FSC® General Assembly 2017

Vancouver, Canada, 8–13 October

Septiembre de 2017

Estudio mundial sobre los consumidores y Estrategia de Posicionamiento

Antecedentes

La transformación del FSC tiene como objetivo aumentar nuestro valor para los miembros y para los titulares de licencias a través del crecimiento desde un sistema de certificación confiable hasta una marca efectiva mundialmente conocida y comprendida. A través de la creación de valor, el FSC es capaz de marcar una diferencia vital en la manera en la que los consumidores y los productores ven los beneficios de los bosques –tanto tangibles como intangibles.

Para progresar hacia nuestros objetivos, el FSC ha encargado un estudio mundial sobre los consumidores en 13 mercados y entrevistas extensas con actores sociales, con el fin de entender mejor cuáles son sus necesidades en los mercados en los que operan, y cómo se posiciona la organización en relación con estas necesidades. El objetivo general es capacitar a la organización para que sea capaz de comunicar de forma estratégica la diferencia que tiene su oferta a lo largo de la cadena de suministro (desde el bosque hasta el consumidor), haciendo uso de los canales clave tanto para la audiencia entre empresas (B2B) como entre empresas y consumidores (B2C), y bajo un marco orientado al usuario.

Los resultados alimentarán también la incidencia, marketing, comunicaciones y estrategias de marca mundiales, ofreciendo un marco para que todos los mercados conciban sus propias estrategias nacionales.

Estado actual

La agencia internacional GlobeScan ha llevado a cabo el estudio mundial sobre consumidores en 13 mercados (EEUU, Alemania, Reino Unido, Italia, Brasil, China, Sudáfrica, Japón, Australia, Rusia, Indonesia y Canadá). El objetivo ha sido conocer cómo influenciar y conseguir un cambio positivo en el comportamiento de los consumidores y apoyar a nuestros “aliados de marca” (los titulares de licencias FSC) a impulsar el consumo responsable y en última instancia, cumplir la misión del FSC.

FSC FORESTS FOR ALL FOREVER™

All Rights Reserved FSC® International 2016 FSC®F000100

La Estrategia de Posicionamiento Competitivo del FSC todavía está en proceso, siendo la fecha de conclusión del proyecto diciembre de 2017. Hasta el momento se han realizado más de 40 entrevistas en profundidad con personal del FSC y con titulares de licencias de todas las regiones.

Los resultados conducirán al desarrollo de estrategias mundiales de promoción, marca, marketing y comunicaciones.

Cronograma:

- **Estudio Mundial sobre los Consumidores, en 13 mercados** - terminado
- **Estrategia de Posicionamiento Competitivo** – Diciembre de 2017

Actividades en la Asamblea FSC 2017

Evento paralelo el 11 de octubre de 9:30 a 11:00 am
FSC: Aportando valor desde el Bosque hasta el Consumidor

La Estrategia Mundial exige fortalecer el marco del FSC para responder mejor a las necesidades de nuestros actores sociales, aumentar nuestro valor de mercado, y transformar la manera en la que trabajamos. Marca el inicio de un nuevo FSC - un FSC que realza nuestro valor para los miembros y titulares de certificados.

En la creación de valor para los consumidores, el reciente estudio mundial – llevado a cabo por GlobeScan en 13 mercados – evalúa el mercado para los productos forestales sostenibles, la certificación y el valor del mercado de la marca FSC.

Además, el FSC quiere definir mejor y ofrecer un valor excepcional a los titulares de licencias, posicionándose en relación con sus necesidades para impulsar una mayor adopción y aceptación del manejo forestal responsable.

Un grupo interactivo de ponentes, que representan a diferentes sectores, ONGs y entidades de certificación, nos ofrece una oportunidad única para escuchar diferentes perspectivas e ideas mientras los participantes debaten sobre los retos y oportunidades del crecimiento de la certificación forestal, qué clientes en la cadena de valor están mejor posicionados para impulsar la adopción, cómo hacer uso de un diálogo constructivo, entender el valor de la certificación a lo largo de la cadena de suministro y el rol de la certificación en el futuro.