

INDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	9
1.1 HIPÓTESIS	10
1.2 OBJETIVO GENERAL	10
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	12
2.1 DEFINIENDO LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA	12
2.2 AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA EN LATINOAMÉRICA Y EN CHILE.....	12
2.3 AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA: PROBLEMA DE COMERCIALIZACIÓN	14
2.4 SELLO MANOS CAMPESINAS.....	14
3. MATERIALES Y MÉTODOS.....	17
3.1 MATERIALES.....	17
3.1.1 Construcción del instrumento de evaluación y tamaño de la muestra.....	17
3.2 ANÁLISIS DE DATOS.....	19
3.2.1 Análisis cuantitativo.....	19
3.2.2 Análisis cualitativo.....	19
4. RESULTADOS.....	20
4.1 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTORES DEL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS.....	20
4.2 PRODUCTORES DEL PROGRAMA “SELLOS MANOS CAMPESINAS”: EL EFECTO EN LA COMERCIALIZACIÓN.....	23
4.3 PRODUCTORES DEL PROGRAMA “SELLOS MANOS CAMPESINAS”: EL EFECTO EN LA RENTABILIDAD. 31	
4.4 PRODUCTORES DEL PROGRAMA “SELLOS MANOS CAMPESINAS”: CALIFICACIÓN DE SUS ATRIBUTOS.	34
4.5 CONTRASTE DEL EFECTO REAL DEL PROGRAMA SMC VERSUS LOS PRODUCTORES BENEFICIARIOS .	36
5. CONCLUSIONES	40
6. BIBLIOGRAFÍA.....	41

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 4.1. PORCENTAJE DE PRODUCTORES CON FORMALIDAD TRIBUTARIA PARA COMERCIALIZAR (INICIACIÓN DE ACTIVIDADES).	23
FIGURA 4.2. PRODUCTORES DEL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS PERTENECIENTES A OTROS PROGRAMAS ASOCIADOS A INDAP. LOS VALORES ESTÁN EN PORCENTAJE.	23
FIGURA 4.3. PERCEPCIÓN DEL RECONOCIMIENTO LOCAL, POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES, DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS.	24
FIGURA 4.4. PERCEPCIÓN DE LA VISUALIZACIÓN, POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES, DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS POR LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS.	26
FIGURA 4.5. PERCEPCIÓN DEL INCREMENTO DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS ASOCIADOS AL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS.	28
FIGURA 4.6. PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN EN RELACIÓN A LA TRANSACCIÓN DURANTE EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS.	29
FIGURA 4.7. PERCEPCIÓN DE LOS PRODUCTORES DEL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS CON RESPECTO AL MAYOR ACCESO A NUEVOS MERCADOS.	30
FIGURA 4.8. PERCEPCIÓN DE LOS PRODUCTORES BENEFICIADOS AL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS, SOBRE EL ACERCAMIENTO AL CONSUMIDOR FINAL.	31
FIGURA 4.9. PERCEPCIÓN DEL INCREMENTO DEL VOLUMEN DE COMPRA DE LOS PRODUCTOS ASOCIADOS AL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS.	32
FIGURA 4.10. PERCEPCIÓN DE LOS PRODUCTORES BENEFICIADOS AL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS, SOBRE EL INCREMENTO DE SUS INGRESOS.	33
FIGURA 4.11. EVALUACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DEL PROGRAMA SELLOS MANOS CAMPESINAS, POR PARTE DE LOS PRODUCTORES BENEFICIARIOS.	35

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1. CARACTERÍSTICAS SOCIO-ECONÓMICAS DE LOS PRODUCTORES PERTENECIENTES AL PROGRAMA SELLO MANOS CAMPESINAS	21
---	----