

## INFORME TECNICO Y DE GESTIÓN FINAL

### EJECUTOR:

Nombre	Cooperativa Agrícola Ovinos Araucania
Giro	Comercializadora de Carne
Rut	
Representante	Sergio Artigas Allaire

### NOMBRE DEL PROYECTO:

CODIGO: PYT 2014 0390

Nº INFORME: FINAL

PERIODO: desde 29 Diciembre 2014

hasta 29 Noviembre 2015

### NOMBRE Y FIRMA COORDINADOR PROYECTO

Nombre	Sebastian Roth
Rut	
Firma	

OFICINA DE PARTES 2.ª FIA RECEPCIONADO
Fecha ..... 26/11/2015
Hora ..... 11:00
Nº Ingreso ..... 26173

## INFORME TÉCNICO FINAL INSTRUCTIVO

### 1. OBJETIVO

Informar al FIA de los resultados finales e impactos logrados del proyecto; de la metodología utilizada y las modificaciones que se le introdujeron; y del uso y situación presente de los recursos utilizados, y especialmente de aquellos provistos por el FIA.

### 2. FECHA DE REALIZACION

El Coordinador del Proyecto presentará el Informe Final en la fecha estipulada en el contrato.

### 3. PROCEDIMIENTOS

El Informe Final deberá ser enviado a la Dirección Ejecutiva del FIA, en 3 copias (original y dos copias) y su correspondiente diskette, acompañada de una carta de presentación firmada por el Coordinador del Proyecto presentando el informe e identificando claramente el proyecto con su nombre y código. El FIA revisará el informe y dentro de los 45 días hábiles siguientes a la fecha de recepción enviará una carta al coordinador del proyecto informando su aceptación o rechazo. En caso de rechazo, se informará en detalle las razones. El ejecutor deberá corregir los reparos u observaciones, motivo del rechazo, dentro del plazo determinado por el FIA y que no podrá ser inferior a 10 días hábiles, contados desde la fecha en que fueron comunicadas al ejecutor. El incumplimiento de la obligación de subsanar los reparos u observaciones será también sancionado con una multa diaria.

La información debe ser presentada en forma clara y concordante con los objetivos del proyecto. El lenguaje debe ser claro, siguiendo las normas de la redacción científica y técnica. El informe debe incluir o adjuntar los cuadros, gráficos, fotografías y diapositivas, publicaciones, tesis, estudios de mercado, informes de consultoría, material de difusión, material audio-visual, y otros materiales que complementen o apoyen la información y análisis presentados en el texto central; que hayan sido realizados en el marco del proyecto o sobre la base de los resultados obtenidos.

La información presentada en el informe técnico final debe estar vinculada a la información presentada en el informe financiero final.

El FIA se reserva el derecho de publicar una versión del Informe Final editada especialmente para estos efectos.

### 4. CONTENIDO

El informe final técnico y de gestión debe incluir como mínimo, información sobre todos y cada uno de los puntos indicados a continuación, y siguiendo en lo posible el orden indicado.

## I. RESUMEN EJECUTIVO

Resumen ejecutivo del desarrollo del proyecto, sus resultados y los impactos esperados. Debe ser globalizante, incorporando aspectos de importancia general dentro del proyecto, y dejando la discusión de detalle en el Texto Principal. Debe ser corto y específico, no repitiendo las discusiones, análisis y calificaciones específicas contenidas en el Texto Principal.

El proyecto se llevo a cabo en 11 meses, desde el 29 de Diciembre del 2015 y 29 de Noviembre y se ejecuto según lo planteado en el plan Operativo, más algunos ajustes relajados durante el mismo. Como principales resultados se puede asegurar que se cuenta en la actualidad con una serie de conocimientos, procedimientos e información que antes no se tenía o se desconocía, además de un mayor compromiso por parte de los asociados que ven un futuro ligado a esta Cooperativa. El consejo de administración y los socios se encuentran con una mayor interiorización de lo que significa trabajar en un modelo cooperativo y distribuirse diversas funciones para lograr los objetivos comunes como los individuales. En términos productivos también existe un avance considerable en el establecimiento de protocolos de producción, con el fin de tener un producto homogéneo, como también la aplicación de nuevas tecnologías en cuanto a pastoreo y establecimiento de cultivos suplementarios. Con el proyecto se desarrolló además una marca comercial, la cual nos ayudara a posicionar nuestros productos en los mercado objetivo, además de contar con ropa corporativa para la participación en diversas actividades donde se debe representar a nuestra organización, lo que ha permitido también una mayor vinculación y empoderamiento de los mismos cooperados. Respecto a la vinculación se han logrado buenos acuerdos comerciales en tema tales como carne y lana, esto ha permitido abordar de mejor manera la comercialización, que si bien en estos dos productos se ha logrado vender, se debe afiatar la estructura comercial para generar un mayor impacto. Es por esta razón que nuestra cooperativa postuló al proyecto PAM de CORFO, el cual lo perfilamos con el fin de apunta a la comercialización de carne de cordero con valor agregado, en la región Metropolitana y del cual fuimos beneficiados a mediados de año y se espera para el 2016 estar a pleno funcionamiento.

## II. TEXTO PRINCIPAL

1. Breve resumen de la propuesta, con énfasis en objetivos, justificación del proyecto, metodología y resultados e impactos esperados.

La propuesta se baso en fortalecer la estructura Cooperativa de tal modo de poder autogestionar la misma, con una visión de mediano y largo plazo en poder brindar servicios a los mismos cooperados y por otro lado poder contar con productos y sub productos homogéneos para la comercialización conjunta. También se enmarco dentro de los objetivos el poder generar una estrategia de posicionamiento de los productos de la Cooperativa.

Para lograr lo anterior y justificar el proyecto, se pensó en la instalación de un modelo o una estructura organizacional mejorada, la cual sea liderada por el Consejo de Administración, pero que cuente con un staff de profesionales para las áreas de gestión, asesoría técnica y comercialización, con objeto de impulsar la Cooperativa hacia la mejora de sus procesos internos, los procesos productivos de sus asociados y la presentación de una marca común con un producto homogéneo y que cumpla con la normativa de cada uno de los mercados.

### EL OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO ES:

Fortalecer la estructura organizacional de la Cooperativa e incidir en la trazabilidad del producto con la homogeneidad de los procesos productivos.

- Objetivo Específico: Elaborar una estrategia organizacional que permita estructurar los procesos y el funcionamiento de la Cooperativa, con la creación de un equipo de trabajo.

Metodología: se desarrollarán talleres grupales de trabajo con la asistencia de al menos un 80% de los asociados, con objeto de obtener orientaciones de las necesidades y requerimientos de los asociados.

- Objetivo Específico: Ejecutar la planificación de asesorías técnicas con resultados medibles, para la mejora de la calidad y homogenización del producto

Metodología: el proceso comenzará con una revisión del estado de conocimiento y de ejecución de actividades por parte de los asociados individualmente. Se procederá a elaborar una planificación de las actividades por ejecutar para cada caso.

- Objetivo Específico: Elaborar estrategia de posicionamiento en los mercados objetivo

Metodología: se evaluarán en primer término los productos y subproductos obtenidos por los asociados, los cuales serán evaluados en cuanto a calidad y precio de comercialización.

Los resultados esperados son los siguientes:

- Una cooperativa más cohesionada, con sus socios teniendo una participación más activa y específica en las distintas temáticas de importancia para la organización.
- Mayor empoderamiento y participación de los socios que componen la cooperativa, en las distintas actividades en la que se hace presente.
- Disponer de un equipo multidisciplinario para la realización de asesorías en todos los ámbitos de la cooperativa.
- Una estrategia de posicionamiento, tanto de la organización como de los productos y subproductos que puedan generar cada socio, para así llegar de mejor manera a los mercados objetivos.

Por último los impactos esperados

- Participación en reuniones
- Realización de asistencias técnicas
- Convenios adquiridos

## 2. Cumplimiento de los objetivos del proyecto:

Descripción breve de los resultados ESPERADOS VERSUS LOS OBTENIDOS, comparación con los objetivos planteados, y razones que explican las discrepancias (ANÁLISIS DE BRECHA)

Según lo analizado por cada uno de los cuatro Resultados Esperados planteados en el Plan Operativo:

- **Una cooperativa más cohesionada, con sus socios teniendo una participación más activa y específica en las distintas temáticas de importancia para la organización.**

Se evidencio una mayor participación en las actividades organizadas por la cooperativa, llegando en algunos casos sobre el 87,5% de participación (día 28 de julio) por parte de los socios, como también el consejo de administración se reunió más y se lograron avances concretos con objetivos claros. Eso sí, falta aun delegar en distintas personas las labores de importancia, dado que recaer mucho en el mismo gerente, consejo de administración y durante el proyecto también sobre el coordinador del mismos. Es así como el gerente Sergio Artigas se responsabilizo de todos los aspectos económicos y algunos aspectos comerciales, este designo a Sergio Biava como apoyo. También en la comercialización se ha vinculado el Presidente (Alex Weber) y Vise presidente (Jorge Manriquez) participando activamente. La Secretaria (Cornelia Kirchner) está a cargo de la Vinculación donde ha recibido el apoyo de (Marlies Bohn y de Marcela Meier), la misma secretaria se encuentra a cargo del área asistencia técnica donde apoya (Patricio Sauterel).

Respecto a la participación en feria y eventos, Alex Weber con Soledad Fernandez se encuentran vinculados a estas funciones. Por último el coordinador de este proyecto, Sebastian Roth se encuentra inmerso todas las funciones anteriormente descritas, además de cumplir el rol de comunicador a cargo de la Web y del mail de la Cooperativa.

El resto e los socios si bien no participa activamente, a lo largo del año todas los socios han aportado, incluso algunos que están en retirada del rubro, en algunas reuniones informales incluso, han llegado con ideas para mejorar la estructura organizativa como también, dando ideas de cómo abordar diferentes aspectos y oportunidades comerciales (Caso de Aliro Taladriz)

Medición del resultado: N° de socios participante en la reestructuración de funciones y definición de organigrama de la cooperativa (Esperado = 24 Personas, para el mes de Junio)

Resultado: 24 PERSONAS PARTICIPARON EN PROCESO DE MEJORA, SE CUMPLE EL OBJETIVO 100%.

Análisis de brechas: A pesar que se considera cumplido el objetivo, es un proceso que cuesta bastante, ha sido mucho más lento de lo que se pudo haber pensado al elaborar el plan operativo, existen muchos temas técnicos y legales dentro de la cooperativa que se tienen que conjugar, la idiosincrasia chilena por lo general es individualista y por lo mismo es tan difícil el poder implementar el trabajo en equipo sin conflictos. Es por esto que ha sido un proceso continuo, que aun esta en desarrollo, el establecimiento definitivo de los socios con responsabilidades en las diversas funciones. Pero como se menciona con anterioridad todos han participado de los procesos de elaboración de la nueva estructura.

- **Mayor empoderamiento y participación de los socios que componen la cooperativa, en las distintas actividades en la que se hace presente.**

Existe mayor empoderamiento, dado que cada día son más los socios que dan ideas de cómo poder mejorar o en qué áreas podríamos abordar oportunidades de mercado. Además se puede ver en el compromiso de los socios por ejemplo de embarcarse en un nuevo proyecto como es el PAM de CORFO. También se ha logrado estrechar lazos y pasar más allá de ser socios, a forjar relaciones de amistad o de mayor compañerismo y respeto, sentimiento cooperativo como producto de todas las veces que nos reunimos y como resultado poder apoyar con alimento o transporte cuando se ha requerido, hacer intercambio de reproductores y otras actitudes donde interviene un alto grado de confianza. Todo esto ha sido un proceso lento de aprendizaje y mediante el mismo se ha logrado un mayor compromiso y participación.

Medición del resultado: (Asistencia de socios a actividades / citaciones realizadas)\*100 (Esperado = 80% de los Socios)

Resultado: 68% PARTICIPACION POR DEBAJO DE LO ESPERADO QUE ERA UN 80%

Análisis de brechas: Se intentaron realizar diversos cambios, reuniones durante la semana, fin de semana, solo en Temuco y finalmente la participación ha sido bastante dispar, si bien fue mejor que otros años es difícil motivar a todos, además existen 3 socios que están dejando el rubro y eso también ha influido para el cálculo, dado que ya no participan tan activamente.

- **Disponer de un equipo multidisciplinario para la realización de asesorías en todos los ámbitos de la cooperativa.**

Con el proyecto funcionó muy bien este punto, en un principio fue quizás un poco lento, pero al final todos querían una visita veterinaria, se dieron cuenta que tenían un ahorro real y que además mejoraron en varios aspectos productivos, como menos mortandad de corderos y aplicación de protocolos. Respecto al agrónomo si bien fue un gran aporte, no todos lo solicitaron y finalmente varias de sus visitas fueron traspasadas a un técnico agrícola que apoyo en temas tanto veterinarios, como agronómicos y también respecto a temas específicos como esquila. En el área social también se destacó la motivación que se le pudo dar a varios de los socios y la participación en cada una de las actividades.

Medición del resultado: N° de Socios asistentes a talleres, charlas, asesorías, capacitaciones, entre otros (Esperado = 24 Socios participando)

Resultado: 24 PERSONAS PARTICIPARON, SE CUMPLE EL OBJETIVO 100%

Análisis de brechas: Si bien se cumplió, y a lo menos una vez en el año participo cada uno de los socios, nunca se logro el 100% de participación, existe una base de 12 – 15 personas que son los que participan habitualmente y el resto esporádicos. Además respecto al apoyo técnico veterinario y agrícola, la conclusión es que fue muy útil y los socios desean seguir teniendo este tipo de asesorías por parte de la Cooperativa, por lo que es muy difícil para nuestra institución poder financiar esto y con este proyecto FIA ha sido posible prácticamente durante todo un año. Esto nos ha permitido aportar un poco en la profesionalización del rubro y se debe seguir con esta línea, nosotros como productores y las personas que nos apoyan en la producción ovina debemos apuntar a contar con más y mejores conocimientos técnicos y ser asesorados por profesionales que sean especialistas en el rubro Ovino.

- **Una estrategia de posicionamiento, tanto de la organización como de los productos y subproductos que puedan generar cada socio, para así llegar de mejor manera a los mercados objetivos.**

Se cumple con este resultado esperado mediante el trabajo de desarrollo de marca, ropa corporativa, mejora web y la participación en la EXPOSOFO, como también de los acuerdos de vinculación conseguidos, donde existen algunos que son muy significativos como también la proyección de esta Cooperativa con el proyecto de comercialización PAM de CORFO.

Medición del resultado: Porcentaje de convenios ejecutados del total de firmados que tengan impacto en el mercado. (Esperado = 10 Convenios)

Resultado: SE FIRMARON 12 CONVENIOS SE CUMPLE EL OBJETIVO QUE ERAN AL MENOS 10 CONVENIOS.

- Descripción breve de los impactos obtenidos

Según el plan operativo los impactos serian los siguientes:

Por último los impactos esperados

- Participación en reuniones,
- Realización de asistencias técnicas
- Convenios adquiridos

De acuerdo a estas, si bien no se cumplió con la meta de un 80% de participación en reuniones, si se noto una diferencia respecto de varios asociados que antes tenían una menor participación, se logro un promedio de en torno a 67%.

Las asistencias técnicas fueron un gran éxito de este proyecto y los asociados quedaron con ganas de más, por tres razones, la primera es porque se ha logrado formar a los equipos que trabajan directamente con los ovinos y han cambiado algunos procedimientos que antes no eran tan eficientes, como por ejemplo pastoreo o la constancia con el despalme. Lo segundo es que se espera que los resultado, numero de corderos vivos, aumente por las modificación es y propuestas relizadas, respecto de alimentación, condición corporal, temas sanitarios y época de encast, todo establecido por protocolo. Por último son recursos que no salieron del bolsillo de cada uno de los cooperados, por lo que también es un alivio en este sentido, tener una asesoría profesional gratuita, gracias a las gestiones de la Cooperativa.

Respecto de los convenios se han tenido resultados dispares, algunos no han dado resultados concretos, pero en su mayoría han sido de bastante provecho y rentables para la cooperativa.

También se quieren mencionar algunos otros impactos generados a lo largo de estos 11 meses:

- Protocolo de producción Ovina
- Adquisición de mayores conocimientos en terreno de los equipos de trabajo.
- Introducción de nuevas variedades de praderas y cultivos suplementario
- Ordenamiento general de la estructura Cooperativa y procesos internos
- Mejora de los procesos de toma de decisiones en el Directorio
- Equipos de trabajo en diferentes unidades de negocio y administrativas
- Participación en la ExpoSOFO 2015, con buena acogida del público.
- Presentación en sociedad de la Marca CORDESUR
- Ropa institucional
- Consecución del proyecto PAM de CORFO

### 3. Aspectos metodológicos del proyecto:

- Descripción de la metodología efectivamente utilizada
  - Principales problemas metodológicos enfrentados
  - Adaptaciones o modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto, y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta
  - Descripción detallada de los protocolos y métodos utilizados, de manera que sea fácil su comprensión y replicabilidad.
- **Objetivo Específico: Elaborar una estrategia organizacional que permita estructurar los procesos y el funcionamiento de la Cooperativa, con la creación de un equipo de trabajo.**

La metodología efectiva utilizada si bien la estructura fue similar a lo planteado en el plan operativo, se utilizó información basada en un FODA realizada con anterioridad, en base a eso se trabajó con los asociados y esta información fue validada por el equipo técnico con el que se trabajó al respecto.

#### Problemas metodológicos:

Se evidenció que no se contaba con los conocimientos suficientes sobre cooperativismo y poder desarrollar y administrar esta nueva y mejorada estructura cooperativa por lo que se reforzó con capacitaciones y asistencia técnica del CEGE. Además existe muy poca evidencia empírica en Chile en modelo cooperativo, los casos de éxito con muchos años de trabajo conjunto son dos la Capel y la Colun, por lo que, no existe mucha experiencia con la idiosincrasia Chilena (individualista) en implementación de modelo cooperativo competitivo.

#### Adaptaciones:

El equipo de trabajo se centró principalmente en el gerente, consejo de administración y coordinador del proyecto por lo que se trabajó con varios de los socios en funciones específicas según sus experiencias. Se ha logrado sumar 17 cooperados (no de manera permanente) pero sí que han participado en diferentes funciones desde temas de gestión, hasta apoyo en la organización del evento en la EXPO SOFO por ejemplo. Ha sido un proceso mucho más largo de lo esperado y que está en desarrollo, aun existen pocos socios que estén vinculados con una función permanente.

Protocolos y Metodologías:

En el área que mejor ha funcionado la metodología ha sido en la comercialización de carne, donde existen dos encargados titulares y uno suplente que participa de reuniones periódicas. Se les asignó un presupuesto y deben rendir cuentas al mismo consejo de administración una vez al mes.

Se ha ido trabajando sobre la marcha y ya se han vendido, ya se lleva vendido algo más de 20 millones, para poder evaluar correctamente esta unidad de negocio, se está comenzando a establecer metas en el mes de diciembre se esperan obtener ventas de unos \$15.000.000.

- **Objetivo Específico: Ejecutar la planificación de asesorías técnicas con resultados medibles, para la mejora de la calidad y homogenización del producto**

La metodología efectiva utilizada varió un poco respecto de lo planteado en el plan Operativo, el proceso comenzó con un análisis general de la situación, establecimiento de líneas de acción y se intervino según demanda de los asociados, en medio del proceso ya teniendo una visión más clara de la realidad de los predios se generó un protocolo de producción. Los avances de cada caso se revisaban de manera individual, como también grupal para evaluar las brechas y superadas en las distintas temáticas. El proceso se ejecutó entre Febrero de 2015 a Noviembre de 2015.

Problemas metodológicos:

No se presentaron problemas metodológicos.

Adaptaciones:

Las adaptaciones a la metodología se debieron a las necesidades de intervenir de manera más urgente y ver en terreno las verdaderas necesidades y no solamente en la teoría sobre las necesidades técnicas.

Protocolos y Metodologías:

Se realizaron visitas en terreno y se levantaron actas en cada visita, sobre lo intervenido y recomendaciones futuras, como planes de manejo a realizar. Se realiza seguimiento y establecen protocolos de producción, ajustados a cada zona geográfica, también se plantea un plan de pastoreo y cultivos suplementarios según recursos y capacidades.

- **Objetivo Específico: Elaborar estrategia de posicionamiento en los mercados objetivo**

Metodología efectiva:

Se trabajo de una forma muy similar a lo planteado en plan operativo, se comenzó por identificar las necesidades de los socios y de acuerdo a los acuerdos previos se fijaron tres focos, Carne, Lana y equipamiento. La estrategia es diferenciada para cada unidad de negocio, pero a grandes rasgos se analizaron volúmenes a tener en cuenta, como también la calidad, para luego analizar los mercados objetivos. En base a todo esto se elaboro también material promocional en función de este mercado objetivo.

Problemas metodológicos:

No se presentaron problemas metodológicos, para la elaboración de la estrategia, pero para la ejecución cuenta con una mayor complejidad.

Adaptaciones:

Las adaptaciones a la metodología se debió a compaginar una metodología genérica a diferentes unidades de negocio, es diferentes la importación donde se compra y vende a trabajar la venta de lana o carne, se adapto a cada una de las situaciones la metodología.

Protocolos y Metodologías:

Como se menciono con anterioridad, existen diferencias entre las diferentes unidades de negocio.

Importación: se hace una venta orientada al interior de la Cooperativa y se pide stock para venta a externos. Se trabaja con un margen mínimo para los socios de la Cooperativa (-5% del precio normal) y los externos se vende a un precio normal donde quede un margen para la Cooperativa, lo gestiona: Sebastian Roth

Lana: se estableció un convenio con un poder comprador (MVorwerk) y se levanta la cantidad de oferta existente en la Cooperativa, se gestionar además compra a terceros y se desarrolla un plan Logístico para establecer puntos de entrega en la Región: encargado Gestión Lana: Sebastian Roth

Carnes: se establece una alianza comercial con Corderos del Sur y se trabaja en comisión con ellos para establecer los mecanismos, existen cuatro personas designadas por la cooperativa para gestionar la alianza, 2 directores Sergio Artigas y Jorge Manriquez y dos apoyos Sergio Biava y Sebastian Roth.

Transversalmente a estas unidades de negocio se encuentran la comunicación y la difusión de todo esto, para lograr el posicionamiento adecuado, áreas de tener el apoyo del área técnica y de participación en eventos por ejemplo.

4. Descripción de las actividades PROGRAMADAS y tareas EJECUTADAS para la consecución de los objetivos, comparación con las programadas, y razones que explican las discrepancias. (ANÁLISIS DE BRECHA).

1 - Ejecución de reuniones de Cooperativa una vez al mes, en distintos puntos de ubicación de los asociados.

→ Se realizaron 13 reuniones:

29 de Diciembre 2014 – Alex Weber (Casa en Temuco) → Lanzamiento, presentación

ANEXO 1

14 Marzo – Marcela Meier (Campo Freire) → “La Cooperativa” a “Nuestra Cooperativa” y Cuidados Pre Parto

ANEXO 2 y 3

16 Abril - Marcela Meier (Clínica Dental Temuco) → Planificación Estratégica (Social)

ANEXO 4

29 de Abril - Sebastian Roth (Campo Freire) → Fortalecimiento Cooperativo (Social)

ANEXO 2

9 de Mayo – Fernando Burrows (Campo Villarrica) → Equipo Técnico Veterinario y Agronomo

ANEXO 5 y 6

6 de Junio – Marlies Bohn (Campo Vilcún) → Fortalecimiento Cooperativo (Social)

ANEXO 7

12 de Junio Alex Weber (Temuco) → Fortalecimiento Cooperativo (Social)

ANEXO 8

11 Julio - Marcela Meier (Campo Freire) → Equipo Técnico Veterinaria y Agronomo

ANEXO 9y10

28 Julio – Alex Weber (Temuco) → Fortalecimiento Cooperativo (Social)

ANEXO 11

28 Agosto - Alex Weber, (Temuco) → Cultivos Suplementarios

ANEXO 12

9 Octubre – Sebastian Roth (Campo Freire) → Técnico Veterinario

ANEXO 13

17 Noviembre – Marcela Meier (Clínica Dental Temuco) → CEGE

ANEXO 14

27 Noviembre – Alex Weber (Temuco) → Informes Técnicos

ANEXO 15, 16 Y 17

Se realizaron 13 actividades en algunos meses no se relazaron (verano), se consiguió el objetivo de al menos 10 reuniones, respecto del lugar de estas reuniones en el Plan Operativo se plantea en diversos puntos, para poder alcanzar mayor participación, por ser céntrico en Temuco que realizaron mayoría de estos encuentros.

El tipo de reuniones fueron diversos desde temas sociales a técnicos, de nuestra cooperativa a hablar de cultivos suplementarios, en general los socios quedaron conformes con el trabajo efectuado durante el año.

2- Elaboración de una planificación estratégica y presentación de la misma a los asociados

- ➔ Se presento en reuniones 14 de Marzo y 16 de Abril y se ha trabajado sobre esa planificación posteriormente, con tal de incluir todas las opiniones y reestructurar el funcionamiento de la Cooperativa, ha sido un proceso continuo que ha durado hasta el día del cierre el 27 de Noviembre y que en la medida de las necesidades se ha ido implementando. Para finales de noviembre el área con mayor impacto es el área comercial, aun que también la vinculación, a logrado buenos resultados y el área técnica también ha tenido mucha demanda.

ANEXOS 4

3- Elaboración de un boletín informativo, que contendrá el Acta de las reuniones e información de avance de las distintas temáticas que se están desarrollando.

- ➔ Se enviaron boletines con información correspondiente, se han realizado 5 Boletines para finales de Noviembre, se pretende enviar uno en diciembre con las noticias de cierre del proyecto. El impacto de estos boletines no ha sido muy grande, dado que no se ha tenido ningún feed back por parte de los socios.

ANEXOS 18

4- Se llevará registro de asistencia de cada una de las actividades en las cuales la Cooperativa participe, con una asistencia del 80%.

- ➔ Se ha llevado registro de todas las actividades en las que se ha participado, pero todas son organizadas internamente, no se ha participado en actividades externas, donde la Cooperativa este invitada. La mayor asistencia fue de 21 Socios o sea un 87,5%.

ANEXO 19

5 - Realización de Taller Grupal con objeto de cohesionar a los asociados desde una mirada desde "La Cooperativa" a "Nuestra Cooperativa"

- ➔ Se realizo el 14 de Marzo, en campo de Marcela Meier en Freire, donde don Juan Gajardo expuso acerca del Cooperativismo y los desafíos que tenemos como Cooperativa. Y el 9 de Mayo se retomo este tema con Luis Canessa, Sicólogo y parte del equipo técnico.

ANEXO 2

6- Se creará una comisión de trabajo para la ejecución de actividades relacionadas al Área de Vinculación, en donde los asociados deberán responsabilizarse de las actividades a desarrollar.

- ➔ El Coordinador de esta área fue Fernando Burrows gestiono el trabajo con expertos en tema ovinos Franceses, no obstante se postergo la venida hasta marzo del 2016. En Esta comisión se encuentra Marcela Meier y Marlise Bohn.
- ➔ Se agrego Cornelia Kirchner al área y se lograron 12 acuerdos de vinculación, con los que alguno se establecen lazos comerciales y otros generación de trabajo en conjunto de investigación, intercambio de información...

Acuerdos:

30 enero 2015 Sergio Bustamante → MVorwerk

6 febrero 2015 Francisco Parra → Municipalidad Villrica

6 junio 2015 Hilandería Lanás Lautaro → Jeannette Levio Curilen

1 Julio 2015 La Casa del Adador → Jose Ignacio Searle

1 Julio 2015 Mercato → Claudio Contreras

1 Julio 2015 Corderos del Sur → Christian Bertolotto

15 Junio 2015 Contrato SOFO – CORFO, Proyecto PAM → Marcelo Zirotti

8 Julio 2015 Universidad Católica de Temuco → Jorge Meyer

8 Julio 2015 Univeridad de la Frontera → Silvana Bravo

8 Julio 2015 INIA Carillanca → Oriella Romero

8 Julio 2015 Municipalidad de Loncoche → Gaston Sandoval

8 Julio 2015 Asociación Gremial de Ganaderos Ovinos de Loncoche → AGROL

ANEXO 20

7 - Se elaborará una marca diferenciadora de la Cooperativa, con la creación de ropa corporativa (gorros, casacas, otros), los cuales serán entregados a los asociados para su uso en las actividades de difusión y de participación colectiva.

- ➔ Tardo en salir, pero para el evento de la ExpoSOFO 2015 a inicio de Noviembre (4 al 8) se conto con la imagen, como también con Chaqueta y en la actividad de Cierre se les entrego el gorro.

ANEXO 21

8 - Se contratará a un equipo de 3 profesionales, en una fase preliminar, quienes tendrán que ejecutar acciones en las áreas de Gestión y Técnica

- ➔ Se conto con los 3 profesionales, además de un contador que no se encontraba dentro del Plan operativo inicial, pero que fue de gran apoyo, dado que la contabilidad en una cooperativa es diferente a como se lleva en otras empresas. Con el CEGE también tuvimos reuniones al respecto de los temas contables y tributarios.

ANEXOS 15 y 16, 22

9 - Se diseñará una planificación de trabajo en terreno con los asociados, la cual será informada con al menos 30 días de anticipación.

- ➔ Esto es algo que no se realizo tal como aparece en el plan operativo, dado que los recursos al recibirlos tarde, se hizo una pequeña planificación y se prefirió hacer levantamiento en terreno sobre las verdaderas necesidades y establecimiento de protocolos.

Se comenzó con este sistema, pero luego se cambio a un sistema mas flexible

	Emilio		Veterinarias	
	Mañana	Tarde	Mañana	Tarde
Lunes 16 Febrero	Marlies	Marcela	Marcela	Walter
Martes 17 Febrero	Ciro	Gabriel	Sergio A	Jose W
Miercoles 18 Febrero				
Jueves 19 Febrero	Jose W	Sergio A		
Viernes 20 Febrero	Gaston Godoy	Gaston Godoy		
Lunes 23 Febrero	Luis Reyes	Luis Reyes		
Martes 24 Febrero	Alex	Juan Easton		

10 - Se presentarán los resultados de las asesorías individuales, en instancias grupales de trabajo que se desarrollarán en los predios de los asociados, en concepto de capacitación técnica

- ➔ Se realizaron 3 capacitaciones técnicas, el 9 de Mayo, 11 de Julio, 9 de Octubre (parcial) y el 27 de Noviembre. No todas se efectuaron en los predios, algunas fueron en Temuco, por efectos prácticos.

ANEXOS 23

11- Se elaborará una marca para la comercialización de los productos de la Cooperativa.

- Se realizaron una serie de desarrollos para llegar a la Marca CORDESUR que es con la que se pretende penetrar el mercado y con la que se a hecho ya publicidad y se a estampado en la ropa corporativa.

ANEXO 21

12 - Se diseñará e imprimirá material promocional

- Se realizo para la Expo SOFO, desde flyer hasta lienzo para el punto de venta

ANEXO 21

13- Se participará en ferias y eventos en donde se puedan promover los subproductos de la Cooperativa

- En la Expo SOFO se participo y luego también en la feria Temuco Chef. En estas dos ferias se logro el tan ansiado contacto con la gente. Donde se tuvo una muy buena aceptación y muchos de los

ANEXO 21

Como se puede apreciar se cumplió con todas las actividades programadas, respecto de el cumplimiento en las fechas estipuladas, existieron algunas modificaciones, sobre todo el desarrollo de la marca fue un proceso más lento, pero con un buen resultado. Existen muchas otras reuniones y actividades que se efectuaron durante estos 11 meses, y que no se tiene registro y otras que si se tienen, pero que están resumidos en los informes técnicos del equipo, reuniones del consejo de administración con CEGE, con la CGNA. O reuniones entre el equipo técnico sobre conclusiones y manera de trabajar, elaboración de protocolo...

5. Resultados del proyecto: descripción detallada de los principales resultados del proyecto, incluyendo su análisis y discusión; utilizando gráficos, tablas, esquemas y figuras y material gráfico que permitan poder visualizar claramente los antecedentes que sustentan las conclusiones y recomendaciones relevantes del desarrollo del proyecto.

En términos de resultados se deberá hacer un cuidadoso análisis que permita evaluar la adopción de la innovación tecnológica y la sustentabilidad de la propuesta.

Esta sección el informe se deberá abordar conforme a los siguientes aspectos:

## 5.1 Resultados parciales obtenidos

Respecto de los resultados y la adopción de innovación tecnológica y la sustentabilidad de la propuesta, se puede hacer una descripción según los diversos resultados esperados y obtenidos

La autogestión de la cooperativa, en las diversas áreas de negocio u áreas administrativas, es una forma de innovación de gestión donde cada socio aporta según su experiencia y habilidades, donde se encuentra en continuo desarrollo la búsqueda de solucionar o aportes que contribuyen al desarrollo de la Cooperativa como también del rubro.

En cuanto a la producción ovina y el pastoreo existe también innovación tanto tecnológica como de gestión.

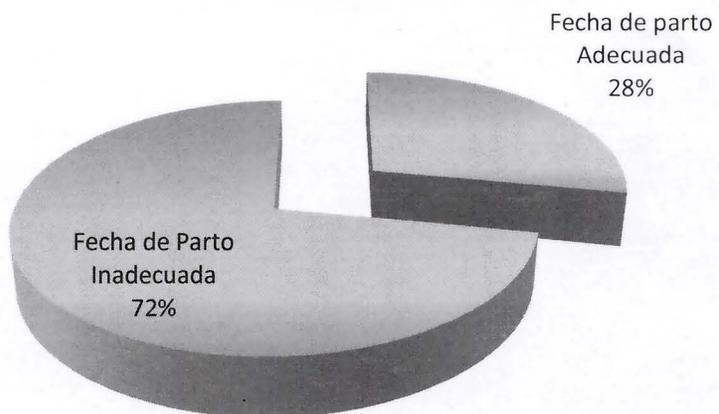
En primer lugar nuestra cooperativa importa mallas eléctricas para realizar un pastoreo más efectivo, mediante estas importaciones y ahora con el proyecto con una web más dinámica, podemos llevar esta innovación a más predios. Por otro lado existen diversos cultivos suplementarios que muy pocos han utilizado en ovejas, en nuestra cooperativa estamos trabajando con Raps y nabos forrajeros.

En términos de inseminación artificial y evaluación espermática, son muy pocos en la región que trabajan con estas tecnologías y que en nuestra cooperativa con los acuerdos de vinculación también se ha comenzado a realizar algunas de estas técnicas innovadoras.

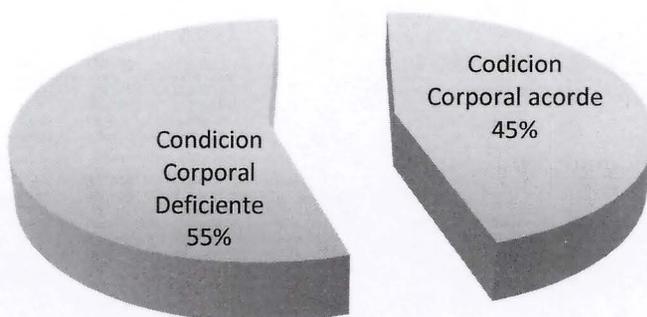
Por último la carne que comercializamos también tiene un proceso innovador de maduración, con el fin de obtener un mejor sabor y ternura

Respecto de los análisis que se pueden hacer en términos Veterinarios y Agronómicos a continuación se presentan una serie de cuadros para evidenciar la situación inicial que se trabajó para revertir durante el periodo del Proyecto:

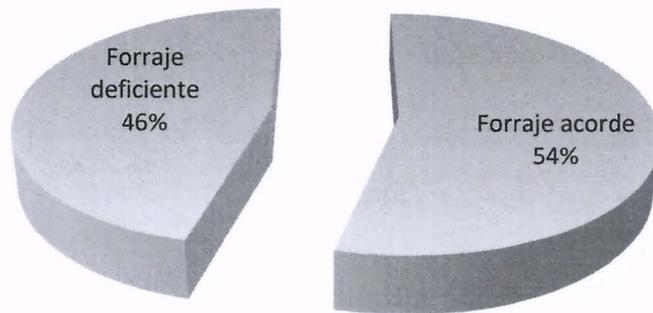
## Fecha de parto



## Condicion Corporal

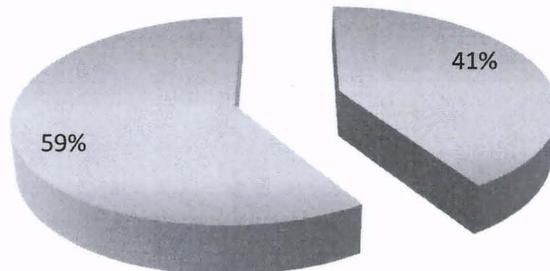


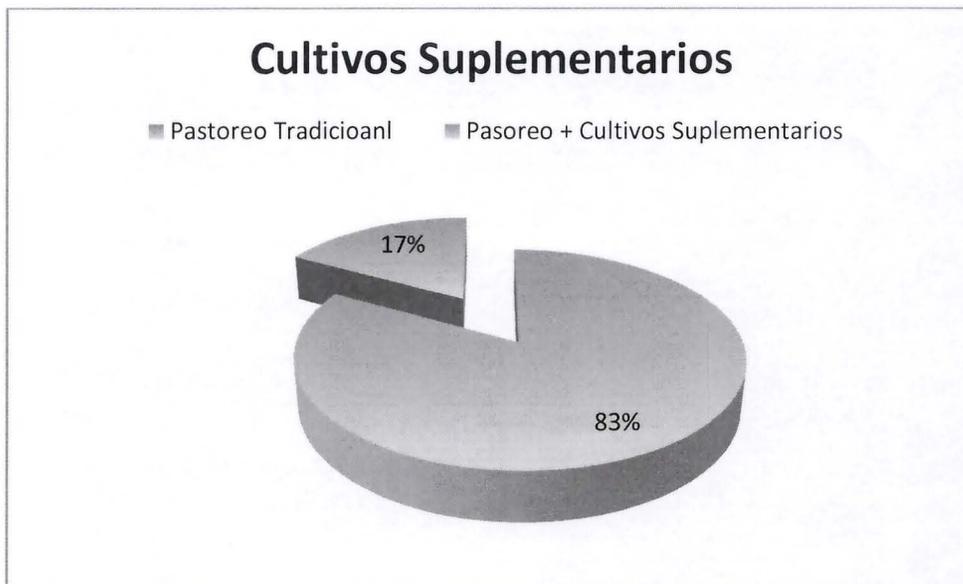
## Forraje



## Manejo Encaste

■ Manejo Encaste Acorde   ■ Manejo Encaste Pobre





5.2 Logro de Hitos. Se deberá hacer un completo y detallado análisis y reflexión en cuanto al avance, cumplimiento o eventual atraso del hito definido para el periodo. (ANÁLISIS DE BRECHA DE HITOS).

Hitos críticos	Fecha programada de cumplimiento	Cumplimiento (SI / NO)
Instalación de equipo de trabajo	Marzo 2015	SI, el equipo se conformo el mismo 29 de Diciembre (ACTA DEL 29 de DICIEMBRE DEL 2015) donde participo en el lanzamiento y luego se han reunido reunid en diferentes oportunidades. El equipo técnico base estaba conformado por Veterinaria y Agrónomo, los cuales desarrollaron diversas labores en terreno, como también se efectuaron talleres, para mostrar los resultados grupales. Además se conto con dos profesionales del área social. ANEXOS 15, 16, 19, 22 y 23
Generación de planificación organizacional	Marzo 2015	SI, se ha trabajado y se ha difundido en reuniones 14 de Marzo y 16 de Abril, pero ha sido un proceso continuo, si bien se ha trabajado en la ejecución de esta planificación estratégica, el área que más e ha desarrollado a sido el área comercial. ANEXO 4, 24 y 25
Participación en actividades de la Cooperativa	Junio 2015	SI se realizaron las actividades establecidas en el Plan Operativo, como otras atingentes al desarrollo de

		los cooperados. No han existido actividades externas a las que hemos sido invitados, como cooperativa, si consejo de administración o representantes. ANEXOS 19
Generación de estrategia de comercialización	Mayo 2015	SI, se cuenta con la Estrategia Comercial y se complementa con lo que es el PAM de CORFO. ANEXO 25 y 26

En general los hitos se fueron cumpliendo según lo establecido en el plan operativo, como se menciona con anterioridad el equipo de trabajo tuvo un gran éxito, dado la demanda de los cooperados, se intento hacer una planificación de 30 dias, pero no se cumplían con lo comprometido, por lo que se opto trabajar de una semana para otra.

La planificación organizacional ha sido un proceso continuo que esta aun está vigente hasta el momento del cierre del año el 27 de Noviembre, comenzó el consejo de administración, tomando todas las responsabilidades, y ha medida que se ha ido generándose las necesidades, se ha ido incorporando los socios, pero no ha sido un proceso simple. La planificación fue presentada en Marzo y en Abril y el área de negocio que ha tenido un mayor desarrollo ha sido el área comercial. Aun que a principios de año también se articulo la venta de lana por la cooperativa, cosa que no había existido con anterioridad. Se adjuntas algunas reuniones sostenidas durante el año como facturas y boletas de ventas.

La participación en la actividades de la Cooperativa, como ya se ha analizado con anterioridad no se ha cumplido con el objetivo, pero si se ha aumentado considerablemente la participación en estas, respecto del año pasado que la media estaba en torno al 33% hoy en día es sobre el 60%, considerando además que existen algunos socios que están en retirada en el rubor que por lo mismo han bajado su participación.

Se genero una estrategia comercial en el mes de Mayo, pero la ejecución de la misma fue variando por efectos de contar con una nueva estructura como es el proyecto PAM de CORFO, esta estrategia si bien sirvió de base, hoy en dia existe un equipo que se encuentra ejecutando la comercialización.

### 5.3 Actualizar análisis económico con y sin proyecto

Obviamente que el aporte FIA de \$35.000.000 ha servido a la Cooperativa para ejecutar una serie de actividades y sobre todo el ordenamiento y conocimientos respecto al modelo y trabajo cooperativo, que sin este recurso hubiese sido imposible. También sirvió este proyecto FIA para sentar las bases para lo que es el proyecto PAM de CORFO y la comercialización que abordara este.

Sin embargo el en cuanto a ventas concretas asociado al proyecto se podrían mencionar 2 participaciones en feria. SOFO y Temuco Chef. El negocio de la Lana y Importaciones.

Lanas: 6.194.000

Importaciones: \$4.600.000

Ventas Ferias: \$1.000.000

Es difícil evaluar si estas ventas se podrían haber logrado o no con o sin proyecto, por lo tanto el siguiente análisis es mas bien solo sobre los recursos invertidos...

Tangencialmente el aumento en las ventas también se puede entender por la vinculación con Corderos del Sur, que de cierta manera concreto mediante este proyecto, pero esto también materia del proyecto PAM de CORFO.

Se puede apreciar la baja profesionalización de la cooperativa, sin proyecto la Cooperativa prácticamente no invertiría en nada, quizás una pequeña inversión en Ferias y Eventos consistente principalmente en compra de carnes.

5.4 Análisis de impacto logrado a la fecha medido y diferenciando en al menos los siguientes aspectos: descripción y cuantificación de los impactos obtenidos, y estimación de lograr otros en el futuro, comparación con los esperados, y razones que explican las discrepancias; ventas y/o anuales (\$), nivel de empleo anual (JH), número de productores o unidades de negocio que pueden haberse replicado y generación de nuevas ventas y/o servicios; nuevos empleos generados por efecto del proyecto, nuevas capacidades o competencias científicas, técnicas y profesionales generadas.

Como ya se ha mencionado con anterioridad, se cree que el impacto de este proyecto es de mediano plazo, si bien han existido en este año 2015 mayores ventas que en el 2014 y 2013 (año que se conformo la Cooperativa). A nivel administrativo se logro ordenar la cooperativa para poder operar de manera más eficiente y orientada a resultados, como también a satisfacer las necesidades de los cooperados a nivel social y comercial. A nivel técnico también se genero un fuerte impacto en cuanto a conocimientos y estandarización de procedimientos, apuntando a la homogenización y eficiencia según los recursos disponibles. El área Vinculación ha sido un pilar fundamental para poder conseguirlos impactos necesarios, dado que mediante esta área se ha logrado planificar y ejecutar una serie de alianzas tanto comerciales como técnicas, sociales y asociado al conocimiento como centro de investigaciones y universidades. Respecto al área comercial si bien existe una clara orientación a potenciar esta, fue la que menos impacto relativo tuvo o donde las expectativas eran mayores. Pero donde los resultados son más tangibles.

VENTAS: Lanas: 6.194.000  
Importaciones: \$4.600.000  
Ventas Ferias: \$1.000.000

EMPLEO, HORAS ANUALES: Veterinaria 360, Agrónomo 360, Apoyos Técnicos 150, Coordinador proyecto 1.200, Coordinadores Vinculación 120.

Se logro incorporar un nuevo productor a la Cooperativa y existe el interés de de varios productores de la región como externos de poder sumarse.

Respecto de unidades de negocio como se mencionaba con anterioridad existe la estrategia comercial pero el liderazgo de esta recaen todas en una solo cooperado, lo que hace inviable realizar todas de manera eficiente y por lo mismo se considera un nuevo empleo de coordinador de negocios para Sebastian Roth.

En general se aprecia mayores conocimientos técnicos productivos en los asociados, como en los equipos que trabajan directamente con los ovinos, gracias a la asistencia técnica y las asesorías personalizadas relajadas en los predios.

Por lo tanto se logro mayor involucramiento de los socios, mayor grado de compromiso y mayor sentido común.

## 5.5 Resultados e impactos

### - **Área Dirección**

Si bien se ha avanzado mucho en el área de dirección, el impacto obtenido fue menor al esperado, lo planteado en el plan operativo fue muy ambicioso respecto al bajo nivel de gestión y conocimientos cooperativos con el que contaba en un principio el consejo de administración y los socios en general. Si bien se aprecio un aumento en la cantidad de reuniones y el mayor compromiso que se fue adquiriendo durante el proyecto, las funciones más relevantes han recaído principalmente en el gerente, consejo de administración y coordinador del proyecto y según lo planteado en el plan operativo se debería haber incorporado a un mayor número de cooperados. Una de las falencias es el desconocimiento del modelo cooperativo, como también la falta de procedimientos, todo esto se trabajo con el área Técnica Social y con el CEGE. Y hoy en día se cuenta con mayores conocimientos sobre el modelo y trabajo cooperativo y los procedimientos antes mencionados. Los cooperados han tomado conciencia de lo que es pertenecer a una cooperativa, como también han tenido su proceso de aprendizaje tanto en las capacitaciones como a nivel personal.

- **Área Técnica**

El impacto ha sido el esperado principalmente de las asesorías veterinarias y agronómicas, los cooperados ha recibido de buena manera la asesoría técnica, y han incorporado nuevos conocimientos, procedimientos e incluso la utilización de nuevas variedades de pasto o cultivos suplementarios. La asesoría se enfocó en la utilización de los recursos disponibles y condiciones medioambientales lo que para algunos representó un cambio sustancial en la manera de trabajar y el calendario anual les vario, principalmente a los productores de pre cordillera que deben atrasar sus procesos para no incurrir en gastos excesivos y disminuyendo la tasa de mortalidad, con pariciones en condiciones de menos frio y mas forraje disponible, por ejemplo.

- **Área Comercialización**

El impacto ha sido menor ya que como se menciona con anterioridad esta área es en la que más expectativas genera, pero que ha dia de hoy aparte de la estrategia de comercialización, se comenzó a trabajar con el proyecto PAM de CORFO que apunta específicamente a la comercialización de Carnes por lo que aun falta ejecutar y definir con claridad las funciones para trabajar en los otros productos:

1. Venta de ganado
2. Venta de lana
3. Venta de cueros
4. Venta de equipamiento

- **Área Vinculación**

El área vinculación ha tenido un impacto igual o incluso un poco mayor al esperado. La calidad y no tan solo el tipo de vínculo que se han logrado harán que la Cooperativa sin duda tenga muy buenas perspectivas.

La alianza estratégica con Corderos del Sur por ejemplo permite asegurar la comercialización de Carne, con MVorwerk venta de lana, pero también respecto al área de conocimientos y de investigación se ha logrado establecer buenos vínculos, con el INIA Carillanca por ejemplo y con CORFO obviamente.

5.10 En la medida que los resultados obtenidos permitan la elaboración de una ficha técnica (ejemplo ficha de cultivo), ésta debe ser adjuntada al informe.

Las fichas técnicas adjuntas son respecto de las intervenciones y recomendaciones técnicas tanto veterinarias como Agronómicas.

Nombre Imitación:	Cooperativa Agrícola Ovinos Araucania
RUT	
Dirección:	
Números de Socios Proyecto	24

DATOS COOPERATIVA	
SUPERFICIE TOTAL DESTINADA OVINOS	1778
Numero de Vientres	7503
Vientres por Hectáreas	8,3
Corderos Vivos al Destete	6598
Tasa Corderos destete	88%

RAZAS UTILIZADAS	
Texel	45%
Suffolk Down	25%
Híbridas	17%
Romney March	8%
Otras	5%

NOMBRE	Dirección Postal		Superficie Hás	Numero de Vientres	Vientres por Hás	Corderos Vivos	C v v
		Comuna					
Affeld Gerald		Cunco	50	620	12,4	520	
Agricola Aguas Verdes (Aliro Taladriz)		Cunco	15	220	14,7	80	
Artigas Allaire Sergio		Pillanlelbun	60	510	8,5	250	
Biava Nass Sergio Eduardo		Vilcun	10	70	7,0	50	
Bohn Marlies		Vilcun	30	300	10,0	280	
Burrows Fernando		Villarrica	35	450	12,9	434	
Carmine Zuñiga Marisol		Pitrufrquen	10	80	8,0	100	
Easton Juan Enrique		Victoria	65	510	7,8	415	
Fernandez Soledad - Widmer Jose		Perquenco	10	140	14,0	90	
Gajardo Coulon Juan Armando		Cunco	80	335	4,2	310	
Godoy Gaston		Lonquimay	850	850	1,0	500	
Higuera Juan		Cunco	32	230	7,2	200	
Hund Villagra Walter		Freire	90	400	4,4	380	
Manriquez Jorge		PLC	48	290	6,0	430	
Meier Marcela		Freire	50	500	10,0	450	
Molina Agustin		Cunco	15	85	5,7	50	
Oackley Ciro		PLC	10	44	4,4	45	
Reyes Herrera Luis		Carahue	20	96	4,8	79	
Roth Sebastian		Freire	5	83	16,6	46	
Sauterel Patricio		Gorbea	50	750	15,0	1013	
Schneeberger Victor		Vilcun	15	130	8,7	96	
Soc.Agricola Itahue (Cornelia + Pablo )		Pitrufrquen	40	250	6,3	300	
Soc.Inver.Inform y Distrib Ltda (Alex Weber)		Victoria	180	500	2,8	400	
Villarroel Gabriel		PLC	8	60	7,5	80	
<b>TOTAL COOPERATIVA</b>			<b>1778</b>	<b>7503</b>	<b>8,3</b>	<b>6598</b>	

Nombre	Suplemen tario Invierno	Forraje	Brasicas Forrajeras	Registros	Registro Movimient os	Registro Partos	Registro Paricion	Epoca encaste
Affeld Gerald	no	no	NO	NO	NO	NO	NO	marzo
Agricola Aguas Verdes (Aliro Taladriz)	no	no	NO	NO	NO	NO	NO	marzo
Artigas Allaire Sergio	no	si	NO	SI	NO	SI	NO	febrero
Biava Nass Sergio Eduardo	no	si	NO	NO	NO	NO	NO	verano
Bohn Marlies	SI	no	SI	SI	NO	SI	NO	marzo
Burrows Fernando	SI	si	SI	SI	SI	SI	NO	febrero
Carmine Zuñiga Marisol	SI	si	NO	SI	NO	SI	SI	febrero
Easton Juan Enrique	no	no	NO	NO	NO	NO	NO	marzo
Fernandez Soledad - Widmer Jose	no	no	NO	NO	NO	NO	NO	febrero
Gajardo Coulon Juan Armando	SI	si	NO	SI	SI	NO	SI	abril
Godoy Gaston	no	no		NO	NO	NO	NO	abril
Higueras Juan	SI	no	NO	NO	NO	NO	NO	marzo
Hund Villagra Walter	SI	si	NO	NO	NO	NO	NO	febrero
Manriquez Jorge	si	si	NO	si	si	si	si	marzo
Meier Marcela	SI	si	NO	SI	NO	SI	SI	febrero
Molina Agustin	si	si	NO	si	si	si	No	marzo
Oackley Ciro	no	no	NO	NO	NO	NO	NO	febrero
Reyes Herrera Luis	SI	no	NO	SI	SI	SI	SI	marzo
Roth Sebastian	NO	si	NO	SI	SI	SI	SI	abril
Sauterel Patricio	si	si	NO	si	si	si	si	marzo
Schneeberger Victor	NO	si	NO	SI	SI	SI	SI	febrero
Soc.Agricola Itahue (Cornelia + Pablo )	si	si	si	si	si	si	si	Abril
Soc.Inver.Inform y Distrib Ltda (Alex Weber)	si	no	NO	NO	NO	NO	NO	febrero
Villarroel Gabriel	SI	no	NO	si	NO	NO	NO	marzo

6. Fichas técnicas y análisis económico del cultivo, rubro, especie animal o tecnología que se desarrolló en el proyecto, junto con un análisis de las perspectivas del rubro después de finalizado el proyecto.

#### Actualización de Fichas Técnicas elaboradas

Respecto de la ficha técnica anterior resumen de la Cooperativa, del Rubro cárnico de Cordero, lo que se se puede inferir es que existe una producción dispar, existen cooperados que obtienen menos de un cordero por vientre o madre y otros que obtienen, en promedio más de uno. El promedio se ubica en torno a los 0,9 corderos. Si esto lo traducimos en valores por cada oveja se obtienen \$40.500, si se piensa que en promedio se venden los corderos en unos \$45.000. El proyecto lo que plantea son dos cosas, producción de manera similar, adaptando a las condiciones de cada predio, para lograr la homogeneidad del producto final, y por otro lado poder aprovechar de mejor manera los recursos forrajeros disponibles.

Existe una dispersión muy grande de fechas en que se hace el trabajo de encaste (cruza de oveja con carnero), esto da como resultado en algunos casos, tener corderos en pleno invierno, con un costo de forraje muy alto donde el margen que quedaría por cordero sería de en torno al 15%. Entonces en primer lugar fue realizar el ordenamiento para tener las pariciones en épocas donde las praderas están en crecimiento y no se debe pagar un sobreprecio por alimentación y también lograr la homogeneidad de los corderos, dado que en muchos casos esos corderos si no eran suplementados o las madres estaban con una condición corporal baja, tienen problemas de crecimiento.

Al trabajar la época de encaste ideal de cada cooperado adaptado a sus condición agroclimática, se lograría mejorar muchos parámetros, obteniendo más y mejores corderos y elevar por ejemplo el promedio de 0,9 a 1,1 por ejemplo, o sea cercano a \$49.500 por oveja, además de tener una disminución en los costos de forraje, por lo que los márgenes deberían de estar en torno al 30%. Esto obviamente depende además en la etapa en que se encuentre con el rebaño, dado que si esta en etapa de crecimiento se utilizaran más borregas para dejar como futuros vientres.

Otro de los aspectos importantes son los otros productos que se pueden vender derivados de la que se entiende es el rubro principal de la mayoría de los Cooperados, la carne. Pero por la lana y los cueros también se obtienen ciertos beneficios, por lo que se debe complementar a los \$49.500, por ejemplo en Lana se puede vender cercano a los \$1.000 pesos el Kg de Lana Blanca y de costo \$1.000 por oveja, si tiene 3,5Kg, quedarían \$2.500. El cuero es otro elemento a vender pero depende también del tratamiento, en fin por cada oveja se puede obtener al año \$52.000 aprox, dependiendo de la economía de escala antes descrita, se podría llegar a un margen

en torno al 30%, haciendo las cosas bien, encastando en época adecuada, manteniendo una buena condición corporal de las ovejas, realizando un proceso de selección después del destete y contando con condiciones de forraje.

Este último punto es en lo que nos ha influido bastante este proyecto en la búsqueda de la optimización de recursos y la homogeneidad, con el protocolo de producción. Ahora bien el futuro, debemos seguir incorporando equipos técnicos ya sean externos o bien aprovechar los muy buenos conocimientos que tienen nuestros socios Cornelia Kirchner y Patricio Sauterel. Respecto del tema comercial, dada la alianza con Corderos del Sur se ve un buen futuro respecto de un aumento en el precio promedio pagado por cordero dado que se establecieron diversas formas de pago, donde por ejemplo con el corderos despostado, el socios participa también en un 40% sobre el margen de utilidad de la venta, dado también que lleva más tiempo vender un cordero despostado.

7. Problemas enfrentados durante la ejecución proyecto (legal, técnico, administrativo, de gestión) y las medidas tomadas para enfrentar cada uno de ellos.

Respecto a problemas se podría atribuir a un tema administrativo y de desconocimiento de temas cooperativos la dualidad en las funciones de Sergio Artigas como Gerente y Director. Se trabajo con el CEGE para solucionar el tema.

8. Difusión de los resultados obtenidos adjuntando las publicaciones realizadas en el marco del proyecto o sobre la base de los resultados obtenidos, el material de difusión preparado y/o distribuido, las charlas, presentaciones y otras actividades similares ejecutadas durante la ejecución del proyecto.

El material de difusión utilizado para las Ferias y boletines efectuados se adjunta en el manual de marca adjunto. ANEXO 21

Resto de material utilizado y recibido en el proyecto se encuentran en los ANEXO 1 al 22.

## 9. Productores participantes

### Antecedentes globales de participación de productores

REGIÓN	TIPO PRODUCTOR	GÉNERO FEMENINO	GÉNERO MASCULINO	ETNIA (INDICAR SI CORRESPONDE)	TOTALES
Araucanía	PRODUCTORES PEQUEÑOS	2	7	NO	9
	PRODUCTORES MEDIANOS-GRANDES	2	13	NO	15

### Antecedentes específicos de participación de productores

NOMBRE	UBICACIÓN PREDIO			Hàs	Fecha ingreso al proyecto
	Región	Comuna	Dirección Postal		
Affeld Gerald	Araucanía	Cunco		50	29-12-2014
Agrícola Aguas Verdes (Aliro Taladriz)	Araucanía	Cunco		15	29-12-2014
Artigas Allaire Sergio	Araucanía	Pillanlelbun		60	29-12-2014
Biava Nass Sergio Eduardo	Araucanía	Vilcun		10	29-12-2014
Bohn Marlies	Araucanía	Vilcun		30	29-12-2014
Burrows Fernando	Araucanía	Villarrica		35	29-12-2014
Carmine Zuñiga Marisol	Araucanía	Pitrufrquen		10	29-12-2014
Easton Juan Enrique	Araucanía	Victoria		65	29-12-2014
Fernandez Soledad - Widmer Jose	Araucanía	Perquenco		10	29-12-2014
Gajardo Coulon Juan Armando	Araucanía	Cunco		80	29-12-2014
Godoy Gaston	Araucanía	Lonquimay		850	29-12-2014
Higuera Juan	Araucanía	Cunco		32	29-12-2014
Hund Villagra Walter	Araucanía	Freire		90	29-12-2014
Manriquez Jorge	Araucanía	PLC		48	29-12-2014
Meier Marcela	Araucanía	Freire		50	29-12-2014
Molina Agustin	Araucanía	Cunco		15	29-12-2014
Oackley Ciro	Araucanía	PLC		10	29-12-2014
Reyes Herrera Luis	Araucanía	Carahue		20	29-12-2014
Roth Sebastian	Araucanía	Freire		5	29-12-2014
Sauterel Patricio	Araucanía	Gorbea		50	29-12-2014
Schneeberger Victor	Araucanía	Vilcun		15	29-12-2014
Soc.Agrícola Itahue (Cornelia + Pablo )	Araucanía	Pitrufrquen		40	29-12-2014
Soc.Inv. Info y Distrib Ltda (Alex Weber)	Araucanía	Victoria		180	29-12-2014
Villarroel Gabriel	Araucanía	PLC		8	29-12-2014

## 10. Conclusiones

Para una cooperativa como la nuestra, donde se cuenta con una diversidad muy grande de estilos de producción, conocimiento técnicos, tipos de condiciones agroclimáticas, sumado a esto, en su mayoría acostumbrados a trabajar individualmente. El recibir un proyecto como este instrumento FIA donde se pone en valor nuestra propia cooperativa que tenemos y aprovechar todas las potencialidades que tiene el pertenecer a una organización de este tipo, el conformar equipos de trabajo o unidades de negocio con los mismos asociados es algo que muchos no se lo imaginaban y que hoy en día poco a poco va tomando forma. El gran éxito de este proyecto fue el generar esta conciencia de que no todos sabemos lo mismo y que cada uno puede aportar según su experiencia, según sus conocimientos o por ultimo con una participación activa. También se plasma el avance obtenido en cuanto a compromisos serios y duraderos en el tiempo que de seguro le darán la sustentabilidad a la cooperativa en el largo plazo.

Nuestra cooperativa debe apuntar en el corto plazo a posicionarse en el mercado de la carne nacional con un producto diferenciado, como es el corderos de razas cárnicas que utilizamos en la región y dadas las características agroambientales, logran desarrollarse de manera más rápida. Este crecimiento permite tener corderos y por defecto canales de mayor peso sin que se engrasen en demasía, obteniendo así un producto más magro y más tierno. Además el obtener animales mas grandes con menos grasa se logra obtener cortes con un mayor porcentaje de musculo y menos hueso, que es presamente lo que busca el mercado. Todo lo anterior se abordara con el Proyecto PAM de CORFO.

En cuanto a seguir desarrollando la potencialidad de equipos de trabajo internos de la cooperativa y el área social, como también poder obtener asesorías técnicas en materias veterinarias y agronómicas, se piensa en poder postular algún proyecto que nos pueda financiar este tipo de asesorías, para lograr tener además un seguimiento y una constancia del trabajo desarrollado durante el 2015.

## **11. Recomendaciones**

Como se le comento en su oportunidad al ejecutivo, existen muchas falencias y desconocimientos del modelo cooperativo incluidas la mayoría de las cooperativas que existimos, es por esto que se debería exigir en este tipo de proyectos, ser asesorados por expertos en esta materia como el CEGE u otra, ya que para nosotros fue un proyecto bueno, pero podría haber sido mucho mejor si tienes mucho más claro desde un principio lo que significa estar y ser parte de una cooperativa, el tener todos los documentos al día y los estatutos de acorde a tu rubro, necesidades y proyecciones.

## **12. Otros aspectos de interés**

## **13. Anexos**

## **14. Bibliografía Consultada**