

Nombre	RUT	Edad	Teléfono	Dirección Postal
Pedro Olgúin González				
Patricio Fabián Rabelo Díaz				
Jorge Moises Palacios Vargas				
Raúl Cornejo Tobar				
Víctor González Vargas				
Heladio Gutierrez Silva				
Regis Lizama Caceres				
Juan Cornejo Villagra				
José Oyarce Arenas				
Ariela Navarro Arriagada				
Carlos González Galaz				
Marcelo Aguilera				
Juan Huerta Sánchez				
Rigoberto Cornejo				
Sergio Rabelo				
Pedro Pablo Barahona				
Roberto Nuñez Madariaga				
Carlos Rabelo				
Raul Osorio Monreal				
Luis Armando Rojas				
Patricio Cabezas				
Pedro Moreno				
Iván Jilberto Vidal				
Carlos Navarro				

OFICINA DE PARTES 1 FIA
RECEPCIONADO
Fecha 15 JUN 2018
Hora 15:01
N° Ingreso 49624

ACTIVIDAD CHARLA DE VIGILANCIA ESTRATÉGICA Y FORMULACION DE PROYECTOS

masovino.cl



Con éxito se llevó a cabo el Taller de "Vigilancia Estratégica, Tecnológica y Herramientas para su Práctica y Formulación de proyectos para la Innovación". La actividad efectuada el pasado viernes 11 en la Biblioteca Pública de Marchigüe, se enmarca en la ejecución del proyecto denominado "Fortalecimiento transversal y sustentable de la capacidad de gestión, organización e innovación de la Cooperativa Masovino", apoyado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), el cual que busca generar un plan de acción que permita mejorar la gestión organizacional, productiva e introducir una cultura de la innovación al interior de la organización.



masovino.cl

plazo a partir de una línea base de la situación actual de la Cooperativa, también busca generar una nueva unidad de innovación y nuevos negocios; diferenciar y dar valor agregado a sus productos, promover la incorporación de nuevos socios, particularmente jóvenes y mujeres, mejorar la interacción con la cadena de valor, incorporar un gestor tecnológico y posicionar a la cooperativa en su territorio.

Apoyado por:



LISTADO ASISTENCIA CHARLA DE VIGILANCIA ESTRATÉGICA Y FORMULACION DE PROYECTOS

Cooperativa Másovino

CONTROL DE ASISTENCIA

ENTIDAD ORGANIZADORA: FIA - COOPERATIVA MÁSOVINO
 EXPOSITORES: ASISTENTE DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO URBANO
 FECHA: 18/03/2018
 DENOMINACIÓN DE LA ACCIÓN FORMATIVA: VIGILANCIA ESTRATÉGICA Y FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN

DATOS DE LOS ASISTENTES		RUT	Organización	Teléfono y mail
APELLIDOS	NOMBRES			
1	Alonso	Alfonso	Coop. Másovino	
2	Cameros Silva	Antonio	MÁSOVINO	
3	Herrera	Alfonso	Coop. Másovino	
4	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino	
5	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino	
6	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino	
7	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino	
8	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino	
9	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino	
10	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino	

OBSERVACIONES GENERALES:

DATOS DE LOS ASISTENTES			
APELLIDOS	NOMBRE	RUT	Organización
1	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
2	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
3	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
4	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
5	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
6	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
7	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
8	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
9	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
10	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
11	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
12	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
13	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
14	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
15	Alfonso	Alfonso	Coop. Másovino
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			

OBSERVACIONES GENERALES:

SEMINARIO DE CIERRE LANZAMIENTO PLAN MÁSOVINO 2018-2023



COMPROBANTE DE SEMINARIO





Fundación para la
Innovación Agraria

MINISTERIO DE AGRICULTURA

Financia



Cooperativa Másovino

Ejecuta

PROYECTO DE GESTIÓN PARA LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS COOPERATIVAS

“Fortalecimiento Transversal y Sustentable de la Capacidad de Gestión,
Organización e Innovación de la Cooperativa Másovino Ltda.”
Código PYT-2016-0838

LISTADO DE ASISTENCIA

Martes 29 de Mayo del 2018, Media Luna de Marchigüe, ruta I-50.

Seminario cerrado para cooperativistas, productores y profesionales.

NOMBRE	RUT	FIRMA
Alexandra Valencia M.		
Raul Cornejo T		
Rodolfo Cortés D.		
Francisco Martínez		
Ped. Alfaro M		
Waldo Bustamante		
Francisco Seron L.		
Antoni González		
Lucy Jaraquemena		



Fundación para la
Innovación Agraria

[MINISTERIO DE AGRICULTURA]



Cooperativa Másovino

Financia

Ejecuta

NOMBRE	RUT	FIRMA
HELA DIO GUTIERRES SILVA		
OSWALDO LOPEZ NOUVO		
Julio Palomino		
AMADA DIAZ TOBAR		
Carlos Rabalo O		
SERGIO RABALO D.		
Pedro Pablo Bordin		
Welfredo Lopez Zamora		
Jorge Palacios		
Enevis MARTINEZ		
Carlos honora		
Juan conejos J.		
Roberto Nuñez		
Luis Rojas		



Fundación para la
Innovación Agraria

[MINISTERIO DE AGRICULTURA]



Cooperativa Másovino

Financia

Ejecuta

NOMBRE	RUT	FIRMA
Paul esosa M.		
Piero Pedro Hissler		
Juan Boragade		

Inteligencia Competitiva

¿Qué temas son importantes investigar?

Comercial: Definir objetivo, problema u oportunidad.

Problema: Mortalidad al nacer

Solución: ultrasonografía (opción)

Proveedores: Welld, Chison, Mindray, Sonoscape, Honda HS, entre otros.

Unidad Vigilancia Tecnológica

Inteligencia Competitiva

¿Qué temas son importantes investigar?

Comercial: Definir objetivo, problema u oportunidad.

Definición Objetivo: Exportación

Solución: Análisis del mercado ovino, Búsqueda de exportaciones de carne.

Revisar fuentes de información: ejemplo, Odepa

Unidad Vigilancia Tecnológica

Inteligencia Competitiva

Encuesta Diciembre de 2017

Productos	Unidad	Volumen	Valor (Miles \$)
0204000 - Carne ovina fresca o en salada, carnes de cordero, congelada	toneladas	680,33	4.881,34
0204000 - Carne ovina desmenuzada congelada (bone)	toneladas	401,53	3.023,34
0204010 - Carne ovina, parrillada desmenuzada, congelada	toneladas	401,33	3.020,34
0204010 - Carne ovina, parrillada desmenuzada, congelada	toneladas	600,00	4.400,00
0204010 - Carne ovina, libada desmenuzada, congelada	toneladas	30,00	244,70
4013000 - Carnes preparadas después del corte en carne y cordero de ovino, congelada	toneladas	7,00	34,10
4013000 - Carnes y platos en bruto de ovino, con hueso	toneladas	1.140,30	1.951,40
1205000 - Etnas de lana y sueltos granos de lana, incluida lanolina	toneladas	66,00	391,30
1205100 - Lana esquila, esquila en canchales	toneladas	124,50	742,34
1205100 - Lana esquila, suelta, incluida la libada en vivo	toneladas	3.811,50	11.809,30
0204010 - La demás carne ovina en carnes o en otros carnes, congelada	toneladas	24,30	43,50
0204100 - La demás carne de carne ovina, sin desmenuzadas, congeladas	toneladas	2.500,40	13.975,90
4013000 - Platos hechos de carnes, congeladas, en otros platos (cruet)	toneladas	0,30	2,30
1205100 - Tipos de lana pelada	toneladas	1.102,30	11.804,34
Total		11.140,30	51.972,64

Unidad Vigilancia Tecnológica

Inteligencia Competitiva

¿Qué preguntas debemos responder?

¿Hay barreras de entrada en el país al cual deseo exportar?

¿A que país/región van las principales categorías de carne?

¿Quiénes son mis competidores?

¿Qué categorías de carne son los más solicitadas?

¿Qué tipo de embalaje es el más utilizado?

¿Dónde se comercializará?

Unidad Vigilancia Tecnológica

Inteligencia Competitiva

Entonces....¿Para qué nos sirve principalmente la IC?

Con la IC podremos tomar decisiones estratégicas, aprovechando las oportunidades y anticiparnos a las amenazas que surgen en nuestro entorno.

Unidad Vigilancia Tecnológica

Inteligencia Competitiva

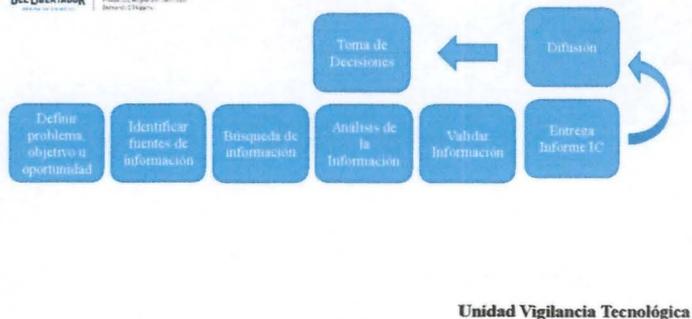
GRACIAS....

Unidad Vigilancia Tecnológica

Inteligencia Competitiva



Etapas de Inteligencia Competitiva



Inteligencia Competitiva Objetivos.

- 1.- Mejora la competitividad de una empresa
- 2.- Apoya en la toma de decisiones
- 3.- Anticiparse a los cambios del mercado.
- 4.- Detectar tendencias.

Unidad Vigilancia Tecnológica

Importancia de la IC en una organización

- 1.-Anticipación a los cambios del entorno
- 2.-Ofrecer un producto o servicio adaptado.
- 3.-Innovación en un producto o modelo de negocios
- 4.-Reducción del riesgo
- 5.-Identificación de oportunidades

Unidad Vigilancia Tecnológica

Inteligencia Competitiva

¿Qué temas son importantes investigar?

Normativo:

- protección de animales Ley 20.380
- modificación de la Ley N° 19.162 (Ley de la Carne) estableciendo sistema de trazabilidad del ganado y carne. Ley 20.358

Unidad Vigilancia Tecnológica

Inteligencia Competitiva

Normativo:

- *Código Alimentarios
- *Buenas Prácticas
- *Reglamento Técnico
- *Circulares
- *Anexos
- *Normativas
- *Requisitos Zoonosanitario
- *Certificados de exportaciones
- *Decretos
- *Embalajes
- *Regulaciones
- *Etiquetado
- *Permisos
- *Instrucciones.



Unidad Vigilancia Tecnológica



INNOVACIÓN Y PATENTAMIENTO

EL NORTE DE UN EMPRENDEDOR.



EMPRENDIMIENTO



PATENTA TU INNOVACIÓN

CD · BK · 23
CHILE

¿QUÉ ES UNA PATENTE DE INVENCION?

- Título
- Exclusividad
- Con aplicación específica
- Por un periodo determinado

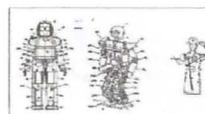
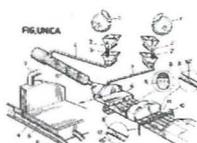


REQUISITOS PARA PATENTAR UNA INVENCION

- Nuevo y desconocido
- Aplicación industrial
- Tangible o intangible

TIPOS DE PATENTES

PATENTES DE INVENCION MODELO DE UTILIDAD DISEÑO INDUSTRIAL



EJEMPLOS



¿Puedo patentar mi app o software?

¿Puedo patentar el nombre de mi producto?

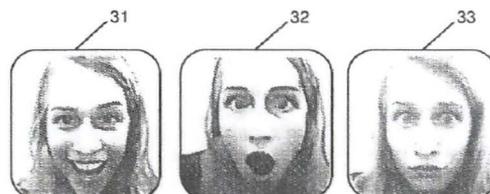
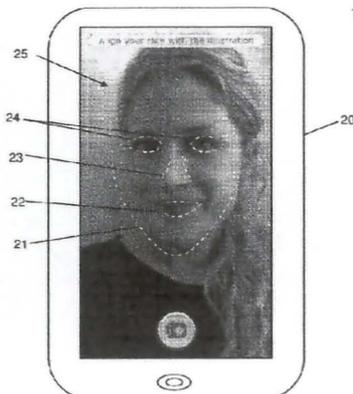


Fig. 3A



Fig. 3B



Fig. 1

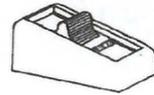
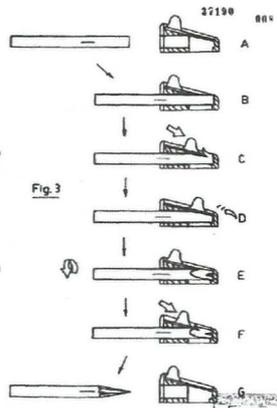
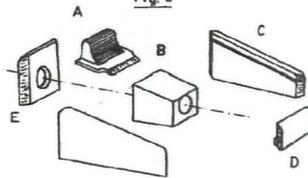


Fig. 2



GRACIAS.

ESCENARIO ACTUAL



+8.600.000
Patentes mundial



+26.000
Patentes Chile

0,3%



120

En la Región

20 Concedidas

0,00023%

En relación a patentes en el mundo

0,0076%

En relación a patentes en Chile

Un Tesoro escondido!!

El costo de la Ignorancia

- Las empresas europeas gastan cerca € 31.800 millones anuales, en investigación redundante. (Zabala 2010)
- € 1.000.000.000 - 10⁹

El costo de la Ignorancia

\$23.747.286.000.000.000

¿Porqué vigilamos?



Los empresarios puede verse sorprendidos en cualquier momento por la aparición de **nuevos productos, tecnologías o cambios en los gustos de los clientes**, cambios que pueden **AMENAZAR** seriamente la continuidad de su empresa.

Las micro, pequeñas y medianas empresas, *no tienen la capacidad de identificar, captar y discriminar información.*

¿PARA QUE VIGILAR EN EL TURISMO?

Conocer **nuevos productos y Mercados.**

Detectar **tecnologías emergentes** y las tendencias de la industria

Comprar o licenciar una patente interesante

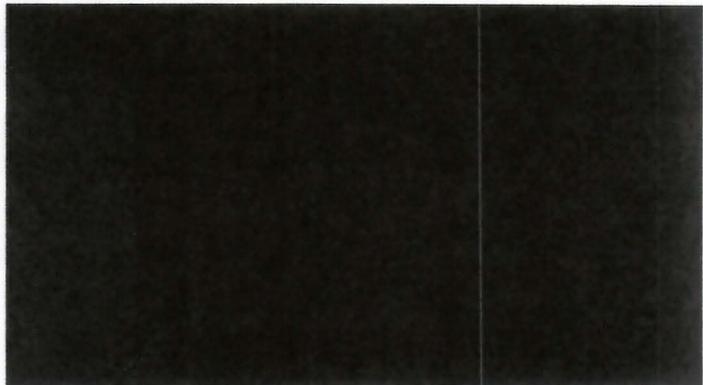
Evitar investigar sobre lo ya inventado.

Conocer las licitaciones o fondos concursables.

Reducir incertidumbre

Toma de decisiones en torno a la ciencia, la tecnología, las innovaciones y el mercado

Reducir la posibilidad de fracaso de los desarrollos emprendimientos

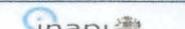


ORGANIZACIONES DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL Y OFICINAS DE PATENTES

	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual http://www.wipo.int/		Oficina de Patentes y Marcas Comerciales de Estados Unidos http://www.uspto.gov/
	Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Chile) http://www.inapi.cl/		Oficina Europea de Patentes http://www.epo.org/epo/en/index.html
	Oficina Española de Patentes y Marcas http://www.oepm.es/		Oficina de Registros de Compañías y Propiedad Intelectual http://www.cipo.gc.ca/
	Oficina de Patentes de Corea http://www.kipo.go.kr/		Oficina Estatal de Propiedad Intelectual de la República Popular China http://www.sipo.gov.cn/
	Oficina de Patentes de Japón http://www.jpco.go.jp/		IP Australia http://www.ipaustralia.gov.au/

(Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2010).

BUSCADORES DE PATENTES DISPONIBLES EN INTERNET

	http://www.wipo.int/patentscope/en/ Opera desde la base de datos internacional de la OMPI, con 3,8 millones de patentes designadas por país de solicitud.
	http://espacenet.com/ Trabaja a partir de la base de datos internacional de la Oficina Europea de Patentes, con cerca de 50 millones de registros.
	http://www.espacenet.com/ Derivado de Espacenet. Agrupa una base de datos de cerca de 1,5 millones de patentes latinoamericanas en español y portugués.
	http://www.uspto.gov/ Posee un set de buscadores de patentes que trabajan desde la base de datos de la USPTO, con más 8 millones de patentes en sus registros.
	http://www.google.com/patents/ Trabaja desde la base de datos de la Oficina de Patentes y Marcas Comerciales de EEUU, operando con cerca de 7 millones de patentes.
	http://www.inapi.cl/ El Instituto Nacional de Propiedad Industrial cuenta con un buscador de patentes solicitadas en Chile.

(Instituto Nacional de Propiedad Industrial, 2010).

Softwares Pagados	Visita:
Rapid Miner	http://rapid-i.com/
IBM SPSS Modeler	http://www.spss.com/software/modeler/
ICOEN	http://www.icoen.com/
SAS	http://www.sas.com/
Statistica	http://www.statsoft.com/
Matlab	http://www.mathworks.es/
Stata	http://www.stata.com/
MyPIERS	http://www.piers.com/
CREAX Creation Suite	http://www.creationsuite.com/
Softwares Gratuitos	Visita:
R	http://www.r-project.org/
KNIME	http://www.knime.org/
Orange	http://www.silabs.si/orange/
Weka	http://www.cs.waikato.ac.nz/ml/weka/



UNIDAD DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA



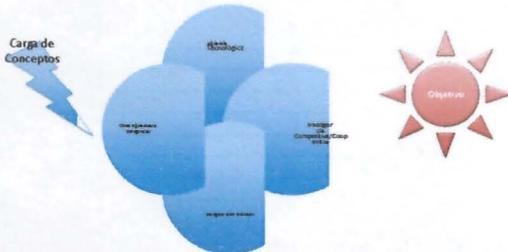


“Los analfabetos del siglo XXI, no serán aquellos que no sepan leer y escribir, sino mas bien aquellos que no puedan aprender , desaprender lo aprendido y volver a aprender” (Alvin Toffler)

Por hoy existe una evolución hacia el concepto de Inteligencia Estratégica. Es en suma las vigilancias y las inteligencias:

- **Vigilancia Tecnológica:** observar la tecnología y los métodos (patentes y artículos científicos).
- **Vigilancia de Mercado (Comercial/marketing):** observar la evolución del mercado/cliente. Adelantarse a necesidades.
 - Vigilancia de mercado; segmentos, nichos, etc
 - Vigilancia de medios, redes sociales.
- **Vigilancia Reglamentaria:** observar legislación, leyes, sociología.
- **Inteligencia Competitiva/coopetitiva:** dos o mas de las anteriores y con énfasis en la toma de decisiones.

Vigilancias e Inteligencias...



Inteligencia Estratégica: La suma de todas las inteligencias, sus datos, el análisis sobre a los procesos implementados para ello. Tiene por **objetivo** aportar al cumplimiento de la estrategia de la organización "Plan estratégico".

Fuentes y Servicios de Información: ¿Dónde buscar sobre Ciencia, Tecnología e Innovación?



1. Fuentes Formales

La prensa, Las patentes, Las bases de datos, Las publicaciones científicas, Las publicaciones de organismos oficiales, Los libros, Legislación y reglamentación

2. Fuentes Informales

Los competidores, Los proveedores, Los clientes, Las empresas subcontratadas, Las ferias, exposiciones, salones; Los congresos, seminarios, jornadas; Las misiones empresariales; Los estudiantiles en prácticas; Los comités.

3. Fuentes por estructura

Estructurada: Bases de datos de patentes y artículos científicos
Semiestructurada: Weblogs, mail, foros, chat
No estructurada: Documentos y reportajes, noticias

DOAJ DIRECTORY OF OPEN ACCESS JOURNALS

DOAJ: Directorio de Revistas de Acceso Abierto. De servicio gratuito, permite acceder a textos completos, revistas de calidad controlada científicas y académicas. En la actualidad hay 11.290 revistas en el directorio y 8.232 revistas pueden buscarse a nivel de artículo. A partir de hoy 2.969.505 artículos están incluidos en este servicio.



ASOCIATIVIDAD - COOPERATIVISMO

MARCHIHUE
29 MAYO 2018

FRANCISCO SERON, GERENTE DE UNAF



La Unión Hace la Fuerza



109

- 92 COOPERATIVAS
- 9 ASOCIACIONES GREMIALES
- 6 ORGANIZACIONES COMUNITARIAS
- 2 SOCIEDADES COMERCIALES

5195 productores/as organizados...

¿ASOCIATIVISMO?

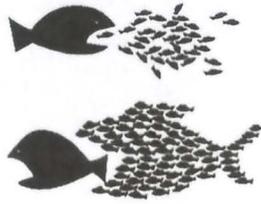


=

EXCEDENTES



¿PARA QUE ASOCIARSE ?



ASOCIARSE

Dos ideas previas:

- ✓ La condición **SOCIAL** del ser humano (Apoyo Mútuo..... supervivencia como especie... Minga)
- ✓ La **NECESIDAD** como base y centro de la asociación y la organización

ASOCIACION UNIRSE

GRUPOS EQ



ALGUNAS CONSIDERACIONES PARA PASAR DE LA AYUDA MUTUA AL COOPERATIVISMO.....

POR ASOCIATIVISMO ENTENDEMOS

- a todas las formas de organización colectiva
- que congreguen a personas u organizaciones con necesidades e intereses comunes
- con el objetivo de resolver problemas en común y/o potenciar fortalezas.

• Asociativismo involucra el conjunto de **relaciones interpersonales** que tienen como finalidad la potenciación de habilidades, negocios colectivos o la búsqueda de soluciones a dificultades comunes.

• De la **calidad** de las relaciones interpersonales dependen en buena parte el éxito o el fracaso de los emprendimientos asociativos.

ASOCIATIVIDAD

“Es un mecanismo e instrumento de cooperación entre productores/as, entre empresas pequeñas, medianas, que deciden voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo o fin común.”



	Sin fines de lucro	Con fines de lucro	Remanente / Excedente	Organismo Regulador	Norma Legal
Junta de Vecinos y Organizaciones Comunitarias	•			Municipalidad	Ley N° 15.418
Asociaciones Gremiales	•			Ministerio de Economía	Ley N° 2.757
Sindicatos	•			Ministerio del Trabajo	Ley N° 15.069
Asociaciones de Canalistas	•			Dirección General de Aguas	Art. 257 Código de Aguas
Comunidades de Agua	•			Dirección General de Aguas	Resolución DGA N° 186 / Art. 187 Código de Aguas
Sociedades Mercantiles		•		Conservador Bienes Raíces / Registro Comercio	Inscripción Registro Comercio
Cooperativas			•	Ministerio de Economía	Ley N° 20.081



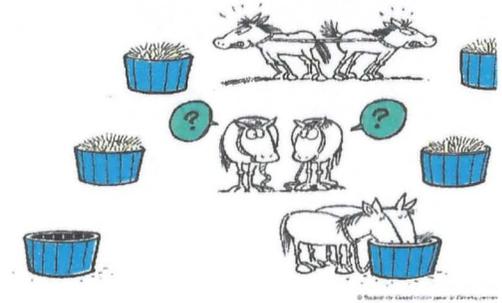
LA BASE DEL ASOCIATIVISMO ES LA COOPERACIÓN

La Cooperación tiene un sentido de acción y de movimiento colectivo siempre en oposición a la perspectiva individual e individualista

COOPERACIÓN

- Unión de esfuerzos y voluntades con el fin de alcanzar un objetivo común deseado por todos.
- Trabajo que realiza un grupo de personas con el fin de resolver sus problemas y satisfacer sus necesidades.

EL PROBLEMA CULTURAL



TRABAJAR EN EQUIPO

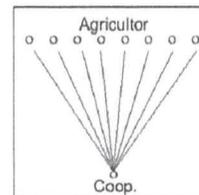
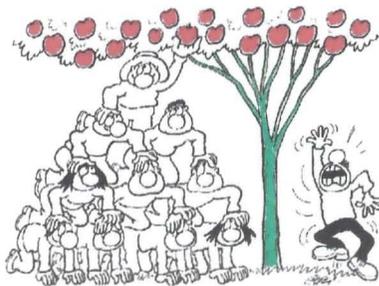


TRABAJO EN EQUIPO

Varias personas trabajando de manera ordenada, sistematizada, en función de un proyecto



5 ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL TRABAJO EN EQUIPO

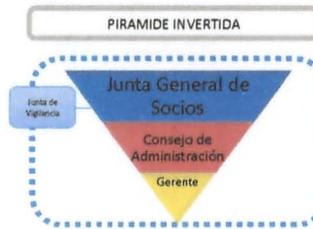


LA COOPERATIVA

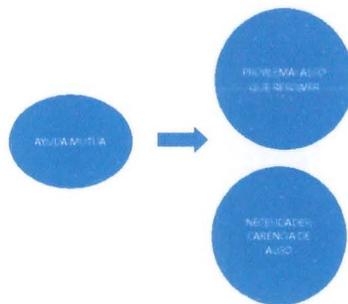
Una empresa cooperativa representa una **alianza entre personas que se asocian de manera voluntaria**, con la finalidad de atender y satisfacer las **necesidades** (económicas, culturales, de educación, etc.), de cada uno de sus miembros; a través de una empresa cuya **propiedad es colectiva** y de **administración democrática**.

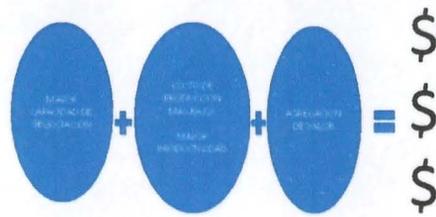


ESTRUCTURA COOPERATIVA



EMPRESA COOPERATIVA :
ASOCIACION DE PERSONAS
QUE LOS UNE EL PRINCIPIO
DE AYUDA MUTUA





HISTORIA 3: "COOPERATIVA AGRICOLA CAMPO DE HIELO"



COMUNA DE PUERTO Natales





LA MAGNITUD DEL FENÓMENO COOPERATIVO GLOBAL

Según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), ha dedarado en los últimos años que las cooperativas **generan empleo para 100 millones de personas en todo el mundo.**

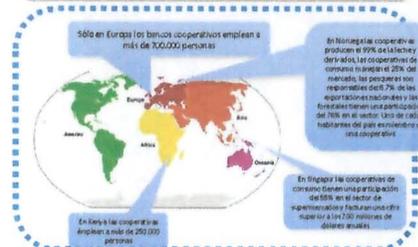


A nivel mundial las cooperativas cuentan con casi 1.000 millones de socios

LAS COOPERATIVAS EN AMÉRICA



LAS COOPERATIVAS CREAN Y MANTIENEN EMPLEOS EN TODO EL PLANETA



GRACIAS



CHILESUSTENTA: AGENCIA DE INNOVACIÓN, SECTORES AGROALIMENTARIOS, FORESTAL Y TURISMO.



“Curso de Vigilancia Estratégica y Formulación de Proyectos de Innovación”



Rodolfo P. Cortés D.
Ing. Agrónomo MSc.
Director Ejecutivo
Agencia de Innovación y
Sustentabilidad ChileSustenta
www.chilesustenta.cl

Marzo de 2018.

Fuentes de Vigilancia



Privadas y Abiertas

Privadas:

Debes pagar por el servicio, Ej: Iale Tecnología.

Abiertas:

Son gratuitas y bastante prácticas para empezar.
Ej: Google: Google Alerts.



Vigilancia a través de Google Alerts



¿Para qué sirve?

- Algunos usuarios crean alertas con su nombre y apellidos para hacer un seguimiento de su marca personal en la red.
- En el caso de empresas, es posible utilizarlo para monitorizar cuándo se habla de su marca o de sus productos
- Se puede usar para vigilar a la competencia
- Para estar al día en un tema que te interesa, por ej, si estás trabajando en una investigación.



Temario



- I. FUENTES DE VIGILANCIA ESTRATÉGICA
- II. FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN EL AGRO



Vigilancia a través de Google Alerts



¿Qué es Google Alerts?

- Es una herramienta abierta, gratuita y la más simple para realizar vigilancia básica y monitoreo a través de Internet.
- Requiere de una cuenta de Gmail y determinar qué términos son los más convenientes para vigilar.

¿Cómo funciona Google Alerts?

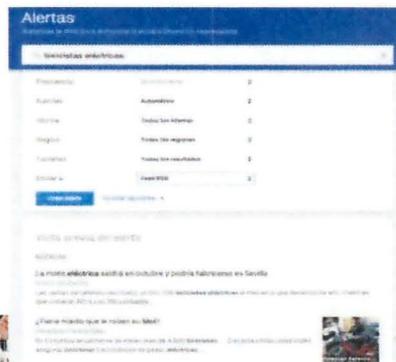
- Una vez configuradas una o más palabras claves, se activa el motor de búsqueda Google, que las buscará consistentemente por internet. Los apariciones llegan a tu email.



Vigilancia a través de Google Alerts



¿Cómo Usar Google Alerts?



Vigilancia a través de G.A.

¿Cómo Usar Google Alerts?

1. Entra en <https://www.google.es/alerts>
2. Inserta la o las palabras claves que permitirán tu vigilancia sobre el tema de tu interés
3. Cuando hayas escrito la palabra clave, verás dos opciones: 'Crear alerta', o 'Mostrar opciones'. Pincha en este segundo botón para personalizar tu alerta.



Vigilancia a través de G.A.

Ajusta tus preferencias:

1. Frecuencia: tan pronto como ocurran, una vez al día o una vez a la semana, etc.
2. Fuentes: si solo te interesan los blogs, web, o escoger 'Automático'.
3. Idioma: selecciona 'Todos los idiomas' o la lengua que te interese.
4. Región: aquí puedes escoger recibir alertas de un solo país.
5. Cantidad: Puedes elegir recibir alertas de cada vez que se mencionen tus palabras claves o una selección hecha por Google
6. Configuradas ya tus opciones, pinchar 'Crear alerta'.
7. Tendrás que repetir este proceso con cada palabra o combinación de palabras que sean de tu interés.



Vigilancia a través de G.A.

Algunos consejos

- Ser específico con tus palabras clave. Por ej., 'bicicleta' activará más alertas que 'bicicleta eléctrica'. (muchas alertas a menos específico).
- Utiliza comillas para acotar aún más las alertas. Si usas "bicicleta eléctrica" solo recibirás la alerta cuando ambas palabras aparezcan juntas.
- Con el signo - puedes excluir algunas palabras. Por ejemplo: bicicletas - tradicionales.
- Si te gustaría recibir alertas que provengan sólo de un sitio web utiliza el operador site. Por ejemplo, site:www.chilesustenta.cl.
- Puedes ajustar la configuración de tus alertas a medida que las recibas, cambiando las palabras clave, ajustando la frecuencia o las fuentes.





Formulación de Proyectos de Innovación



Fuentes de Financiamiento para la Innovación

1. Recursos propios
2. Bancos e instituciones financieras
3. Aceleradoras de negocios
4. Fondos y concursos públicos



Organismos de apoyo al financiamiento de la innovación

1. Fundación para la Innovación Agraria FIA
2. Corporación de Fomento de la Producción Corfo
3. Fondo de Innovación para la Competitividad FIC
4. Fundación Copec – UC
5. Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Conicyt)





Instrumentos de apoyo para la Innovación Agraria

Instrumentos de apoyo para la Innovación Agraria

1. Proyectos de innovación
2. Giras Tecnológicas
3. Eventos
4. Estudios
5. Consultorías



Estructura de un Proyecto de Innovación Agraria

Estructura Típica de un Proyecto de Innovación Agraria

1. Título
2. Objetivos
3. Resumen Ejecutivo
4. Estado del arte y factibilidad
5. Mérito Innovador
6. Resultados esperados
7. Actividades para lograr resultados
8. Carta Gantt
9. Indicadores, medios de verificación y evaluación
10. Hitos críticos - Método
11. Presupuesto: Pecuniarios y No Pecuniarios
12. Equipo Técnico
13. Modelo de Negocio - Sustentabilidad



Consejos para una Buena Formulación

TÍTULO

1. Debe ser corto y preciso
2. Un buen título no debe tener más de dos líneas, si no pasa a ser un objetivo general.
3. Hay fondos que no permiten más de 50 caracteres por título
4. Tiende a mirarse en menos, pero es de lo más importante de un proyecto
5. Debe contener las palabras claves y ser atractivo "vendedor"



Objetivo General

1. Comienza por un verbo y deben ser evaluables.
2. Debe indicar la dirección de nuestra investigación o proyecto.
3. Debe ser un resumen perfecto del proyecto, destacando ojalá sus fortalezas
4. Conciso, 2 a 3 líneas máximo...
5. De lo más importante del proyecto...





Objetivos Específicos

1. Deben ser el soporte del objetivo general, explicar cómo lo vamos a lograr.
2. Deben exponer cómo lograremos los resultados propuestos
3. Cuantificables
4. Idealmente en no mas de dos líneas
5. Realistas
6. No muchos...
7. También importantísimos...



Resumen Ejecutivo

1. Muy muy estratégico, tercer lugar en orden de importancia...
2. Debe contener las **ideas fuerza** del proyecto
3. Debe contener los objetivos
4. Debe contener el valor total del proyecto y cuanto se pide al fondo.
5. Convincente "vendedor"



Estado del arte, mérito innovador y factibilidad

1. ¿Que hay? ¿está ya hecho lo que estoy proponiendo?
2. Definen el nivel de innovación de la propuesta
3. Estado del arte es nacional e internacional
4. Qué tan novedosa es la solución al problema o la necesidad
5. Por tanto, el merito innovador es también mundial, nacional, regional o local
6. Mas de lo mismo... vaya al banco!!!
7. Factibilidad técnica y legal, muy importante.
8. Un mal estado del arte habla muy mal de un proyecto...



Resultados esperados y Actividades

1. Los resultados condicionan los objetivos
2. Las actividades condicionan los resultados
3. Coherencia y consistencia de los proyectos
4. Algunos resultados condicionan al proyecto completo (Hitos Críticos)
5. Las actividades deben ser temporales (con fechas)



Carta Gantt

ID	Actividad	Año																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12							
1	Definición de objetivos y alcance del proyecto																			
2	Definición de actividades y recursos																			
3	Definición de hitos críticos																			
4	Definición de indicadores de seguimiento																			
5	Definición de medios de verificación																			
6	Definición de actividades de monitoreo y evaluación																			
7	Definición de actividades de comunicación																			
8	Definición de actividades de gestión de riesgos																			
9	Definición de actividades de gestión de recursos humanos																			
10	Definición de actividades de gestión de recursos financieros																			
11	Definición de actividades de gestión de recursos tecnológicos																			
12	Definición de actividades de gestión de recursos legales																			
13	Definición de actividades de gestión de recursos ambientales																			
14	Definición de actividades de gestión de recursos sociales																			
15	Definición de actividades de gestión de recursos culturales																			
16	Definición de actividades de gestión de recursos educativos																			
17	Definición de actividades de gestión de recursos de salud																			
18	Definición de actividades de gestión de recursos de seguridad																			
19	Definición de actividades de gestión de recursos de transporte																			
20	Definición de actividades de gestión de recursos de energía																			
21	Definición de actividades de gestión de recursos de agua																			
22	Definición de actividades de gestión de recursos de suelo																			
23	Definición de actividades de gestión de recursos de clima																			
24	Definición de actividades de gestión de recursos de biodiversidad																			
25	Definición de actividades de gestión de recursos de patrimonio																			
26	Definición de actividades de gestión de recursos de cultura popular																			
27	Definición de actividades de gestión de recursos de cultura digital																			
28	Definición de actividades de gestión de recursos de cultura deportiva																			
29	Definición de actividades de gestión de recursos de cultura gastronómica																			
30	Definición de actividades de gestión de recursos de cultura turística																			



Indicadores, medios de verificación

1. Indicadores permiten hacer un seguimiento y control de las actividades y el cumplimiento de los resultados esperados
2. Los indicadores deben ser cuantificables
3. Idealmente, deben estar asociados a una formula matemática
4. Los medios de verificación deben ser comprobables y visibles



Hitos críticos



1. Los hitos críticos son resultados que condicionan la continuidad del proyecto resultados condicional los objetivos

Método

1. Debe ser lo más detallado posible
2. Ojalá científico, si amerita
3. No debe ser corto, pero si claro y preciso, demostrando que se exactamente cómo lo voy a hacer



Presupuesto



1. Equilibrado
2. Valores de mercado

Equipo Técnico

1. Multidisciplinario
2. Muchas veces dejan proyectos fuera por malos equipos técnicos



Modelo de Negocio y/o Sustentabilidad



1. No se debe "Satanizar" la sostenibilidad privada de los proyectos
2. Los fondos del estado no deben ser "respiradores artificiales"
3. El modelo de negocios y la sustentabilidad deben estar claramente estipulados y calculados antes del inicio del proyecto.



Ejemplo de Criterios de Evaluación

- ✓ Nivel de **innovación** (creación, mejora, adaptación, copia)
 - ✓ **Ámbito de la novedad** (mundial, nacional, regional)
 - ✓ **Mercado** (demanda real o potencial y competitividad frente a la oferta existente)
 - ✓ **Modelo de negocio** (Inserción de bienes/servicios)
 - ✓ **Problemas u oportunidades relevantes** para el sector agroalimentario y forestal
- } 80%
- ✓ **Coherencia y consistencia** en su formulación
 - ✓ **Pertinencia** en sus costos
- } 20%



INNOVACIÓN, LA CLAVE DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Enfocarse siempre en la OPORTUNIDAD más que en el problema!!!

GRACIAS!!!

Rodolfo P. Cortés D.

www.chilesustenta.cl

Director de ChileSustenta
Pataguan Cerro, Marzo de 2018.



COOPERATIVAS

¿QUÉ SIGNIFICA PERTENECER A UNA COOPERATIVA?

CATALINA FERNÁNDEZ S.
ABOGADA

Antecedentes Históricos

- La idea y la práctica de la Cooperación aplicadas a la solución de problemas económicos aparecen en las primeras etapas de la civilización.
- Surge la necesidad de unirse con el fin de obtener los bienes y servicios indispensables.



Los Inicios

- Sociedad denominada "De los Probos Pioneros de Rochdale" Abrieron un pequeño almacén (1844)
- **Principios:**
 - Un miembro, un voto
 - Igualdad de sexos entre los miembros
 - Distribución de beneficios dependiendo de la cantidad de compras hechas por los socios.
- Surgimiento de nuevas formas de cooperación en el campo económico y social. ACI 1895
- América del Norte (finales del siglo XIX y principios del XX) CACS, agrícolas y de electrificación rural.
- De finales del siglo XIX a 1930 : Argentina, Brasil, Uruguay y Chile promovido por inmigrantes europeos.
- **Chile:** Cooperativa de consumo La Esmeralda (Valparaíso en 1887), vinculada a grupos de artesanos. Entre 1904 y 1924, se "registraron", 40 sociedades cooperativas en distintos sectores: consumo (22), servicios (7), seguros (6), agrícola (3) ahorro y edificación (1) y electrificación (1).



Cooperativas en Chile

- En términos de volumen, el total de cooperativas activas y vigentes en el DAES son 1.300 aprox., (1.550.000 socios y 37.000 personas empleadas).
- +-120 cooperativas agrícolas y campesinas



Valores Cooperativos (ACI 1995)

- **Ayuda Mutua:** Se da la "ayuda mutua" cuando dos o más personas se socorren y cooperan entre sí para lograr las metas individuales o colectivas propuestas.
- **Responsabilidad:** La "responsabilidad" es la obligación de responder por los propios actos. Es también garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos.
- **Democracia:** Los asociados mantienen el control de la cooperativa participando activamente en la toma de decisiones en asambleas generales, en órganos sociales a través de sus representantes o en otros espacios de poder.
- **Igualdad:** Consiste en ofrecer el mismo trato y condiciones de desarrollo a cada asociado(a) sin discriminación de sexo, etnia, clase social, credo y capacidad intelectual o física.
- **Solidaridad:** Es la adhesión libre y voluntaria a una causa o empresa, creando una relación humana de mutuo apoyo donde la felicidad particular depende de la felicidad colectiva. Es entonces la comunidad de intereses, sentimientos y propósitos.
- **Honestidad:** Es la honradez, la dignidad y la decencia en la conducta de (los/as) asociado(s). La persona honesta es incapaz de robar, estar o defraudar.
- **Transparencia:** La información es administrada entre asociados(as) y dirigentes de manera clara, veraz y oportuna. En la base de la transparencia está la confianza, la comunicación y la franqueza. Se oponen a ella el encubrimiento y el engaño.
- **Responsabilidad Social:** En el cooperativismo la "responsabilidad social" se vincula al compromiso con el desarrollo de la comunidad. Por ello las cooperativas son agentes activos en la generación de empleo y en la justa distribución de la riqueza.
- **Preocupación por los demás:** Hasta no lograr el bienestar material y espiritual de las personas que le rodean, el cooperativista auténtico estará en una condición de inquietud o desasosiego, buscando soluciones a los problemas sociales. Eso es "preocupación por los demás".



Principios

- Son lineamientos por medio de los cuales las cooperativas poseen en práctica sus valores. La Declaración de Identidad acordada en Manchester define un conjunto de siete principios cooperativos fundamentales:
- **1er. Principio: Membresía abierta y voluntaria:** organizaciones voluntarias a abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.
 - **2º Principio: Control democrático de los miembros** Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros, quienes participan activamente en la definición de políticas y en la toma de decisiones. Los representantes responden ante la asamblea.
 - **3er. Principio: Participación económica de los miembros** Los miembros contribuyen de manera equitativa y estable de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa.
 - **4º Principio: Autonomía e independencia** Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía.
 - **5º Principio: Educación, entrenamiento e información** Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.
 - **6º Principio: Cooperación entre cooperativas** Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo, trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.
 - **7º Principio: Compromiso con la comunidad** La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.



¿QUÉ SON LAS COOPERATIVAS?

Son asociaciones que de conformidad con el **principio de la ayuda mutua** tienen por objeto **mejorar las condiciones de vida** de sus socios y presentan las siguientes características fundamentales:

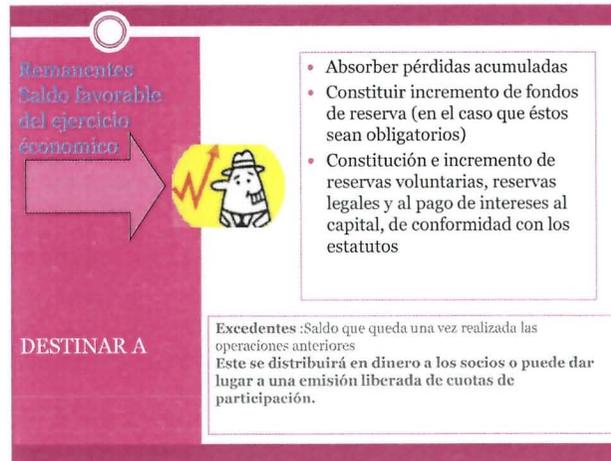
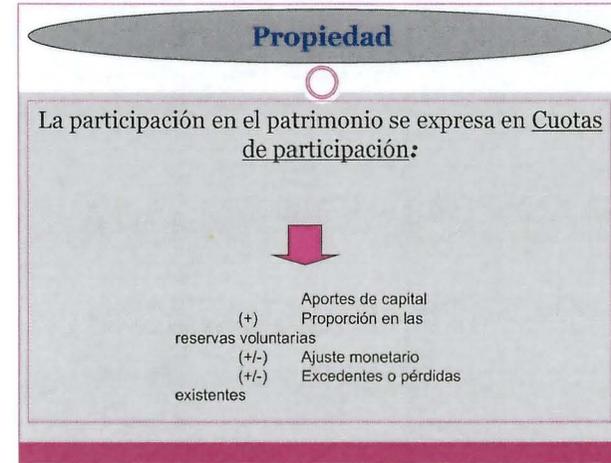
- Los socios tienen iguales derechos y obligaciones
- Un solo voto por persona
- Su ingreso y retiro es voluntario.
- Distribución del excedente correspondiente a operaciones con sus socios, a prorrata de aquéllas.
- Observan neutralidad política y religiosa
- Desarrollar actividades de educación cooperativa
- Procurar establecer entre ellas relaciones federativas e intercooperativas
- Gozan de personalidad jurídica
- Tienen a la inclusión, valorar la diversidad y promover la igualdad de derechos entre sus socios.



Marco Normativo



- ✓ Las Cooperativas tienen un marco jurídico propio que corresponde al D.F.L. N° 5. (LEY GENERAL DE COOPERATIVAS)
- ✓ Reglamento (pendiente toma de razón Contraloría)
- ✓ Todas las resoluciones elaboradas por el DAES
- ✓ Estatuto Social
- ✓ Reglamentos Internos de las propias cooperativas.
- ✓ Leyes especiales que rijan la actividad económica que constituya su objeto. (Ej. Normativa Banco Central respecto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito)



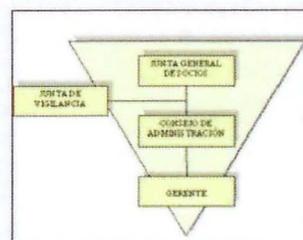
○
FIN
MUCHAS GRACIAS

Catalina Fernández- Abogada

LAS COOPERATIVAS

EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Catalina Fernández- Abogada



Qué es consejo de administración

- Es un estamento colegiado
- Administración superior de los negocios.
- Representa judicial y extrajudicialmente a la cooperativa para el cumplimiento del objeto social
- Funciones encomendadas por la LGC, su Reglamento y el Estatuto.
- Compuesto por Titulares: (3)
- La calidad de consejero y el cargo son cosas distintas.
- Electos o revocados por la asamblea.
- Duración: 2 años
- Reelección.



Consejeros suplentes

- Estatuto (3)
- Pueden participar en las reuniones del CAD, siempre que sean expresamente invitados por el mismo organismo, o que el estatuto lo permita, con derecho a voz.
- Reemplazarán a los titulares que por fallecimiento, imposibilidad o cualquier otra causa, no pudiesen desempeñar sus funciones.
- El reemplazo podrá ser definitivo, en caso de renuncia o vacancia del cargo, o transitorio, en caso de ausencia o impedimento temporal del titular.
- Los suplentes que adquieran en forma definitiva el carácter de consejeros por renuncia o vacancia del titular, durarán el plazo que falte a éste en su cargo.
- Los suplentes reemplazarán a los titulares que corresponda, sólo en su calidad de consejeros, y en ningún caso en el cargo que éstos ocupen en la mesa directiva.
- Los suplentes reemplazarán a los titulares en el orden de las mayorías obtenidas en la respectiva elección



Renuncia



- De la renuncia de los consejeros conocerá el propio consejo de administración.
- El CAD debe aceptar la renuncia del Consejero, en esa misma sesión o más tardar la siguiente, debe asumir el suplente.
- Si no hay suplente debe llamarse a una junta general de socios.
- De la renuncia simultánea de todos los consejeros conoce la asamblea.

Cargos y constitución del Consejo

- Primera sesión después de una elección o haya asumido en forma definitiva un suplente, el consejo deberá designar un presidente, un vicepresidente y un secretario.
- Constitución anual (estatuto)



Cargos obligatorios

Presidente

- 1) Citar a las sesiones del consejo y a las juntas generales, de conformidad con el presente reglamento.
- 2) Dirigir las reuniones del consejo y las juntas generales de socios y ordenar los debates.
- 3) Proponer a la asamblea que se ponga término o se suspenda una junta general de socios legalmente constituida, antes de terminar de tratar los puntos fijados en la tabla.
- 4) Dirimir los empates que se produzcan en las sesiones de consejo de administración.
- 5) Las que le delegue el consejo de administración; y,
- 6) Las demás que establezca la ley, el reglamento o el estatuto social.

Vicepresidente

- Corresponderá al vicepresidente el reemplazo del presidente para el desempeño de sus funciones, lo que no será necesario acreditar ante terceros.



CARGOS OBLIGATORIOS

Secretario



- La elaboración de las actas de sesiones del CAD y de las Juntas Generales;
- Tener bajo su custodia y ordenar todos los documentos relacionados con las juntas generales de socios y sesiones del CAD, así como la correspondencia y documentos de dichos órganos directivos; los libros y registros sociales;
- Encargarse de los envíos de citaciones, publicaciones y en general de todas las notificaciones o comunicaciones que den lugar a una celebración de asamblea, junta informativa o sesión de consejo.
- Preparar Tablas de reuniones y asambleas, en conjunto con el presidente.
- Encargarse del envío anual de información a la DAES.
- Dar cuenta al CAD de la correspondencia recibida y encargarse del despacho de correspondencia.

FACULTADES

LGC

- Representa judicial y extrajudicial de la cooperativa
- Facultades generales de administración
- Designación del Gerente
- Conocer de la renuncia de los consejeros
- Citar a asamblea (sin perjuicio de otras modalidades)
- Puede delegar parte de sus facultades en el gerente o en uno o más consejeros de la cooperativa.

ESTATUTO Y ACUERDOS DE LA ASAMBLEA

- Todas aquellas contenidas en el estatuto, para la correcta administración del negocio de la cooperativa y el cumplimiento del objeto social
- Aquellas encomendadas o autorizadas por la asamblea



ACUERDOS DEL CAD



- Deberán ser adoptados colectivamente en sesión legalmente constituida, por la mayoría de los consejeros presentes con derecho a voto.
- Cada consejero tendrá derecho a un voto.
- El voto del presidente o de quien haga sus veces dirimirá los empates.

Actas del Consejo de Administración



- Nómina de consejeros asistentes y su calidades.
- Un extracto de lo ocurrido en la reunión y el texto íntegro de los acuerdos adoptados
- Resultado de las votaciones (quien vota a favor , en contra o se abstiene).
- Los consejeros que lo deseen pueden solicitar al secretario se deje constancia en actas acerca de los fundamentos de su voto disidente, el cual deberá insertarlos en extracto.

FIRMA DEL ACTA

REQUISITO DE VALIDEZ



- El acta deberá quedar firmada antes de la sesión siguiente que se celebre.
- Los consejeros que hayan participado en la sesión respectiva no podrán negarse a firmar el acta que se levante de la misma, sin perjuicio del derecho de dejar constancia de su voto disidente, si corresponde.
- El secretario dejará constancia de la falta de cumplimiento de esta disposición.

Remuneraciones, dietas y asignaciones



- Fijada por el estatuto y/o la junta general .
- Reembolso los gastos en que incurran en el desempeño de las funciones encomendadas por el consejo de administración hasta los montos previamente aprobados, contra la presentación de los comprobantes legales respectivos.

Responsabilidad del CAD



- Se presume la responsabilidad del Consejo de Administración y del gerente, en los siguientes casos:
 - 1) Si la cooperativa no llevare sus libros o registros;
 - 2) Si se repartieren excedentes cuando ello no corresponda;
 - 3) Si la cooperativa ocultare sus bienes, reconociere deudas supuestas o simulare enajenaciones, y
 - 4) Si la cooperativa no diere cumplimiento a sus obligaciones legales, reglamentarias y estatutarias, y a las instrucciones de los organismos fiscalizadores correspondientes.

FIN
MUCHAS GRACIAS



CHILESUSTENTA: AGENCIA DE INNOVACIÓN, SECTORES AGROALIMENTARIOS, FORESTAL Y TURISMO.



“Innovación en Negocios Agropecuarios”



Rodolfo P. Cortés D.
Ing. Agrónomo MSc.
Director de ChileSustenta
www.chilesustenta.cl

Mayo de 2017.



INNOVACIÓN EL CONCEPTO



Temario



- I. INNOVACIÓN: ¿QUÉ ES REALMENTE?
- II. POR QUÉ INNOVAR? DE QUÉ ME SIRVE A MI?
- III. DIFERENCIAS CON FOMENTO E INVESTIGACIÓN: SEPAMOS DISTINGUIR !!
- IV. VENTAJAS DE UN NEGOCIO INNOVADOR
- V. EJEMPLOS DE INNOVACION: CASOS REALES.
- VI. HERRAMIENTAS DE APOYO PARA LA INNOVACION



Innovación de Producto



¿Qué es la innovación productiva?

- “... es la creación de **valor** a través de la **transformación de ideas o conocimiento** en nuevos productos, procesos, marketing, organización y logística...”
- La innovación debe tener ciertos niveles de **riesgo e incertidumbre tecnológica**, debe tener **novedad** y debe ser algo valorado por el mercado .
- Debe contener un **modelo de negocio o sustentabilidad**.
- Concepto dinámico y en constante evolución.



Tipos de Innovación

- *Innovación de producto (o productiva)*
- *Innovación de procesos*
- *Innovación Organizacional*
- *Innovación Social*
- *Innovación de marketing*



Por qué innovar?



Innovación

Definición "coloquial" de Innovación:

"Es una forma nueva o significativamente mejorada de hacer las cosas, que me permite conseguir mejores resultados..."

Sinónimos de Innovación:

- Diferenciación
- Valor agregado



Primero...la innovación es transversal, aplica a negocios, organizaciones, a empresas, pero también a un estilo vida...

Fuente: propia.



Innovación en el Amor



La innovación: ¿para qué me sirve?



La innovación es muy fácil de entender!



La innovación es muy fácil de entender!



La innovación es muy fácil de entender!



La innovación es muy fácil de entender!



La innovación es muy fácil de entender!



La innovación es muy fácil entender!



DIFERENCIAS CONCEPTUALES CON FOMENTO, INVESTIGACIÓN Y OTROS...



Fomento

¿Qué es la fomento productivo?

“Acción gubernamental de **entrega de incentivos**, para que particulares generen bienes o servicios con valor económico, **sin necesariamente ser innovadoras**”.



Investigación básica

¿Qué es Investigación básica?

...La academia la define como la “**ciencia o investigación** que **no** se lleva a cabo con fines prácticos, sino con el fin de generar conocimiento”...



Investigación aplicada

¿Qué es Investigación aplicada?

“generación de conocimiento con aplicación directa a problemas de la sociedad o sector productivo, ocupándose del enlace entre teoría y producto”...



Investigación y Desarrollo

¿Qué es Investigación y Desarrollo (I+D)?

“conjunto de actividades emprendidas con el fin de obtener conocimientos científicos y técnicos, utilizando los resultados para el futuro desarrollo de prototipos”



Innovación Lineal (antes)



I+D+i

Innovación (ahora)



Un **proyecto de innovación** puede incluir componentes de I+D, sin embargo, su foco se centra en la **generación de valor** para suplir las **demandas** del mercado o para adaptarse a los **cambios** del entorno.

Entonces, ¿Cómo identificar cuando es innovación?

- Novedad
- Valorado por el mercado
- Riesgo e Incertidumbre tecnológica



Innovar en los negocios es desarrollar nuevos o significativamente mejorados productos y servicios que son valorados por el mercado.



Ejercicio: Fomento, Investigación e Innovación, que no se confundan.



Fomento productivo o inversión



INNOVACION
SSSS



Fomento productivo v/s Innovación, que no se confundan!!



Fomento productivo, Inversión.

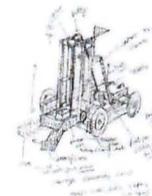


INNOVACION
SSSSS

Investigación v/s Innovación, que no se confundan!!



Investigación básica



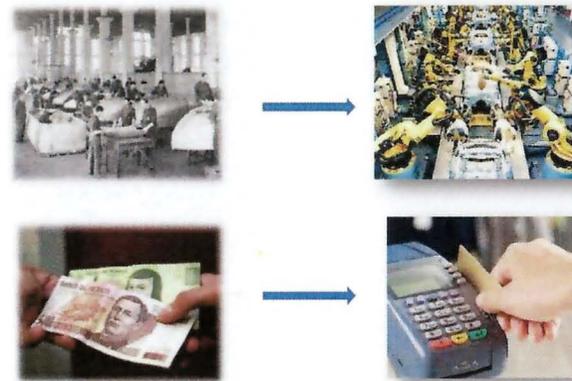
RD

Entonces ¿En qué beneficia la innovación a mi negocio o empresa?

- Ofrecer productos o servicios nuevos o mejorados, diferentes, que generan preferencias.
- Lo anterior entrega valor agregado a mis P. o S.
- Hay innovaciones que generan ahorros (T, \$\$\$).
- Hay innovaciones que generan incremento de ventas, en cantidad o precio.
- Hay innovaciones que mejoran el ambiente laboral.
- Hay innovaciones sociales y ambientales.
- La innovación me hace mejor que mi competencia.



EMPREDIMIENTOS INNOVADORES



Ahora ustedes...otros ejemplos

Ventajas de un emprendimiento innovador

- Minimiza la competencia, aunque digan que es sana...
- Trabajas en lo que te gusta, en lo que tú creaste.
- Eres tu propio jefe, te liberas del rol sumiso que debes asumir con otros jefes.
- Te obliga a ejercitar la creatividad.
- Si está bien aplicado y fue analizado seriamente, puede ser una salvación económica.
- Te permite manejar tus tiempos.



Desventajas de un emprendimiento innovador

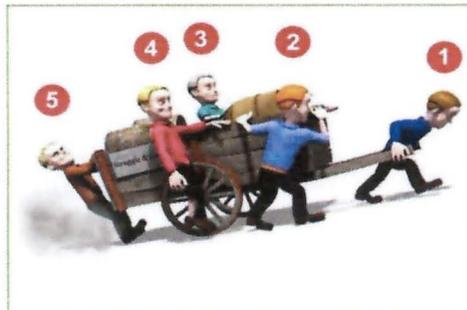
- La innovación tiene riesgos e incertidumbre
 - Aunque puedes manejar tus tiempos, a veces tienes que trabajar los fines de semana y muchas horas extras.
 - Ser tu propio jefe y el de otros, puede cansar.
- **“Trabaja en algo que creaste y que te gusta, y no tendrás que trabar un día más”**



INNOVACION ORGANIZACIONAL



Innovación Organizacional



Preguntas al final...

[Video](#)



EJEMPLOS DE INNOVACIÓN EN EL AGRO: CASOS REALES



CASO PROYECTO FIC O'HIGGINS 2014

Plataformas Móviles para el Control de Heladas, con Generación de Energía Eólica y Aplicaciones Multipropósito para Procesos Productivos Agropecuarios. (PRIVADO)

- Institución Responsable: Universidad de Chile
- Asociados: Coopeumo Ltda.; Fundo Los Silos



Contexto

Oportunidad

- Investigar nuevas alternativas para el control de heladas
- Identificar aquellas que ofrezcan ventajas comparativas y competitivas respecto a las existentes
- Adicionar servicios adicionales, que otorguen nuevos usos productivos
- Introducir las en la Región



Contexto

Problema

- Heladas provocan pérdidas económicas a la agricultura.
- Heladas provocan problemas sociales y ambientales.
- Sept. 2013, Ministerio de Agricultura declaró Emergencia Agrícola en la Región.
- La Región perdió más de 10 mil puestos de trabajo como consecuencia de las heladas.
- Incertidumbre climática no asegura nada, no hay certeza respecto a que se trate de eventos aislados o cíclicos, pudiendo presentarse con mayor frecuencia que en décadas pasadas.
- Eventos similares al 2013 durante temporadas continuas podrían ser catastróficos para la agrícola (consecuencias acumulativas y exponenciales).



Objetivo General del Proyecto

Introducir y Validar una tecnología nueva para el control de heladas, que permita la incorporación de nuevos usos productivos, rentabilizando mejor la inversión y haciéndola más apropiable para agricultores de menor tamaño.



SELECCIÓN FINAL: HÉLICE PORTATIL !!



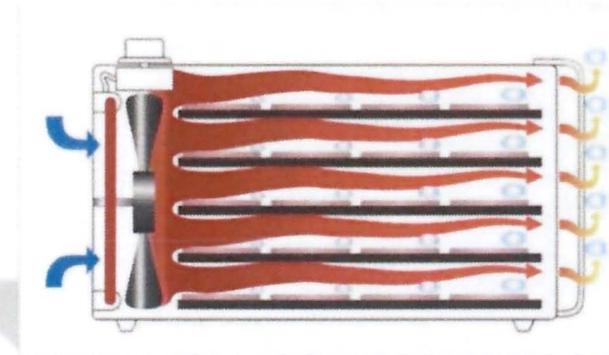
Multi-funcionalidad



Generación de Energía Eólica

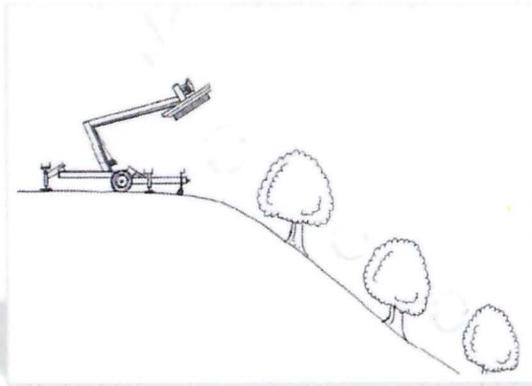


Deshidratado de Fruta



Plantaciones en pendiente

(ej. paltos y viñas)



Bienestar Animal



ChileSustenta
Productos y Servicios de Innovación

Instrumentos de apoyo para la Innovación Agraria

1. Proyectos de innovación
2. Giras Tecnológicas
3. Eventos
4. Estudios
5. Consultorías



ChileSustenta
Productos y Servicios de Innovación

Organismos de apoyo al financiamiento de la innovación

1. Fundación para la Innovación Agraria (FIA): <http://www.fia.cl/convocatorias-fia/abiertas/>
2. Corporación de Fomento de la Producción (Corfo): <http://www.corfo.cl/programas-y-concursos>
3. Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC)
4. Fundación Copec - UC: <http://www.fundcopec-uc.cl/>
5. Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Conicyt): www.conicyt.cl
6. Sercotec (www.sercotec.cl)





Conclusiones

Conclusiones

1. Resumidamente, innovación es generar un producto o servicio nuevo o significativamente mejorado, valorado por el mercado.
2. Innovación es diferente a fomento productivo, investigación y desarrollo.
3. La innovación permite a mi empresa o negocio ofrecer productos o servicios nuevos o mejorados, de mayor valor agregado, generar ahorros y mayores ventas.
4. Hay innovaciones que mejoran el ambiente laboral y otras innovaciones favorecen el medio ambiente.
5. La innovación me hace mejor que mi competencia.
6. Hay ejemplos reales y concretos de como la innovación permite ser más competitivos al sector agropecuario.



INNOVACIÓN, LA CLAVE DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

**Enfocarse siempre en la OPORTUNIDAD
más que en el problema!!!**

GRACIAS!!!

Rodolfo P. Cortés D.

www.chilesustenta.cl

*Director de ChileSustenta
Pataguas Cerro, Enero de 2017.*



CONCURSO NACIONAL 2016-2017 FIA: PROYECTOS DE GESTIÓN DE LA INNOVACION EN COOPERATIVAS

“Fortalecimiento Transversal y Sustentable de la Capacidad de Gestión, Organización e Innovación de la Cooperativa MASOVINO”

Ejecutado por:



Apoyado por:



Rodolfo P. Cortés D.
Director de Nuevos Proyectos
ChileSustenta
Marchigüe, Diciembre de 2018.



I. ANTECEDENTES



Antecedentes



EQUIPO TÉCNICO

1. Alejandra Valencia: Coordinadora.
2. Rodolfo Cortés: Coordinador Alterno.
3. Raúl Cornejo: Profesional de apoyo
4. Marlene Henríquez : Apoyo contable.
5. Marcos Mora: Ing. Agr. Dr.
6. Catalina Fernández: Abogada, Mg.
7. Waldo Bustamante y Vilma López de FIA.



Temario



- I. ANTECEDENTES
- II. PROPUESTA TÉCNICA
- III. FODA
- IV. LÍNEAS DE ACCIÓN POR BRECHA
- V. GOBERNANZA DEL PLAN
- VI. CONCLUSIONES FINALES



Antecedentes



CONCURSO FIA:

CONCURSO 2016-2017 PARA PROYECTOS DE GESTIÓN DE LA INNOVACION EN COOPERATIVAS

PERÍODO DE EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA

- Inicio: Diciembre 2016
- Término: Mayo 2018
- Duración: 1 año 5 meses



Antecedentes



Organizaciones y actores que apoyaron al desarrollo del Plan de Acción MasOvino 2018-2023:

1. Directiva y Gerencia de MASOVINO
2. Socios de MASOVINO
3. Agencia de Innovación y Sustentabilidad ChileSustenta
4. Corporación del Libertador Región O'Higgins
5. Indap - FIA





II. PROPUESTA TÉCNICA



Propuesta Técnica



Aspectos Internos que originan la necesidad

- Existen dificultades para implementar una gestión y administración compatible con la misión de MASOVINO, como Cooperativa.
- Hay necesidad de fortalecer las capacidades internas de administración
- Hay dificultad para incorporar acciones y tecnologías de innovación.
- Bajo conocimiento de los beneficios y rol de las cooperativas.
- Necesidad de fortalecer la vinculación entre la Cooperativa, su territorio y socios.
- Necesidad de mejoras en aspectos productivos, logísticos y estructurales.
- Escasas acciones para motivar a jóvenes y mujeres, pensando a futuro...



Propuesta Técnica



Aspectos Externos que originan el Proyecto

- Las empresas cooperativas del sector agropecuario juegan un rol relevante en la economía de nuestro país.
- Actualmente enfrentan múltiples desafíos relacionados con su futuro, pues han perdido reconocimiento como organizaciones relevantes y han perdido la capacidad de reaccionar a tiempo ante los rápidos cambios del entorno.
- Lo anterior se traduce en resultados económicos bajo lo esperado por socios, desmotivación, falta de liderazgo, desconfianzas, abandono, menor participación y bajas capacidades para abordar sus problemáticas organizacionales.



Objetivo del Plan de acción



- Generar un plan de acción para mejorar la gestión cooperativa, abarcando aspectos comerciales, organizacionales, diferenciación de productos, inclusividad e introducir una cultura de la innovación en la Cooperativa, tanto productiva como organizacional.



MÉTODO



OBJ.

1-2-3

- Desarrollo participativo y aplicación de encuestas a Directiva, Gerencia y Socios, para la validación de diagnóstico previo.
- Validar diagnóstico e identificar nuevas **BRECHAS**, así como sus causas y efectos.

1-2-3

- Identificar soluciones y desarrollar conclusiones: **LÍNEAS DE ACCIÓN**
- Validar participativamente y ajustar Líneas de Acción, junto con la Gerencia y Directiva.

4-5-6

- Elaboración FINAL del plan de acción "**PLAN MASOVINO 2018-2023**"
- **SEMINARIO** de lanzamiento y socialización pública del Plan.



ACTUALIZACIÓN DE BRECHAS



1. Brecha Organizacional
2. Brecha Etaria y de Género
3. Brecha de Innovación

• Antes



1. Brechas Organizacionales
2. Brecha de Vinculación con el Territorio y Socios
3. Brechas de Innovación
4. Brechas Estructurales, Productivas y Logísticas

• Después





ChileSustenta
Programa de Fomento de la Producción y el Consumo Sostenible

III. FODA



OPORTUNIDADES



1. Debido a la dispersión de socios, fortalecer los lazos asociativos y derribar barreras geográficas, por ej., con redes sociales.
2. Aprovechar la actitud favorable de las autoridades públicas y privadas por potenciar y desarrollar el rubro ovino en la Región.
3. Existen en el territorio otros negocios que pueden ser solidarios con el desarrollo del negocio ovino, ej: viñas
4. Se debe evaluar incorporar más agresivamente una línea de trabajo vinculada al turismo (rutas, enoturismo, agroturismo, etc.)
5. Se debe destacar las bondades del cordero de O'Higgins y desmitificar la percepción colectiva que el cordero "cae mal".
6. Desarrollar y ofrecer nuevos productos, subproductos y servicios, de manera complementaria a la carne ovina.



AMENAZAS



1. El agresivo posicionamiento y bajos precios de carnes alternativas.
2. Falta de capital para personal, organización e infraestructura.
3. "Mala fama" de la carne de cordero.
4. Despriorización del rubro por parte de autoridades.
5. No lograr colocación en mercados Gourmet y mercados formales
6. Inocuidad y estandarización.
7. No reconocer la innovación como motor de desarrollo, impedirá el desarrollo futuro de la Cooperativa.
8. Cambio climático
9. Limitada capacidad de frío en la región.
10. Existe un solo proveedor de servicios de faenamiento y envasado.



FORTALEZAS



1. Tenemos el mejor cordero de Chile, en aspectos sensoriales, ácidos grasos saludables, con tradición y consolidados en el territorio.
2. Los productos con sello ético como las cooperativas son atributos cada vez más valorados por los consumidores.
3. Productores ovinos con experiencia y dispuestos a asociarse para impulsar el rubro.
4. No hay problema de envejecimiento, productores jóvenes y con mayor nivel de escolaridad.
5. Raza especializada en carne (Suffolk Down)
6. Buena Red de contactos y buena relación con otras Cooperativas y Organizaciones Estratégicas.



DEBILIDADES



1. Principalmente económicas, se necesita capital para plantear un proyecto cooperativo futuro, tanto administrativa como productivamente.
2. Instrumentos de fomento no han permitido concretar una parte fundamental del plan de negocios proyectado.
3. Falta de RRHH. Hoy MASOVINO tiene solo dos empleados, una gerente y un técnico contable (insuficiente), las remuneraciones son inciertas, y asumen varias funciones.
4. Inexistencia de un punto de venta permanente cuyo objetivo sea atender clientes.
5. No hay una política de nuevos negocios, desarrollo y diferenciación



ChileSustenta
Programa de Fomento de la Producción y el Consumo Sostenible

IV. LINEAS DE ACCIÓN POR CADA BRECHA



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



A. REFORMULAR Y ACTUALIZAR LA MISIÓN DE MASOVINO DE ACUERDO A LAS NUEVAS NECESIDADES IDENTIFICADAS

- La nueva misión de MASOVINO debería enfocarse en una estrategia de diferenciación amplia e innovadora, asociada a la producción de carne de alta calidad, subproductos y servicios asociados, y atendiendo a los requerimientos de inocuidad, ambiente y entorno.
- Desarrollar una **planificación y actualización cada 4 años** y revisarla semestralmente, esto debe quedar en un compromiso de asamblea.



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



A. REFORMULAR Y ACTUALIZAR LA MISIÓN DE MASOVINO DE ACUERDO A LAS NUEVAS NECESIDADES IDENTIFICADAS

- Identificar claramente: **metas comerciales** (kilos de producto vendido/año, nuevos clientes, coberturas, venta de insumos a socios u otros), **RRHH requeridos** (contrataciones, funciones y capacitaciones), **finanzas** (rentabilidades, estados financieros, captación de recursos, evaluación de nuevos negocios o inversiones), **operaciones** (eficiencia en uso de recursos, logística) y **aspectos cooperativos sociales** (salud, esparcimiento, medico, etc.)



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



A. REFORMULAR Y ACTUALIZAR LA MISIÓN DE MASOVINO DE ACUERDO A LAS NUEVAS NECESIDADES IDENTIFICADAS

- Dar nuevas señales de modernización al asociado actual y motivar la incorporación de nuevos socios.
- Construir un **sistema de control y seguimiento** que atraviese por todos los aspectos señalados. Deben existir **indicadores** por línea de acción o área estratégica.



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



B. IMPLEMENTAR MEJORAS Y PERFECCIONAMIENTO EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y EJECUTIVA

- En el ámbito ejecutivo, reforzar la comercialización de productos generando un área comercial.
- Fortalecer el manejo financiero y contable, entregar reportes periódicos con información económica y financiera útil (rentabilidad) para productores, desde costos productivos hasta la comercialización, una asesoría permanente y útil para apoyar la toma de decisiones del asociado.



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



B. IMPLEMENTAR MEJORAS Y PERFECCIONAMIENTO EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y EJECUTIVA

- Generar un proyecto que pueda dar sustentabilidad económica a los profesionales de la Cooperativa.
- Profundizar la captación de recursos para materializar inversiones y capital de trabajo.
- Lograr que "La Cooperativa" pase a ser "Mi Cooperativa".



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



C. AUMENTAR LA DOTACIÓN DE PERSONAL PARA LA COOPERATIVA

- Aprovechar el Plan de Acción para el apalancamiento de recursos que permitan incrementar el personal actual de la Cooperativa.
- Para tal efecto, buscar, analizar y postular a programas como el PAE de Indap o Línea 2 de Cooperativas FIA, entre otros.
- Definir roles y perfiles con anticipación, se incorpora una descripción primaria de gobernanza en el presente Plan.



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



Cooperativa Másovino

D. MEJORAR LAS INSTANCIAS DE COMUNICACIÓN CON ACTORES RELEVANTES Y CAPACITACIÓN TRANSVERSAL

- Fortalecer capacidades en comunicación efectiva y trabajo en equipo.
- Generar instancias internas de comunicación permanente de lo que hace MASOVINO, ej: boletines de vigilancia estratégica y gestión de la Cooperativa.
- Definir un encargado de comunicaciones o "community manager",
- Difusión de acciones de la Cooperativa en radios u otros medios.



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



Cooperativa Másovino

E. FORTALECER LOS BENEFICIOS SOCIALES OFRECIDOS POR LA COOPERATIVA

- Evaluar instituciones de salud que quieran establecer convenios.
- Generar un programa para la implementación gradual de beneficios sociales a los socios
- Siempre tener presente acciones de inclusividad de género y juventud en el qué hacer de la Cooperativa.
- Se propone considerar beneficios como guarderías y jardines, médicos, dentistas, financieras, educación y esparcimiento, otros...



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



Cooperativa Másovino

F. IMPLEMENTAR UN PROGRAMA ANUAL DE CAPACITACIONES, PARA LA MEJORA CONTINUA DE LA GESTIÓN DE LA COOPERATIVA

- Cooperativismo
- Calidad, Inocuidad, trazabilidad, selección y estandarización para la comercialización
- Innovación productiva y organizacional como motor de desarrollo
- Capacitación intrapredial



1. LÍNEAS DE ACCIÓN ORGANIZACIONALES



Cooperativa Másovino

G. LÍNEAS DE ACCIÓN PARA LA INCLUSIÓN DE GÉNERO Y JUVENTUD

- Evaluar masas críticas
- Difundir entre jóvenes y mujeres
- Complementar sitio web con espacios dirigidos a jóvenes y mujeres
- Incorporar la familia de socios en actividades de la Cooperativa
- Promover proyectos dirigidos a mujeres y jóvenes
- Patrocinar actividades dirigidas a jóvenes y mujeres



2. L.A. PARA VINCULACIÓN CON TERRITORIO Y SOCIOS



Cooperativa Másovino

A. DESARROLLAR UN PROGRAMA ESTRATÉGICO DE POSICIONAMIENTO REGIONAL

- Mejorar el sentido de pertenencia y arraigo entre los socios y su actividad económica y su territorio
- Desarrollo de Plan de marketing para Cooperativa y asociados
- Formalizar alianzas estratégicas público-privadas, nacionales e internacionales (Indap- Sercotec- Corfo – Municipios – Restaurantes – Rutas del Vino – Sernatur – Unaf – Bancos – I+D+i, Otros...)
- Generar una unidad o responsables de Relaciones Públicas



2. L.A. VINCULACIÓN CON TERRITORIO Y SOCIOS



Cooperativa Másovino

A. DESARROLLAR UN PROGRAMA ESTRATÉGICO DE POSICIONAMIENTO REGIONAL

- Instauración de una "Fiesta costumbrista del cordero"
- Desarrollo de Plan de marketing para Cooperativa y asociados
- Formalizar alianzas estratégicas público-privadas, nacionales e internacionales (Indap- Sercotec- Corfo – Municipios – Restaurantes – Rutas del Vino – Sernatur – Unaf – Bancos – I+D+i, Otros...)
- Definir un responsable de Relaciones Públicas y Redes sociales



2. L.A. VINCULACIÓN CON TERRITORIO Y SOCIOS



Cooperativa Másovino

A. DESARROLLAR UN PROGRAMA ESTRATÉGICO DE POSICIONAMIENTO REGIONAL

- Obtener sellos de calidad, comercio justo, marcas colectivas o indicación geográfica, evaluar primero su rentabilidad.
- Identificar relatos tradicionales, culturales, patrimoniales, históricos u otros, para diferenciar productos.
- Desarrollar recetas con identidad local territorial u otras acciones tendientes a construir identidad de la producción territorial de cordero.



2. L.A. VINCULACIÓN CON TERRITORIO Y SOCIOS



Cooperativa Másovino

B. DESARROLLAR UN PROGRAMA DE INCORPORACIÓN DE TURISMO OVINO COMO ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA PARA EL TERRITORIO.

- Desarrollo de oferta turística, gastronómica, agroturismo.
- Incorporación en asociaciones gremiales turísticas
- Evaluar la Implementación de Restaurantes Temáticos Ovinos
- Incorporación en rutas turísticas
- Señalética de "ovoturismo"
- Desarrollar una ruta del cordero de O'Higgins, que vincule la carne de cordero con la industria turística existente, ej: viñas



2. L.A. VINCULACIÓN CON TERRITORIO Y SOCIOS



Cooperativa Másovino

C. ACTIVAR MESAS O COMITÉS OVINOS PARA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD Y EL POSICIONAMIENTO TERRITORIAL

- Crear comités de Innovación, diferenciación, diversificación y valorización de productos
- Implementación de Plataformas y/o servicios de Vigilancia e Inteligencia competitiva para la Cooperativa y socios.
- Planes y programas de desarrollo competitivo
- Levantamiento de nuevos proyectos concursables



2. L.A. EN VINCULACIÓN CON TERRITORIO Y SOCIOS



Cooperativa Másovino

D. GENERAR UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA GESTIÓN DE LA COOPERATIVA

- Priorizar medios de difusión que tengan la mayor impacto.
- Relevar no solo resultados económicos, no olvidar los sociales.
- Definir un responsable de comunicación y difusión
- Participación en ferias de alimentos presentado el producto y dándolo a degustar.
- Construir una imagen positiva del producto, resaltando aquellos aspectos diferenciadores que lo distinguen del resto de carnes.



3. LÍNEAS DE ACCIÓN EN INNOVACIÓN



Cooperativa Másovino

A. CREAR UN ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS E INNOVACIÓN AL INTERIOR DE LA COOPERATIVA

- Introducir una cultura de la innovación, en cooperativa y socios.
- Fortalecer la gestión de negocios de la cooperativa, con nuevas oportunidades de negocios de carnes y también subproductos.
- Incorporar profesionales apropiados, con competencias y/o buscar convenios con organismos externos.
- Incorporar acciones de I+D+i, vigilancia estratégica e inteligencia de mercado en la Cooperativa



3. LÍNEAS DE ACCIÓN EN INNOVACIÓN



Cooperativa Másovino

A. CREAR UN ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS E INNOVACIÓN AL INTERIOR DE LA COOPERATIVA

- Esta unidad también debe velar por el apalancamiento de recursos para el financiamiento basal de la Cooperativa.
- Adaptar la misión, visión y objetivos, así como el plan de marketing y de negocios.
- Visualizar y diagnosticar cuales son los servicios ofrecidos por la cooperativa, catalogados como regulares por los socios y generar un programa de mejora continua.



3. LÍNEAS DE ACCIÓN EN INNOVACIÓN



Cooperativa Másovino

A. CREAR UN ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS E INNOVACIÓN AL INTERIOR DE LA COOPERATIVA

- La modernización pasa por líneas transversales de acción, se debe generar un programa de innovación en términos de organización, inclusividad e infraestructural, proyectando una nueva imagen, moderna, sustentable, inclusiva y consolidada.
- Materializar alianzas estratégicas, nacionales e internacionales, que aporten beneficios a MASOVINO, generar permanentes intercambios comerciales, de expertos y de experiencias con ellos.



3. LÍNEAS DE ACCIÓN EN LA INNOVACIÓN



Cooperativa Másovino

B. POSICIONAR LA CARNE DE CORDERO DEL SECANO DE O'HIGGINS COMO UN PRODUCTO SANO Y DE CALIDAD

- Desmitificar el hecho que la carne de cordero es "pesada".
- Estudios formales abalan la calidad de la carne de cordero, se debe incorporar en el plan de marketing.
- Generar marcas y potenciar identidad regional del cordero.
- Diferenciar a través del "Story-telling".



3. LÍNEAS DE ACCIÓN EN LA INNOVACIÓN



Cooperativa Másovino

C. AREA DE INNOV. Y NUEVOS NEGOCIOS, GENERAR NUEVAS LÍNEAS DE PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS OVINOS:

- Embutidos ovinos
- Alimento animal seco u húmedo
- Lana como aislante térmico constructivo
- Prendas de vestir y artesanías en lana, cuero, cuernos, etc.
- Otras áreas de negocio nuevas para Cooperativa (Turismo, maquinaria agrícola, ganado, insumos, transporte, genética, reproductores, otros...



4. L.A. PRODUCTIVAS Y ESTRUCTURALES



Cooperativa Másovino

A. IMPLEMENTAR UN PLAN DE APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN:

- El principal destino de los corderos de MASOVINO es para carne. Por tanto se debe estar permanentemente atendiendo requerimientos de asesoría técnica en producción ovina, en manejo de praderas y otros temas relativos a una producción moderna
- Se plantea el desarrollo de la cadena ovina mediante una planta de faenamiento, desposte envasado y congelado, esto requiere un protocolo riguroso de logística, faena y comercialización que aplique a todos los socios.



4. L.A. PRODUCTIVAS Y ESTRUCTURALES



Cooperativa Másovino

A. IMPLEMENTAR UN PLAN DE APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN:

- Explorar nuevos mercados, principalmente el europeo (ProChile).
- Aumentar la cobertura comercial a todos los agentes comerciales posibles (supermercados, carnicerías, hoteles, restaurantes, servicios de catering, tiendas de especialidad, canal electrónico, telemarketing, exportadoras de productos cárnicos, entre otros).



4. L.A. PRODUCTIVAS Y ESTRUCTURALES



Cooperativa Másovino

B. GENERAR UN PROGRAMA PRIORIZADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA REQUERIDA PARA EL DESARROLLO DE LA COOPERATIVA Y SUS SOCIOS

- Establecer una sede formal para la Cooperativa
- Desarrollo de una sala de desposte y envasado prototipo con tecnología de punta en energía, agua, envases y estabilidad.
- Establecer parcelas demostrativas de experiencias exitosas de innovación productiva, facilitándolas para el desarrollo de proyectos en convenio con agencias de innovación y/o empresas del rubro.



4. L.A. PRODUCTIVAS Y ESTRUCTURALES



B. GENERAR UN PROGRAMA PRIORIZADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA REQUERIDA PARA EL DESARROLLO DE LA COOPERATIVA Y SUS SOCIOS

- Desarrollar un estudio de factibilidad, inversión, operación de sistema de frío y desposte, envasado y golpe de frío para la producción y oferta de carnes.
- Implementar un laboratorio de diagnóstico de parasitología animal.
- Implementar puntos de venta de cordero y servicios de entrega de carne dentro y fuera de la Región.



V. GOBERNANZA



5.1 GOBERNANZA



Para la implementación y ejecución del Plan de Acción es preciso el establecimiento de un sistema de gobernabilidad que coordine las distintas acciones. De esta forma, se definen las funciones y responsabilidades de cada nivel de decisión interno de la nueva unidad de negocios e innovación planteada para la sustentabilidad de la Cooperativa MASOVINO.



5.1 GOBERNANZA



La nueva Unidad deberá integrar recursos humanos nuevos, además de los existentes, capaces de apalancar recursos, gestionar y materializar gran parte de las líneas de acción planteadas. Esta unidad deberá contar al menos con los siguientes recursos humanos:

1. Profesional capacitado en gestión de proyectos de innovación, con experiencia en el sector público y privado.
2. Una persona capacitada en la gestión administrativa de proyectos
3. Una persona capacitada en difusión y comunicación



5.2 SEGUIMIENTO, CONTROL Y EVALUACIÓN DEL PLAN



- En la implementación de un plan de acción, es clave la reflexión y evaluación analítica de la eficacia y eficiencia de programas y proyectos desarrollados y en desarrollo.
- Las actividades deben siempre obtener el máximo beneficio con los recursos utilizados.
- Para poder controlar y analizar las acciones del plan, su eficiencia y eficacia, son importantes las acciones de seguimiento (tanto administrativo como técnico), control y evaluación.
- Indispensables indicadores de seguimiento, temporización de actividades y ajustes. **Lo que no se mide no se puede mejorar.**



VI. CONCLUSIONES FINALES



CONCLUSIONES FINALES



Cooperativa Másovino

- Las Cooperativas son organizaciones importantes para la economía.
- De acuerdo a la situación actual, un Plan de Acción es indispensable para su futuro sustentable.
- Las principales brechas que afectan a MASOVINO tienen relación con mejoras organizacionales, innovación, vinculación con socios-territorio y aspectos productivos-logísticos-infraestructurales.
- Un modelo de gobernanza, con acciones de seguimiento, control y evaluación, y con indicadores de seguimiento, son necesarios para la implementación del Plan.
- Un Cooperativa organizada con un plan de acción, es una Cooperativa más confiable, lo que facilita el acceso a programas de fomento y apoyo, **con mayor posibilidad de apalancar recursos.**



GRACIAS !!



Federación para la
Innovación Agraria

(SINDICATO DE PRODUCTORES)



Cooperativa Másovino



ChileSustenta

Proyectos de Innovación y Fomento