

PRIMEROS PUEBLOS

Categoría 2.5 : Sustentabilidad cultural

Título: Primeros Pueblos: una marca para muchas historias

Compañía: Empresas CMPC

Desarrollo del plan: El otro Lado + Reactor

Responsables: Eugenio García, Simón Subercaseaux, Felipe Cádiz, Javiera Etcheverry.

Llevar productos hechos a mano, originales de la Araucanía y el Biobío, a las mejores vitrinas de Chile; a la vez que se potencia la colaboración y el desarrollo de artesanos y comunidades con un proyecto sin fines de lucro y bajo las reglas del comercio justo.



reactor

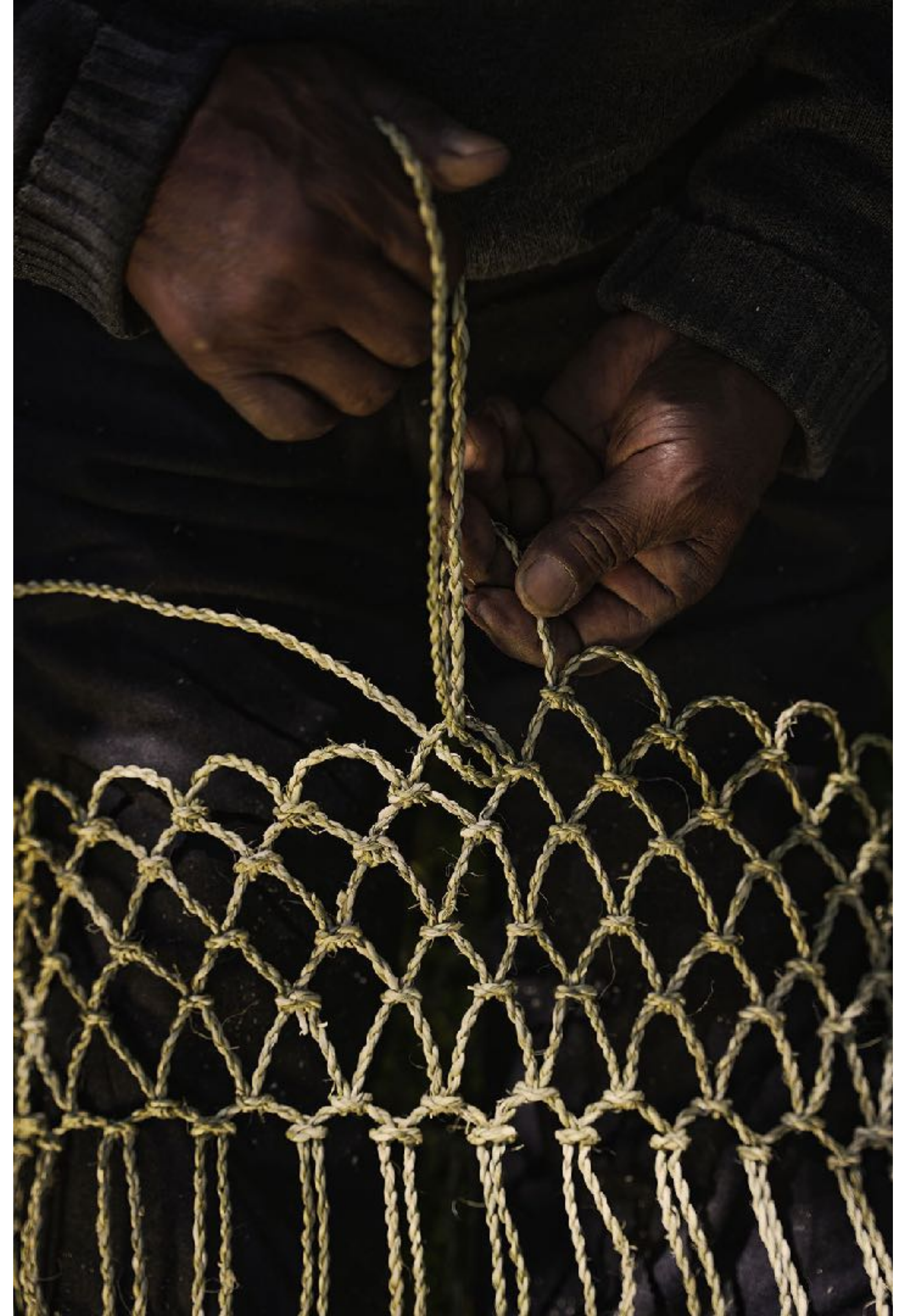
INTRODUCCIÓN Y DIAGNÓSTICO

Bajo la sombra de robles y coihues, Marcia descubre hongos endémicos que busca hacer trascender. Desde el campo sureño y entre coloridas cajas de madera, Jonny rescata la miel dorada que junto a sus abejas cultivó. Entre los colores y la brisa de la Cordillera de Nahuelbuta, un grupo de mujeres recolectan la ancestral ñocha para, con sus manos como únicas herramientas, dar vida a creaciones que alguna vez vieron a sus mayores traer al mundo. En la localidad de Malache, comuna de Cholchol, Nancy Epulef teje una manta de cacique mapuche. Cada una de ellas le toma cerca de un mes de trabajo y ella es, literalmente, la única mujer en Chile que todavía conoce el oficio.

CMPC, una compañía de más de 100 años de historia, conoce bien a estos artesanos. Son sus vecinos, en comunidades de la Araucanía y el Biobío. A muchos los ha apoyado desde hace años a través de fondos y capacitaciones. Con el objetivo de ampliar sus mercados, hace algunos años la empresa creó el proyecto Fibra Local, una tienda ubicada en el centro de la ciudad de Temuco y un marketplace online, en el que mediante un modelo de comercio justo, visibiliza y promueve el trabajo de 50 emprendedores.

Pero el desafío es hacer más y el sueño es que esos productos únicos lleguen a las mejores vitrinas de Chile, para más adelante -por qué no- salir al mundo. ¿Cómo lograrlo?

Ese es el objetivo con que se gesta un proyecto maravilloso que promueve la convivencia cultural, social y productiva, así como el rescate de tradiciones y artesanías de los pueblos originarios del sur de Chile: Primeros Pueblos.



PROPUESTA: LA ESTRATEGIA

La consultora El Otro Lado, liderada por Eugenio García y Simón Subercauseux, tuvo la visión de cómo dar el siguiente paso en el desarrollo de estos emprendimientos.

En la tienda Fibra Local, convivían 50 marcas, de diversos tipos de productos, con disímiles estándares de calidad en su producción y presentación. Las marcas por sí solas tenían un alcance limitado. La escala de producción artesanal hacía muy complejo empujar el desarrollo de cada una por separado y desarrollar estrategias de promoción para cada una parecía una tarea inabordable.

La invitación fue simple: colaborar unos con otros. Crear una sola marca que agrupara el trabajo de los creadores, sin importar a qué categoría de producto pertenecieran. De esa forma, aunando fuerzas, podrían proyectarse en mercados más amplios mediante una presencia común en la publicidad, el marketing y las distintas plataformas de venta.

Una sola marca que garantizara calidad, autenticidad y pertenencia a un mismo territorio. Una marca que se caracterizara porque todos sus productos son ediciones limitadas, de autores conocidos y medioambientalmente armónicos.

Así nació la marca: Primeros Pueblos.

PRIMEROS PUEBLOS

DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN

Primeros pasos

La primera etapa consistió en la curaduría de los emprendedores y productos. Tras meses de trabajo en terreno, se seleccionaron 18 marcas, de diversas categorías, a las que hubo que apoyar -en distintos niveles- para mejorar la calidad y presentación de su producción. El objetivo era alcanzar un alto estándar, pues los productos serían comercializados, ya no en Temuco, sino que en una tienda de carácter permanente en el mall de más exclusivo de Santiago: Casacostanera.

Una identidad del fin del mundo

En paralelo se diseñó la imagen de marca, creando una iconografía y una visualidad única de los territorios donde estos productos se originaban. Ese proceso se trasladó luego al desarrollo de un detallado trabajo de envases, etiquetas, paquetería y papelería, que cambiaría radicalmente la presentación de los productos que formarían parte de Primeros Pueblos.

Las marcas originales no desaparecían: cada producto llevaría una etiqueta, contando cuál era la historia, quién era la o el artesano que fabricaba el producto. A todos ellos se les capacitó en el correcto uso de sus nuevos envases, así como en el etiquetado y empaquetado.

Mantas, alfombras, mermeladas, joyas, carteras, lámparas y objetos realizados en greda o madera eran algunos de los productos que serían comercializados bajo la nueva marca.



DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN

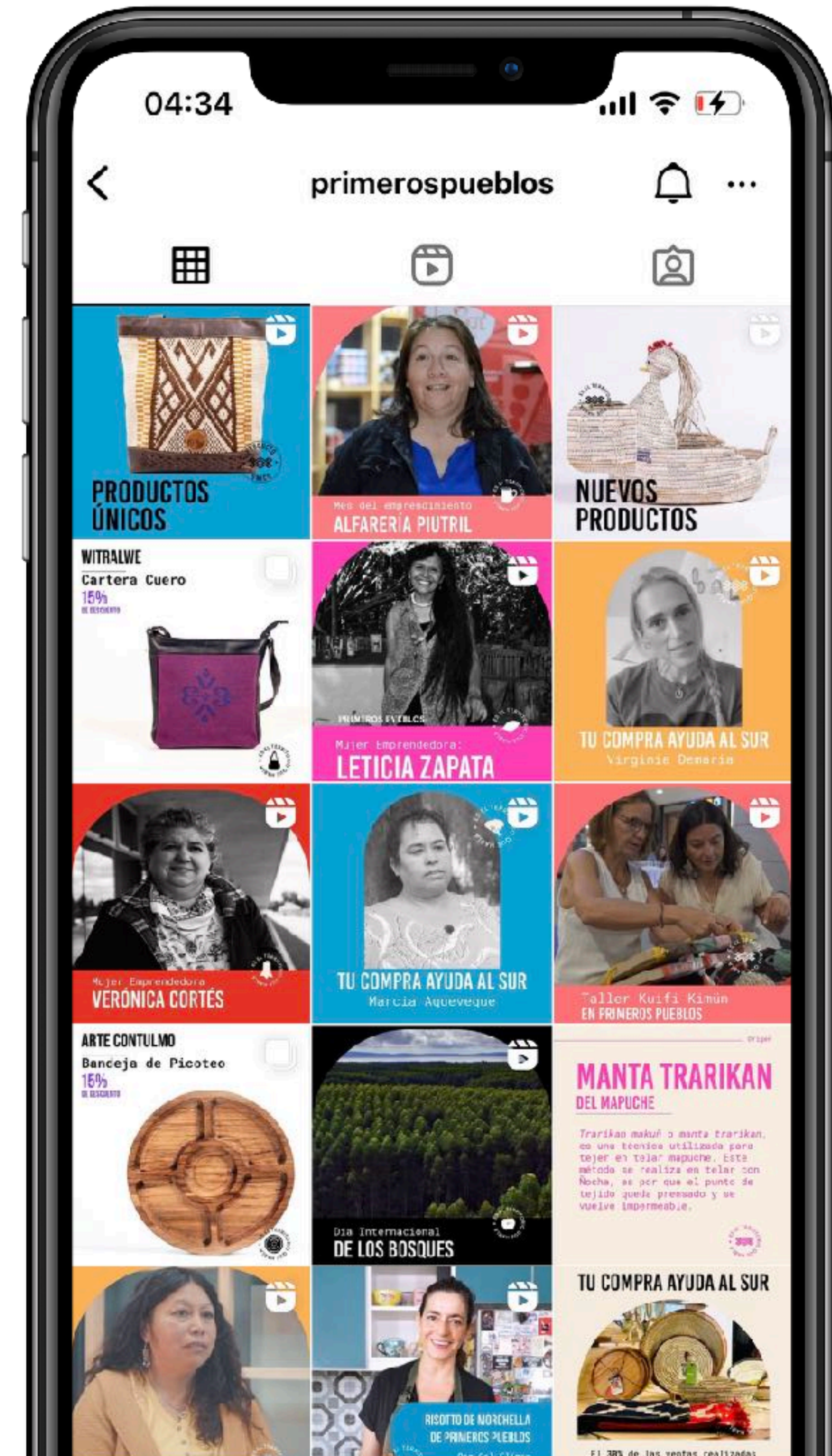
Marketing digital

Reactor, consultora de comunicaciones estratégicas, tomó entonces el desafío de construir la identidad digital de Primeros Pueblos: sitio web con tienda online; redes sociales, con una estrategia de contenido capaz de congeniar lo comercial con la difusión cultural y el protagonismo de los creadores.

Durante varias semanas se trabajó en el desarrollo de productos digitales: videos, formatos gráficos, registros de procesos de creación y testimonios de los artesanos. El objetivo era que los consumidores comprendieran que, al comprar en Primeros Pueblos, adquirirían una historia y no solo un producto de artesanía o gastronomía.

Se contactó a diferentes influencers. Creadores de contenidos digitales, chefs y decoradores, para que conocieran el proyecto y se unieran a él apoyando su difusión. Así lo hicieron nombres como Sol Fliman, Virginia Demaría y Hugo Grisanti.

Asimismo, se diseñó una estrategia de promoción digital, que permitiera a la marca crecer y posicionarse en un corto plazo entre un público de alto nivel, que supiera apreciar los productos y su originalidad.



RESULTADOS Y EVALUACIÓN

El 1 de diciembre de 2022 abrió, en la planta baja del mall Casacostanera, la tienda Primeros Pueblos. Más de 150 personas compartieron la emoción de los creadores que veían expuestos sus productos en la mejor vitrina de Chile. Ese primer mes, Primeros Pueblos vendió 24 millones de pesos en productos únicos e irrepetibles, hechos a mano.

Cinco meses después, Primeros Pueblos tiene más de 23 mil seguidores en Instagram y ha sumado 5 nuevos emprendedores a los 18 originales. Además de la tienda en Casacostanera, los productos han sido comercializados en diversas ferias y eventos, siempre con gran éxito e interés del público.

En un corto plazo podemos ver que se ha cumplido con creces lo que vaticinó el presidente de CMPC, Luis Felipe Gazitua, el día de la inauguración:

"Hemos apoyado a emprendedores y artesanas por muchos años. Conocemos sus desvelos, sabemos la dificultad que tienen para poder vender sus productos en el mercado. Terminan vendiendo objetos que tienen mucho cariño, mucha dedicación, mucha cultura, a poco precio y obviamente eso desestimula que se siga promoviendo este tipo de actividades. La tienda les va a poner un tremendo desafío, porque yo estoy seguro de que va a ser un éxito en venta".

