hemos estado trabajando en conformar los gremios de turismo de cada uno de las comunas, tanto es así que estamos pensando formar la Confederación Regional de Camas de Turismo, lo que es un paso gigantesco que le da una orgánica y un sustento a la actividad turística, y nos permite pensar en políticas públicas en torno a esto”, explica Manuel. “Nosotros trabajamos resolviendo algunas debilidades, que generalmente no tienen que ver con infraestructura, sino con las miradas, por eso se realiza el coaching con los empresarios, que es básicamente hacerse preguntas para darnos cuenta de qué se está haciendo y qué es

importante destacar, por ejemplo felicitar a nuestros trabajadores para que así se generen armonías en el trabajo, además de no delegar responsabilidades cuando se trabaja en familia, el jefe es uno solo”, agrega Manuel.

Asegura que la gente ha tomado confianza y ha hecho las inversiones, “que eso es lo concreto de este trabajo, porque antes la dinámica era trabajar enero y febrero y luego cerrar los negocios. Pero eso implica que la gente que viene en otras fechas a la

región no encuentre ofertas y pierda el interés, lo importante es que se entienda esto y se apueste por el turismo de enero a diciembre”, comenta Manuel.

En torno a este objetivo se realizó un relanzamiento de la Ruta del Vino de Cachapoal en la Viña Torreón de Paredes, donde se convocaron a más de 80 prestadores de servicios turísticos y viñas para levantar una oferta enológica de turismo y “generar las confianzas suficientes para que el empresariado se unifique y empiece a invertir en su emprendimiento, que se crean el cuello, estamos parados en una mina de oro”, manifiesta.

Díaz además destaca que en un futuro se abrirá el Paso Las Leñas, lo que permitirá el ingreso de nuevos turistas, por lo que la región debe estar preparada para aquello y trabajar en las debilidades “nosotros sabemos que hay brechas y una de las brechas más grandes que tenemos es el capital humano, el capital humano tiene que ver con el primer contacto que tiene el turista cuando llega, es decir con el señor del kiosco, el taxista, el recepcionista del hotel o el garzón del restaurante; nosotros debemos ser cordiales en nuestra atención, buenos anfitriones, y por eso vamos a trabajar en la capacitación de este grupo, en el caso de los taxistas y de los suplementeros, que puedan aprender portugués, eso en Chile no se hace”.

En la región ya existen cursos y capacitaciones en el idioma portugués, ya que se

ha generado un aumento en el número de visitantes que vienen desde Brasil. Por otro lado el director destaca “el brasileño es el turista que más dinero invierte en promedio en sus vacaciones, nosotros tenemos una ficha de los mercados que nos interesan y entre los perfiles de consumo los brasileños viajan dos temporadas de 10 días al año. Además ya hay gran cantidad de brasileños en Santiago, por eso hay que traerlos a la región”.

## LA IMPORTANCIA DEL BOCA EN BOCA

“Nosotros nos dimos cuenta, a partir de las fichas que nos trae la Subsecretaría de Turismo, que las recomendaciones de amigos y familiares, y también las redes sociales son las que finalmente determinan el lugar donde tú vas a ir de vacaciones. Entonces vamos a hacer una campaña hoy día donde nosotros recomendemos la región y la podamos mostrar al mundo, por eso estas recomendaciones van a ser en inglés en español y el portugués. Queremos hacer concursos en redes sociales donde se comparten videos y experiencias de turistas en la región, es potente el tema de las redes sociales”, cuenta entusiasmado Manuel Díaz, “cuando tú no te muestras obviamente nadie te ve, y esta región hace cinco años que no hace promoción a nivel nacional, entonces lo que tenemos que hacer nosotros es invertir en promoción, esto es un producto”.

Existe un programa que está llevando Sernatur que se llama ‘Foco destino’, que se trata de relevar destinos, y en la región desde principios de este año se está potenciando Navidad, Matanzas, el Lago Rapel y el Valle de Colchagua. “El próximo año viene Machalí y otros sectores de Cachapoal, en el fondo nosotros con este trabajo dejamos marcados hitos, generamos recursos públicos a través de fondos como el Capital Semilla, Capital Abeja”, finaliza el Director Regional de Sernatur.

