



Fundación para la
Innovación Agraria

OFICINA DE PARTES 1 FIA
RECEPCIONADO
Fecha 17 MAR 2017
Hora 13:30
Nº Ingreso 37.371

CONVOCATORIA NACIONAL

PROYECTOS DE GESTIÓN PARA LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS COOPERATIVAS 2016

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Fortalecimiento de las Capacidades Empresariales, de Cooperativismo y Estratégias del Modelo de Negocios de la Cooperativa de mujeres CADEPROM
Ejecutor:	Cooperativa de Trabajo Cadenas Productivas de Cunco y Melipeuco
Código:	PYT-2016-0839
Fecha:	22 de febrero de 2017



Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo	3
1. Configuración técnica del proyecto	3
2. Anexos	17
3. Costos totales consolidados	22
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	23

I. Plan de trabajo

1. Configuración técnica del proyecto

1.1. Resumen ejecutivo

La propuesta se denomina, "Fortalecimiento de las Capacidades Empresariales, de Cooperativismo y Estratégicas del Modelo de Negocios de la Cooperativa CADEPROM", la cual surge de la necesidad de reiniciar la operación de la organización basando su gestión sólo en sus socias y no en organizaciones terceras.

Esta Cooperativa presenta grandes oportunidades de mercado dadas por el constante auge turístico y desarrollo del entorno donde se encuentra su local de producción y ventas en la ciudad de Cunco y asociadas a la ruta de Araucanía Andina. Sin embargo, y debido a una serie de experiencias anteriores que han tenido desde sus inicios, como formar parte de proyectos al alero de otras organizaciones sin capitalizar mejoras y/o avances directos como cooperativa, ni percibir la transferencia directa en capacidades de gobernanza y gestión, han experimentado la desunión de socias, falta de liderazgo, descontento y una serie de problemas organizacionales. Actualmente la organización perdió sus capacidades y herramientas que le permitan nuevamente desarrollar y sustentar sus estrategias de negocio.

Frente a este problema organizacional, y enmarcado en un entorno con muchas oportunidades de desarrollo, se propone como objetivo general "*Diseñar e implementar un modelo de gestión organizacional que facilite la innovación en la organización en todos los ámbitos del modelo de negocios para que la Cooperativa CADEPROM se oriente hacia su misión y visión, y se convierta en un actor territorial relevante*".

La ejecución de la propuesta se aborda con metodologías de alta participación, a modo de cimentar en las bases todos los conocimientos y capacidades que cada actividad promueva. Se propone una ejecución en dos etapas:

1. Etapa 1: dedicada al diagnóstico estratégico de la cooperativa, la detección de brechas, desarrollo del modelo de negocios re diseñado, diseño de una unidad de gestión de la innovación y diseño de Plan Estratégico de fortalecimiento. Duración de la etapa 12 meses.
2. Etapa 2: orientada a la implementación del Plan Estratégico diseñado. Duración de la etapa 12 meses.

Se estimó una inversión total de _____ y una duración total de 24 meses.

El impacto que generaría CADEPROM al reiniciar sus operaciones formales, serían de carácter comercial, económico, social además de un impacto desarrollo territorial.

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general¹

Diseñar e implementar un modelo de gestión organizacional que facilite la innovación en la organización en todos los ámbitos del modelo de negocios para que la Cooperativa CADEPROM se oriente hacia su misión y visión, y se convierta en un actor territorial relevante

1.2.2. Objetivos específicos²

Los postulantes a la etapa 1 deberán considerar como objetivo específico el “Elaborar un diagnóstico y un Plan de Acción de corto y mediano plazo que aborde las brechas identificadas en el diagnóstico realizado.

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Diagnosticar la situación actual o línea base de la Cooperativa respecto de sus capacidades en los ámbitos financiero, organizacional, comercial, productivo y en el ámbito de la innovación, interior del modelo de negocio (situación ex ante).
2	Determinar las brechas y factores críticos de éxito en cada ámbito del negocio según la situación ex – ante y su entorno.
3	Diseñar la estrategia para la Cooperativa CADEPROM y su programa estratégico de fortalecimiento de la competitividad facilitando la nivelación de brechas detectadas del modelo de negocios de la cooperativa.
4	Desarrollar capacidades orientadas a implementar y generar una cultura de innovación que facilite su gestión en todos los niveles del modelo de negocios.
5	Difundir la experiencia de fomento de la innovación en la Cooperativa y su modelo de negocios alineado a una estrategia competitiva.

1.3. Método: identificar y describir los procedimientos que se van a utilizar para alcanzar cada uno de los objetivos específicos del proyecto. (Incluir al final, las actividades de difusión y transferencia de los resultados del proyecto) (máximo 8.000 caracteres para cada uno).

¹ El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con el proyecto. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

² Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general del proyecto. Cada objetivo específico debe conducir a uno o varios resultados. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

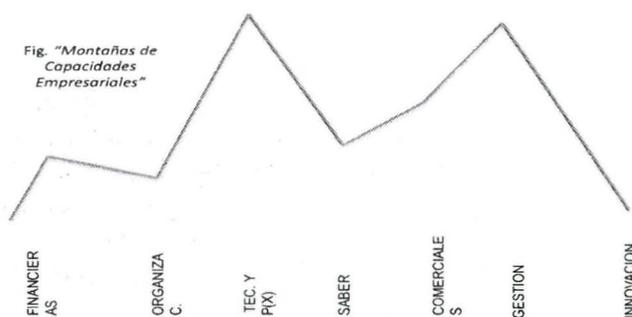
Método objetivo 1: Diagnosticar la situación actual o línea base de la Cooperativa respecto de sus capacidades en los ámbitos financiero, organizacional, comercial, productivo y en el ámbito de la innovación, el interior del modelo de negocio (situación ex ante).

1. Diagnostico Interno de la Cooperativa: Levantamiento de capacidades de la organización:

Metodología: Para el levantamiento de las capacidades de la cooperativa se propone la utilización de la técnica de jerarquización temática (TJT), correspondiente al levantamiento de ideas respecto del tema a tratar, entre los miembros de la cooperativa divididos en grupo. Cada grupo llena un planilla de jerarquización. Cada planilla va rotando de grupo en grupo, y cada grupo va destacando las prioritizaciones. A esta prioritización se le asignan puntajes según el nivel de prioritización obtenido.

Una vez obtenidas las planillas con su puntajes de la jerarquización, se clasifican en tablas según las siguientes categorías:

- 1.1. Capacidades Financieras
- 1.2. Capacidades Organizacionales
- 1.3. Capacidades Tecnológicas y productivas
- 1.4. Capacidades Comerciales
- 1.5. Capacidades en Gestión (modelo administración interno)
- 1.6. Capacidades en Innovación
- 1.7. Capacidades del saber
- 1.8. Capacidades de cooperativismo



El resultado se traduce gráficamente en la que denominamos "montañas de capacidades empresariales", que reflejan claramente la "estructura de capacidades existentes" y su composición basada en una valorización interna construida de la propia visión de los mismos cooperados miembros de la organización, y cuya visualización y análisis responde

las preguntas: *¿qué tenemos a nuestro haber para enfrentar el entorno competitivo?, ¿en que somos más fuertes como empresa?, ¿qué capacidades debemos reforzar o desarrollar?.*

2. Diagnóstico Estratégico (Interno y Externo): FODA

Metodología: El análisis FODA se realizará en dos etapas que se diferencian según quienes sean que entreguen la información:

- 2.1. Elementos estratégicos a partir de los miembros de la organización.
- 2.2. Elementos estratégicos a partir de la opinión de facilitadores y su visión respecto de la organización.

3. Análisis de la “Red de Valor”

Este modelo propone un análisis del marco estratégico de la empresa. Este modelo amplía el modelo de las cinco fuerzas de Porter ya que además de los complementadores integra a la “competencia” y la “cooperación”, pues el modelo considera que las organizaciones interactúan en relaciones simultáneas de competencia y cooperación, con sus proveedores, con sus clientes, con sus competidores y con quienes producen bienes complementarios.



La *cooperación y capacidad de generar alianzas* e impactar a su entorno, pasa a ser un elemento importante en el análisis del modelo cooperativo, considerando su naturaleza, y las funciones de impacto territorial y social. Esto porque las cooperativas desarrollan un capital social y cultural que permite canalizar y gestionar necesidades locales, y trabajan para los habitantes de un determinado territorio sea o no socios y dependen a su vez de ellos, de este modo, la comunidad y dotación de recursos naturales ahí disponibles, necesariamente deben ser incorporadas en sus procesos productivos con un horizonte de largo plazo. De esta manera las cooperativas se constituyen organizacionalmente, como empresas socialmente responsables con una necesaria visión estratégica de desarrollo local sustentable (“*principios del cooperativismo*”).

4. Análisis Organizacional y vinculante con la estrategia y el entorno:

Metodología: Se realizará un proceso de obtención de material (de existir el sistema documentado) en que se plasme el desarrollo de estos elementos organizacionales

en la organización a través de la revisión de material y entrevistas directas con sus miembros.

- 3.1. Visión
- 3.2. Misión
- 3.3. Directrices Estratégicas
- 3.4. Valores Corporativos
- 3.5. Objetivos Estratégicos

- 5. Gobernabilidad, análisis de estatutos y función de cooperativismo.

Metodología: Se propone un análisis descriptivo de la situación de gobernabilidad actual y capacidad de la organización de llevar a cabo los procesos básicos y a la vez fundamentales que sustentan el modelo cooperativo. Esto determinará la operación de las funciones internas de los diferentes órganos que la conforman (consejo de administración, junta de vigilancia, asamblea general, suplentes, gerencia, modelo tributario), todo según lo dispuesto en la Ley de Cooperativas, con énfasis en la eficacia de sus roles y el cumplimiento normativo en la gestión interna (sistema documental existente). Así como también, se observará la conexión del funcionamiento interno de la cooperativa con la naturaleza del cooperativismo, a modo de descubrir el apego a sus *principios básicos* y normas sociales que ésta forma jurídica propone desde su origen.

Se realizará un taller de identificación de redes y capital social (relaciones de confianza y vinculación interna y externa)

Método objetivo 2: Determinar las brechas y factores críticos de éxito en cada ámbito del negocio según la situación ex – ante y su entorno

El análisis de brechas se basa en contrarrestar el “estado de la situación actual” y el “estado esperado o ideal”. Las diferencias entre ambas situaciones suponen las brechas que se desea eliminar.

2.1. *Situación esperada.*

Construcción de un escenario óptimo en términos de capacidades, marco estratégico, red de valor y gobernabilidad interna de la cooperativa. Todos los elementos en función del negocio en que está inmersa la cooperativa y sus planes de mediano y largo plazo.

2.2. *Análisis de brechas.*

Determinación de deficiencias en los puntos analizados. Este análisis es más bien en base a la opción de expertos en gabinete, y considera la comparación de la situación ex – ante y el estándar esperado.

2.3. *Factores claves o críticos de éxito.*

Posterior al análisis de brechas y como una forma de priorización de éstas, se determinarán aquellas desviaciones más relevantes para la competitividad del

negocio, sustentabilidad y estrategia de la cooperativa.

Método objetivo 3: Diseñar la estrategia para la Cooperativa CADEPROM y su programa estratégico de fortalecimiento de la competitividad facilitando la nivelación de brechas detectadas del modelo de negocios de la cooperativa

Utilizando los insumos de los objetivos 1 y 2, se realizará un Co-diseño del Modelo de Negocios de la Cooperativa junto a su Plan Estratégico de fortalecimiento. Previo a ello, se consensuará el norte de la Cooperativa, es decir, la Estrategia.

3.1. Elaboración de la Estrategia de la Cooperativa.

3.1.1. Taller grupal “Construyendo nuestra estrategia”

- Misión
- Directrices Estratégicas
- Valores Corporativos
- Objetivos Estratégicos

3.2.2. Taller de cooperativismo

3.2. Diseño del Programa Estratégico de fortalecimiento.

Utilizando una metodología participativa con trabajos grupales guiados por un facilitador, se irá plasmando el plan compuesto por cada una de las actividades y sugerencias que se requieren llevar a cabo para cumplir con la estrategia y las metas de la Cooperativa, analizadas y construidas en base a la definición del Modelo de Negocios Anterior. Para esta etapa se utilizará la “Planificación Estratégica” como metodología y su herramienta operativa el Marco Lógico. Se utilizarán los Objetivos Estratégicos determinados en la estrategia y los principios del cooperativismo a modo de fortalecer y relevar en la planificación la real esencia y naturaleza del modelo jurídico.

3.2.1. Sesión grupal 1: “Planificando estratégicamente nuestra empresa”. Definición de acciones por cada objetivo planteado, responsables, roles, fechas, etc. (“Diseño del Marco Lógico”).

3.3. Co – Diseño del Modelo de Negocios sustentando la estrategia.

La definición del modelo de negocios tiene por finalidad visualizar cada uno de los componentes o actores que se relacionan en el negocio de la Cooperativa, ordenados y analizados por sí solos. Esto se orienta a que los miembros visualicen de mejor manera su estrategia y su plan estratégico, desde una perspectiva funcional. Se utilizará como marco o base la estructura del modelo de negocios CANVAS, pues los bloques que lo componen unen con mejor claridad los elementos internos y externos que la cooperativa debe considerar desde su perspectiva territorial y estratégica (cadena y red de valor).

3.3.1. Trabajo en Gabinete de construcción del Modelo (unión de antecedentes de la estratégica y plan estratégico de fortalecimiento.)

3.3.2. Presentación y validación de la Estrategia de la cooperativa, su Plan Estratégico de fortalecimiento y su modelo de negocios diseñado. Sesión Grupal: “validando la estrategia y modelo de negocios de la Cooperativa”

Método objetivo 4: Desarrollar capacidades orientadas a implementar y generar una cultura de innovación que facilite su gestión en todos los niveles del modelo de negocios

4.1. Modelo de Fomento y Gestión de la innovación “TUIC”.

A lo largo del proceso de diagnóstico y planificación de la empresa (Objetivos 1, y 3) que incluye el re-diseño del modelo de negocios, de manera transversal se realizarán acciones para el desarrollo del conocimiento y habilidades en Gestión de la Innovación. Estas intervenciones de capacitación y transferencia se basan en el *Modelo de Fomento y Gestión de la Innovación “TUIC”*. Este modelo considera que el centro y principal motor de todo esfuerzo por incorporar procesos de innovación en las organizaciones o grupos de personas, está inicialmente dado por el “TU”, es decir, por “las intenciones de las personas, que componen dichos grupos, por consiguiente, el modelo se basa en el desarrollo del Talento para la Innovación. Esta visión hace que el origen de las ideas innovadoras en la organización (cooperativa) sea a partir de las propias personas que componen la empresa (, y no sólo en ideas provenientes de intervenciones de externos, que si bien pueden ser positivas en algún momento determinado, no aseguran la “mantención” de la competitividad y/o diferenciación a partir de la innovación en el largo plazo, pues se asocia a una innovación anecdótica mas que a asegurar el desarrollo de una “cultura” organizacional que facilite procesos de innovación de manera sostenida, que es en definitiva, lo que constituye la competitividad a partir de la innovación.

El Desarrollo del Talento para la innovación se sustentará entres sesiones de trabajo grupal (talleres de transferencia y aplicación). El modelo TUIC propone o parte de la base que toda idea innovadora viene de las ideas creativas, pero éstas deben pasar por un “filtro de valor” (bajo la “regla de valor”), y serán sólo ideas innovadoras aquellas ideas creativas que aportan “valor” a la organización. Por lo tanto, TUIC parte de la premisa que para estimular la innovación se debe estimular primero la creatividad, y la fuente de creatividad es el “tu”, o sea, la persona. Bajo esta visión, los talleres de desarrollo del talento consideran dinámicas y ejercicios que estimulan la creatividad en las personas en todo ámbito de sus vidas cotidianas, hasta la aplicación de la regla de valor, es decir, hasta identificar sólo aquellas que aportan valor.

1. Taller TUIC 1: “La creatividad fuente para generar innovación”. Taller de conceptos, definiciones, y comprensión de la innovación.
2. Taller TUIC 2: “Aprendiendo a identificar espacios fértiles para la innovación en la cooperativa”. Este taller partirá de la base de las deficiencias organizacionales y empresariales detectadas en el Objetivo N°1, a modo de proponer las mejoras internas bajo el concepto y metodología TUIC.

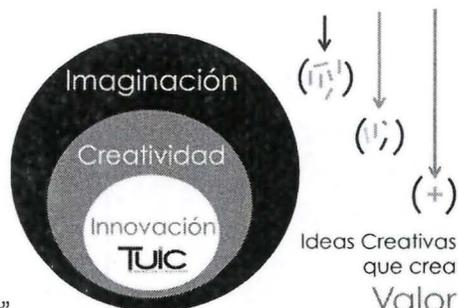


Fig. Modelo TUIC, "Regla de Valor"

4.2. Institucionalizar la innovación por medio de la creación de un órgano interno en la cooperativa, con roles y funciones para la Gestión de la Innovación.

Se implementará una unidad de innovación en la cooperativa a modo de que la acción de innovar sea parte de su quehacer. Esto favoreciendo la implementación de la "Cultura de Innovación" que el mismo modelo TUIC propone como resultados de su intervención. Este nuevo órgano deberá institucionalizarse y formalizarse estatutariamente, y cuyo rol, gestión y resultados, sean parte de la dinámica tanto de la Asamblea General como de la Junta de Directorio. Además implica el rediseño del organigrama organizacional de la Cooperativa y la definición operativa de la misma como un sub- sistema dentro de la misma

Método objetivo 5: Difundir la experiencia de fomento de la innovación en la Cooperativa y su modelo de negocios alineado a una estrategia competitiva

Se realizará una actividad de cierre vinculando a otras cooperativas, con el fin de dar a conocer los resultados del presente proyecto y sus proyecciones futuras como empresa, tanto para dar a conocer sus socios como a los beneficiarios del entorno

1.4. Resultados esperados e indicadores: Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico de acuerdo a la siguiente tabla.

Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.					
Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ³ (RE)	Indicador ⁴	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)
1	1.1	Diagnóstico Integral de la cooperativa elaborado.	Diagnóstico de la cooperativa.	Cooperativa no dispone de un diagnóstico de su situación actual	Cooperativa conoce su actual como insumo para proyectarse y fortalecer su modelo asociativo.
2	2.1	Análisis de brechas de la Cooperativa realizado.	Brechas en términos de capacidades.	Sin definición de Brechas respecto de sus capacidades	La cooperativa conoce sus capacidades como insumo para proyectarse y fortalecerse.
	2.2	Factores críticos de éxito por ámbito de negocios definidos.	Factores Críticos De éxito	Sin definición de factores críticos de éxito.	Se dispone de insumos claves para la elaboración de plan estratégico.
3	3.1.	Programa Estratégico de fortalecimiento del modelo de negocios co-diseñado.	Objetivos estratégicos con planes de acción	Sin Plan estratégico que oriente la organización hacia una estrategia.	La Cooperativa funciona bajo acciones planificadas que la alinea a su estrategia y conectada con su entorno.
4.	4.1.	Programa de Talleres de Fomento de la	Cooperados que adoptan actitud a innovar (iniciativas)	Cooperados pasivos frente opciones de innovación.	Cooperados aportan ideas innovadoras

³ Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta.

⁴ Indicar el indicador del resultado esperado.

		Creatividad para la innovación realizados			
	4.2	Espacios fértiles para la innovación en la cooperativa definidos e identificados como fuentes de innovación.	Espacios fértiles de innovación.	Cooperativa no sabe identificar oportunidades de innovación (espacios fértiles de generación de valor).	Cooperativa identifica espacios fértiles para innovar y generar valor.
5	5.1	Actividad de difusión vinculando al territorio	Evento Difusión del modelo cooperativo en el territorio	Cooperativa no realiza difusión del modelo cooperativo en el entorno.	Cooperativa difunde principios del modelo Cooperativo.

1.5. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos ⁵	Resultado Esperado ⁶ (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Diagnóstico situación actual de la cooperativa.	Diagnóstico Integral de la cooperativa elaborado.	Mayo -17
Plan Estratégico de la Cooperativa	Programa Estratégico de fortalecimiento del modelo de negocios co-diseñado	Noviembre -17

⁵ Un hito representa haber conseguido un logro importante en la propuesta, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

⁶ Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

1.6. Carta Gantt: Indicar la secuencia cronológica para el desarrollo de las actividades señaladas anteriormente de acuerdo a la siguiente tabla:

Dentro de las actividades a desarrollar, deberán considerarse al menos las siguientes:

- Encuestas o entrevistas a los asociados de la cooperativa;
 - Entrevistas a actores relevantes del territorio, de la institucionalidad de apoyo, actores vinculados a la cadena del negocio desarrollado por la cooperativa, entre otros;
 - Talleres o grupos de trabajo con actores internos a la cooperativa (socios, apoyos técnicos, otros);
- Considerar adicionalmente en este cuadro, aquellas actividades que permitirán la difusión de los resultados de la propuesta.

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2017															
			Trimestre															
			Ene-Mar			Abr-Jun			Jul-Sep			Oct-Dic						
1.	1.1	Taller Nº1: Diagnostico Interno de la Cooperativa: Levantamiento de capacidades de la organización en Taller: Técnica de Jerarquización Temática TJT de capacidades.		X														
		Taller Nº1: Diagnóstico FODA. Actividad Grupal.		X														
		Taller Nº1: Análisis de la Red de Valor. Actividad Grupal.			X													
		Levantamiento documental para el Análisis organizacional y vinculante con la estrategia y el entorno. Actividad de gabinete			X													
		Diagnóstico de la gobernabilidad, análisis de estatutos y función de cooperativismo. Actividad de gabinete.				X												
		Taller Nº2: Identificación de redes y capital social					X											
2.	2.1	Definición de la Situación Esperada (construcción de escenario óptimo de capacidades)					X											
		Análisis de Brechas basado en situación ex - ante y escenario óptimo.					X											
	2.2	Identificación de Factores claves críticos del éxito.					X											
3.	3.1	Taller Nº3: "Planificando estratégicamente nuestra cooperativa"									X							

		Taller N°4: Taller de cooperativismo									X			
		Trabajo en gabinete: Diseño del modelo de negocios según CANVAS.										X		
		Taller N°5: "Validando la estrategia y modelo de negocios de la Cooperativa".											X	
4.	4.1.	Taller N°6: "La creatividad fuente para generar innovación".								X				
	4.2.	Taller N°7: "Aprendiendo a identificar espacios fértiles para la innovación en la cooperativa". (Este taller partirá de la base de las deficiencias organizacionales y empresariales detectadas en el Objetivo N°1: a modo de proponer las mejoras internas bajo el concepto y metodología TUIC)								X				
	4.3.	Taller N°8: Co – diseño de Nueva Unidad Interna de Gestión de las Innovación (definición de roles, responsables, objetivos, plan de acción y su rol como un órgano validado estatutariamente o institucionalizado en la cooperativa).									X			
5.	5.1	Evento de Difusión del modelo Cooperativo												X

1.7. Potencial de impacto

Describa los potenciales impactos y/o beneficios que se generarían con la realización de la propuesta

a) Impacto a nivel Interno de la organización.

A nivel interno, la Cooperativa se verá orientada hacia una organización sustentada en una nueva cultura de innovación con visión de largo plazo, fortalecida en cuanto a sus capacidades internas (de sus socias mujeres), con un norte estratégico claro, y un modelo de negocios inclusivo sustentado en la cadena y red de valor.

b) Impacto a nivel de la cadena de valor del negocio cooperativo.

Siguiendo con la lógica anterior, el modelo de negocios re – diseñado para la cooperativa que cuente con una vinculación clara en su cadena y red de valor, se transforma en una empresa inclusiva con su entorno y altamente estratégica. Particularmente Cadeprom, integrará las habilidades de sus socias (en artesanía, gastronomía (con la utilización de su infraestructura) y de productos elaborados (preparación de alimentos como conservas, mermeladas, salsas, encurtidos), creando un nuevo modelo de negocios que reinicie la operación de este modelo cooperativo, aunque esta vez sustentada en el acompañamiento profesional y en las bases del modelo cooperativo.

c) Impacto a nivel del territorio.

La cooperativa al contemplar la vinculación con su cadena y red de valor en su estrategia y operatividad, se convierte en un modelo territorial competitivo al comprender y actuar considerándose como parte de un ecosistema integral, conociendo e incorporando las habilidades, conocimiento y actividades que el entorno le brinda, y satisfaciendo las necesidades que el cooperativismo fomenta como base de su naturaleza.

Este proyecto de fortalecimiento facilitará que la cooperativa se convierta en un nuevo actor en la cadena de turismo local incierto en el territorio Araucanía Andina, articulando proveedores y entregando servicios, todo alineado con la estrategia de desarrollo local. Territorialmente, se convierte en un ejemplo de emprendedoras mujeres, que unidas y con un soporte adecuado de acompañamiento.

2. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Cooperativa de Trabajo Cadenas Productivas de Cunco y Melipeuco	
Giro / Actividad	Producción y comercialización de productos procesados	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	Cooperativa
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Julia Rosa Salazar Sanhueza	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	empresaria	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Gerente administrador	
Firma representante legal		



Anexo 2. Ficha identificación de los asociados. Esta ficha debe ser llenada para cada uno de los asociados al proyecto. NO APLICA

Nombre completo o razón social	
Giro / Actividad	
RUT	
Tipo de organización	Empresas
	Personas naturales
	Universidades
	Otras (especificar)
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	
Exportaciones, último año tributario (US\$)	
Número total de trabajadores	
Usuario INDAP (sí / no)	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Dirección Web	
Nombre completo representante legal	
RUT del representante legal	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	
Firma representante legal	



Anexo 3. Ficha identificación coordinador y equipo técnico. Esta ficha debe ser llenada por el coordinador y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	Sonia Huequeman Cariman
RUT	
Profesión	Dueña de casa y emprendedora
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Independiente
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



Nombre completo	Julia Salazar Sanhueza
RUT	
Profesión	Dueña de casa y emprendedora
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Independiente
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



Nombre completo	Angélica Soriano Gómez
RUT	
Profesión	Ingeniero Comercial
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Cooperativa CEGE Araucanía
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Coordinador de Proyectos
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

3. Costos totales consolidados

3.1. Estructura de financiamiento.

		Monto (\$)	%
FIA	Ejecutor		
	Asociado(s)		
	Total FIA		
Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	Total Contraparte		
Total			

3.2. Costos totales consolidados.

II. Detalle administrativo (Completado por FIA)

- Los Costos Totales de la Iniciativa serán (\$):

Costo total de la Iniciativa		
Aporte FIA		
Aporte Contraparte	Pecuniario	
	No Pecuniario	
	Total Contraparte	

- Período de ejecución.

Período ejecución	
Fecha inicio:	13/12/2016
Fecha término:	12/12/2017
Duración (meses)	

- Calendario de Desembolsos

Nº	Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
1		A la firma del Contrato		
2	18/08/2017	Aprobación de Informes Técnico y Financiero N° 1		
3	20/02/2018	Aprobación de Informes Técnico y Financiero finales	*hasta	
	Total			

(*) El informe financiero final debe justificar el gasto de este aporte

- Calendario de entrega de informes

Informes Técnicos	
Informe Técnico de Avance 1:	11/07/2017

Informes Financieros	
Informe Financiero de Avance 1:	11/07/2017

Informe Técnico Final:	22/12/2017
Informe Financiero Final:	22/12/2017

- Además, se deberá declarar en el Sistema de Declaración de Gastos en Línea los gastos correspondientes a cada mes, a más tardar al tercer día hábil del mes siguiente.