



PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA GRUPOS PRODUCTIVOS DE LA COMUNA DE SAN RAFAEL QUE CULTIVAN HORTALIZAS Y FLORES

**MACARENA ENCINA ROJAS
CINTYA MUÑOZ GAJARDO
INGENIERO COMERCIAL**

RESUMEN

La siguiente investigación tiene por objetivo principal, elaborar un plan de comercialización que sea aplicable por los grupos productivos de la comuna de San Rafael, con el fin de que los productos que ellos cultivan puedan ser vendidos a los consumidores locales, y no queden solo para autoconsumo.

Para conocer la situación actual de la comuna, fue necesario recopilar información disponible en donde se encontraron antecedentes que dieron un primer diagnóstico de San Rafael, como también información procedente de organismos relacionados que muestran otros aspectos de la comuna. Posteriormente, se procedió a la obtención de información primaria, mediante el desarrollo de entrevistas semiestructuradas a los integrantes de los grupos, las cuales fueron el principal aporte para el desarrollo de esta investigación, ya que fue posible conocer en terreno la situación particular de cada grupo, y sus integrantes. Con esto fue posible adecuar el trabajo a los recursos disponibles, tanto de la comuna como de los grupos productivos.

Esto permitió dar inicio al cuerpo del trabajo, en donde se identifican factores relevantes que caracterizan la agricultura campesina, la comunidad de San Rafael, los grupos productivos, la competencia existente, y los consumidores potenciales de hortalizas y flores, para luego comenzar con la elaboración del plan de comercialización, donde se describen los elementos necesarios para realizar una comercialización efectiva, que sea fácil de aplicar por los integrantes de los grupos productivos.

Es pertinente destacar que la ejecución del plan de comercialización por parte de los grupos productivos, permitirá aportar al desarrollo económico local de la comuna y al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos integrantes y sus familias. No podemos

dejar de lado la importancia que tiene el apoyo de las autoridades locales y de aquellos organismos que actualmente trabajan supervisando a los grupos, para que la puesta en marcha del plan de comercialización se haga realidad y las personas que forman parte de esto puedan alcanzar un desarrollo personal, satisfaciendo sus necesidades de autorrealización, las que antes de emprender este proyecto se pensaban inalcanzables.