



INFORME TECNICO FINAL

Nombre del proyecto	Implementación y consolidación productiva de la Cooperativa Agrodepa bajo un nuevo modelo de negocios y gestión para la agregación de valor
Código del proyecto	PYT- 2019- 0716
Informe final	1
Período informado (considerar todo el período de ejecución)	desde el 16/12/2019 hasta el 29/10/2021
Fecha de entrega	05 de noviembre de 2021

Nombre coordinador	María Olaya Leiva
Firma	



Fundación para la
Innovación Agraria

INFORME TECNICO FINAL

Nombre del proyecto	Implementación y consolidación productiva de la Cooperativa Agrodepa bajo un nuevo modelo de negocios y gestión para la agregación de valor
Código del proyecto	PYT- 2019- 0716
Informe final	1
Periodo informado (considerar todo el período de ejecución)	desde el 16/12/2019 hasta el 29/10/2021
Fecha de entrega	05 de noviembre de 2021

Nombre coordinador	María Olaya Leiva
Firma	

Informe técnico final
V 2020-02-17

Pág. 1

INSTRUCCIONES PARA CONTESTAR Y PRESENTAR EL INFORME

Todas las secciones del informe deben ser contestadas, utilizando caracteres tipo Arial, tamaño 11.

Sobre la información presentada en el informe:

- Debe estar basada en la última versión del Plan Operativo aprobada por FIA.
- Debe ser resumida y precisa. Si bien no se establecen números de caracteres por sección, no debe incluirse información en exceso, sino solo aquella información que realmente aporte a lo que se solicita informar.
- Debe ser totalmente consistente en las distintas secciones y se deben evitar repeticiones entre ellas.
- Debe estar directamente vinculada a la información presentada en el informe financiero y ser totalmente consistente con ella.

Sobre los anexos del informe:

- Deben incluir toda la información que complemente y/o respalde la información presentada en el informe, especialmente a nivel de los resultados alcanzados.
- Se deben incluir materiales de difusión, como diapositivas, publicaciones, manuales, folletos, fichas técnicas, entre otros.
- También se deben incluir cuadros, gráficos y fotografías, pero presentando una descripción y/o conclusiones de los elementos señalados, lo cual facilite la interpretación de la información

Sobre la presentación a FIA del informe:

- Se deben entregar tres copias iguales, dos en papel y una digital en formato Word (CD o pendrive).
- La fecha de presentación debe ser la establecida en el Plan Operativo del proyecto, en la sección detalle administrativo. El retraso en la fecha de presentación del informe generará una multa por cada día hábil de atraso equivalente al 0,2% del último aporte cancelado.
- Debe entregarse en las oficinas de FIA, personalmente o por correo. En este último caso, la fecha válida es la de ingreso a FIA, no la fecha de envío de la correspondencia.

CONTENIDO

1.	ANTECEDENTES GENERALES	5
2.	EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO	5
3.	RESUMEN EJECUTIVO	6
4.	OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO	8
5.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE)	8
6.	RESULTADOS ESPERADOS (RE)	9
7.	CAMBIOS Y/O PROBLEMAS DEL PROYECTO	21
8.	ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERÍODO	22
9.	POTENCIAL IMPACTO	23
10.	CAMBIOS EN EL ENTORNO	23
11.	DIFUSIÓN	25
12.	PRODUCTORES PARTICIPANTES	25
13.	CONSIDERACIONES GENERALES	27
14.	CONCLUSIONES	28
15.	RECOMENDACIONES	28
16.	ANEXOS	29
17.	BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	29

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	Cooperativa Agrícola de Pan de Azúcar o AGRODEPA
Nombre(s) Asociado(s):	Corporación Regional de Desarrollo Productivo Coquimbo
Coordinador del Proyecto:	María Olaya Leiva Varas
Regiones de ejecución:	Coquimbo
Fecha de inicio iniciativa:	16 de diciembre de 2019
Fecha término Iniciativa:	29 de octubre de 2021

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

Costo total del proyecto	
Aporte total FIA	
Aporte Contraparte	Pecuniario
	No Pecuniario
	Total

Acumulados a la Fecha	
Aportes FIA del proyecto	
1. Total de aportes FIA entregados	
2. Total de aportes FIA gastados	
3. Saldo real disponible (Nº1 – Nº2) de aportes FIA	
Aportes Contraparte del proyecto	
1. Aportes Contraparte programado	Pecuniario
	No Pecuniario
2. Total de aportes Contraparte gastados	Pecuniario
	No Pecuniario
3. Saldo real disponible (Nº1 – Nº2) de aportes Contraparte	Pecuniario
	No Pecuniario

3. RESUMEN EJECUTIVO

3.1 Resumen del período no informado

Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos durante el período comprendido entre el último informe técnico de avance y el informe final. Entregar valores cuantitativos y cualitativos.

En el periodo comprendido entre julio de 2020 y abril de 2021 se dio inicio a la venta online, concretando ventas entre fines de noviembre y mediados de abril por un total de \$1.373.383, donde la venta a empresas fue uno de los puntos fuertes desarrollados a través de la página, con un 81% del monto total vendido y un 19% en venta directa a personas naturales.

Se activó la promoción a través de Redes sociales, siendo la de mayor movimiento Instagram, concretando un total de 401 seguidores.

Además, se inició la ejecución de talleres, realizándose un primer taller de forma gratuita, para un total de 20 personas que se conectaron vía Zoom, lo cual reflejó que la metodología y el material diseñado para esta actividad responde en su totalidad a los contenidos requeridos para el taller.

Por otra parte, se cuenta con el espacio completo para el acopio de las materias primas y flores, quedando solo detalles de regularización de alcantarillado particular para ingresar la solicitud de resolución sanitaria.

También, se realizaron talleres de Buenas Prácticas de Manufactura y con ello el documento que permitió elaborar las BPM para Agrodepa, además de talleres de Fortalecimiento organizacional, Oratoria y Comunicación efectiva, esto para apoyar el crecimiento de los socios y de la cooperativa.

Se realizó el cierre del proyecto, donde se declara que las acciones realizadas en marketing y la implementación de nuevas líneas de productos y procesos, permitirá seguir creciendo a Agrodepa.

Finalmente, se obtuvo la puesta en marcha de alcantarillado y con ello la solicitud de resolución sanitaria para procesamiento de hortalizas, iniciando las primeras pruebas de corte, envasado y mantención de productos, derivando potencialmente en la elaboración de encurtidos como nueva línea de desarrollo, gracias a las condiciones sanitarias instaladas.

3.2 Resumen del proyecto

Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos durante todo el período de ejecución del proyecto. Entregar valores cuantitativos y cualitativos.

La ejecución del proyecto "Implementación y consolidación productiva de la cooperativa Agrodepa bajo un nuevo modelo de negocios y de gestión para la agregación de valor, permitió que los socios tuvieran las siguientes alternativas para mejorar sus ingresos, sus desarrollos personales y de sus familiares, como también el reconocer el valor de la asociatividad. Lo anterior fue posible a través de la ejecución de los siguientes resultados

Página web y venta online: Desde fines de noviembre a abril de 2021, se vendió un total de \$1.373.383 de ventas a través de la plataforma, donde una de las alternativas de mayor ingresos fue la venta al por mayor.

Desarrollo y ejecución de cursos de capacitación: Se desarrolló material para ofrecer capacitaciones de construcción y puesta en marcha de una huerta, además de un manejo agroecológico. Esto gracias a la experiencia de los socios que han participado de diversos procesos de formación durante los años que han dedicado a la agricultura y a través de la observación. Se pudo probar que tanto el contenido como las gráficas desarrolladas permiten valorar de forma positiva la prestación de servicio de capacitación. Se inició este servicio con la realización de una actividad gratuita en la cual participaron 20 personas.

Línea de procesamiento: Se realizaron las separaciones de espacios productivos dentro del galpón de Agrodepa, esto a través de financiamiento de FIA, también la compra de equipamiento e insumos, compra de protecciones contra vectores mediante uso de lamas de PVC, materiales para construcción de puertas, ventanas y cielo. Se obtuvo la autorización de puesta en marcha del sistema de alcantarillado, incluyendo las conexiones de desagües, para poder solicitar la respectiva Resolución Sanitaria, de la cual ya se subió solicitud al sistema del Servicio de Salud.

Promoción y difusión de Agrodepa: Se desarrollaron diversas actividades tanto presenciales como virtuales para apoyar el posicionamiento de la cooperativa. Es así como se realizaron activaciones gastronómicas con productos hortícolas, venta de productos en ferias, habilitación y publicaciones en redes sociales, apariciones en prensa digital y promoción en catálogo regional de productos.

Ver Anexo N°19

4. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Implementar y consolidar un modelo de negocios y de gestión para la agregación de valor de la producción de la Cooperativa Agrodepa.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE)

5.1 Porcentaje de Avance

El porcentaje de avance de cada objetivo específico se calcula luego de determinar el grado de avance de los resultados asociados a éstos. El cumplimiento de un 100% de un objetivo específico se logra cuando el 100% de los resultados asociados son alcanzados.

Nº OE	Descripción del OE	% de avance al término del proyecto ¹
1	Desarrollar un nuevo modelo de negocios para la puesta en marcha de las líneas productivas para la Cooperativa Agrodepa	100%
2	Desarrollo del plan de promoción y difusión de los productos y de la Cooperativa Agrodepa	100%
3	Fortalecimiento de los socios y la Cooperativa para el desarrollo de la gestión de las líneas productivas y el modelo de negocios entorno al capital humano.	100%

¹ Para obtener el porcentaje de avance de cada Objetivo Específico (OE) se promedian los porcentajes de avances de los resultados esperados ligados a cada objetivo específico para obtener el porcentaje de avance de este último.

6. RESULTADOS ESPERADOS (RE)

Para cada resultado esperado debe completar la descripción del cumplimiento y la documentación de respaldo.

6.1 Cuantificación del avance de los RE al término del proyecto

El porcentaje de cumplimiento es el porcentaje de avance del resultado en relación con la línea base y la meta planteada. Se determina en función de los valores obtenidos en las mediciones realizadas para cada indicador de resultado.

El porcentaje de avance de un resultado no se define según el grado de avance que han tenido las actividades asociadas éste. Acorde a esta lógica, se puede realizar por completo una actividad sin lograr el resultado esperado que fue especificado en el Plan Operativo. En otros casos se puede estar en la mitad de la actividad y ya haber logrado el 100% del resultado esperado.

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE) ²	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado ³	Estado actual del indicador ⁴	Meta indicador (situación final) ⁵	Fecha alcance meta programada ⁶	
1	1	Línea de e-commerce implementada	N° de ventas online	\$1.373.383	>\$1.000.000	Noviembre	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.							
<p>Se realizaron ajustes a la página web diseñada, además de levantar toda aquella información requerida para la puesta en marcha de la venta por plataforma (e-commerce) los cuales se enfocaron a definir los productos que irán en la web, sus respectivas informaciones nutricionales y fotografías reales de los productos. Además, se adquirió cajas para venta de productos tipo canastas con productos definidos y se realizó el diseño e impresión de etiquetas para la venta de huevos.</p> <p>La web cuenta con la habilitación y funcionamiento del carro de compra, integrado a Transbank, considerando también la compra por Whatsapp, para lo cual se compró un teléfono de uso exclusivo de la cooperativa y con buena señal en la zona de Pan de Azúcar.</p> <p>La venta online se inició a fines del mes de noviembre, son venta a personas naturales y empresas, siendo el método de pago más importante la transferencia. Mientras que las ventas a personas, el producto de mayor preferencia son las canastas en sus distintos tamaños.</p>							

² Resultado Esperado (RE): corresponde al mismo nombre del Resultado Esperado indicado en el Plan Operativo.

³ Indicador de resultado: corresponde al mismo nombre del indicador de resultado descrito en el Plan Operativo.

⁴ Estado actual del indicador: es el estado del indicador a la fecha de cierre del informe de avance.

⁵ Meta del indicador (situación final): es el valor establecido como meta en el Plan Operativo.

⁶ Fecha alcance meta programada: es la fecha de cumplimiento de la meta indicada en el Plan Operativo.

Es así como se acuerda que la distribución de los pedidos se realiza en dos días Martes y jueves, entre las 12:30 y 15:30 hrs, y 18:00 a 21:00 hrs.

Las rutas de reparto cubren zonas residenciales de Coquimbo y La Serena, quedando dentro de esta ruta aquellos sectores de mayor poder adquisitivo (Peñuelas, Avenida del Mar, Vista Hermosa, San Joaquín, Cerro Grande, Barrio Universitario). Esta distribución es hecha por una de las hijas de una de las socias de la Cooperativa, mientras que la promoción y mantención de la plataforma de Agrodepa, también es realizada por otra de las hijas de las socias de la cooperativa, resultando un crecimiento que convoca de mejor forma a los beneficiarios de este tipo estructura organizacional.

Resumen proceso venta online

- Venta de productos a través de canastas con productos y precio preestablecidos, y que son designadas en 4 tamaño: S, M, L y XL
- Venta de productos por unidad o peso, en función de los tipos de productos, por ejemplo unidades de apio, brócoli o coliflor, mientras que se venden por kilo productos como papas, zanahoria, limones.
- Venta al por mayor es una sección donde empresas pueden cotizar productos a volúmenes mayores de lo disponible por unidades, ya que estos tienen un límite según stock para la venta online al por menor. Así, tanto restaurantes como empresas de alimentación colectiva desean contactar a la cooperativa, lo pueden establecer a través del botón disponible en la web para atender dichos requerimientos.
- Las flores son solicitadas a través de la página web, donde se solicita un arreglo floral o flores en vara, quedando esta sección abierta, de forma de establecer un contacto más detallado con el potencial cliente.

Los cursos de capacitación que impartidos por la Cooperativa son promocionados a través de redes sociales y/o mailing, a aquellos contactos que se tengan a partir del manejo de la página web y los seguidores de las redes sociales. Estos cursos son de Mi primera Huerta y el curso de Manejo Agroecológico.

Los servicios de arriendo de maquinaria serán promocionados en una primera etapa a productores cercanos de Pan de Azúcar para reconocer todos aquellos requerimientos que son importantes al momento de iniciar un proceso de servicios por uso de maquinaria para actividades agrícolas. Aún no se ha realizado una promoción formal de esta sección de servicios, pero se espera se pueda establecer de mejor forma una vez que exista una mayor apertura de movimiento de personas.

Por lo tanto, la venta de productos a través de la página web ha tenido una excelente recepción y, además, supera la meta puesta para este proyecto, cumpliendo así en su totalidad el indicador.

Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)

Anexo N°1. Políticas de compra, venta, distribución y devoluciones
Anexo N°2. Puesta en marcha de e-commerce

N° OE	N° RE	Resultado o esperado (RE) ⁷	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado ⁸	Estado actual del indicador ⁹	Meta indicador (situación final) ¹⁰	Fecha alcance meta programada ¹¹	
1	2	Línea de empaques de productos frescos implementada	Diseño e implementación de BPM/ Control de inventarios	Manual de BPM Planillas de control de inventarios	Manual de BPM Planillas de control de inventarios	Agosto	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.							
<p>Se elaboraron las planillas para control de inventarios de productos agrícolas, de forma de monitorear la entrada y salida de pedidos de forma rápida y factible de implementar por la cooperativa, permitiendo reconocer la ganancia adquirida durante el proceso de venta.</p> <p>Este control de inventario se lleva a través de planilla de Excel, el cual es fácil de manejar para los socios de la cooperativa, pero requiere de un control manual, es decir, de ingreso de los datos que entrega la web y migrarlos a la planilla. En la medida que se requiera, se evaluará la necesidad de un sistema de control de inventario con POS.</p> <p>Por otra parte, el diseño de BPM se realizó bajo la siguiente estrategia, primero se realizó una capacitación a algunos de los socios de la Cooperativa, para que estos fueran los promotores de la ejecución de las BPM y luego se confeccionaron los documentos, que recogen los distintos temas tratados en la capacitación y que permite presentar la documentación requerida para la solicitud de resolución sanitaria. En el documento se encuentran los controles de calidad e inocuidad necesarios para el procesamiento de productos por cuarta gama.</p> <p>Respecto de la implementación de BPM, se envió a diseño y confección de señalética de lavado de manos para así desde ya garantizar esta práctica como una constante dentro del proceso y se dejaron instaladas en las distintas zonas requeridas.</p>							
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)							
<p>Anexo N°3. Diseño de BPM Anexo N°4. Implementación de BPM Anexo N°5. Control de inventarios</p>							

⁷ Resultado Esperado (RE): corresponde al mismo nombre del Resultado Esperado indicado en el Plan Operativo.

⁸ Indicador de resultado: corresponde al mismo nombre del indicador de resultado descrito en el Plan Operativo.

⁹ Estado actual del indicador: es el estado del indicador a la fecha de cierre del informe de avance.

¹⁰ Meta del indicador (situación final): es el valor establecido como meta en el Plan Operativo.

¹¹ Fecha alcance meta programada: es la fecha de cumplimiento de la meta indicada en el Plan Operativo.

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE) ¹²	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado ¹³	Estado actual del indicador ¹⁴	Meta indicador (situación final) ¹⁵	Fecha alcance meta programada ¹⁶	
1	3	Implementación y venta de cuarta gama	N° ventas cuarta gama	0	>\$1.000.000	Noviembre	100%
<p>Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.</p> <p>Se realizó la separación de zona cuarta gama dentro del galpón, colocando las paredes de isopol más las ventanas y puerta, dado que la construcción con financiamiento de Indap consideraba la estructura del galpón en cuanto a cimientos hasta techo. La adecuación de la zona de procesos cuarta gama se encuentra con un 100% de avance, en las cuales ya se han realizado pruebas piloto para entrega a potenciales clientes, además de revisar la estabilidad de los productos envasados y almacenados en frío</p> <p>Para separar el ingreso de las materias primas desde la zona de recepción de materias primas hacia la zona de preelaborados, se colocó una ventana de protección, la cual permiten una mejor comunicación entre los sectores y una limpieza periódica.</p> <p>Se tiene la conexión de la red de agua potable rural y se cuenta con dos conexiones de agua en la zona cuarta gama, y dos conexiones en la zona de preparación de materias primas.</p> <p>Están habilitadas todas las conexiones internas de agua y de desagües, par dar inicio al procesamiento de hortalizas, una vez autorizada la resolución sanitaria.</p> <p>Respecto del equipamiento para cuarta gama, se compró: 1 selladora a vacío, 1 visicooler, 2 centrifugas manuales, un lavamos, una procesadora de vegetales y una picadora de papas. Esto permitirá elaborar de forma artesanal los distintos vegetales a procesar por Agrodepa, envasados y tratados de forma tal que tengan una durabilidad de al menos 10 días. Se proyecta que la venta del procesamiento de cuarta gama estaría funcionando para agosto de 2021, fecha en que los equipos se encontrarán en funcionamiento.</p>							
<p>Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)</p> <p>Anexo N°6. Equipamiento para cuarta gama Anexo N°7. Adecuación de infraestructura Anexo N°8. Resolución Sanitaria</p>							

¹² Resultado Esperado (RE): corresponde al mismo nombre del Resultado Esperado indicado en el Plan Operativo.

¹³ Indicador de resultado: corresponde al mismo nombre del indicador de resultado descrito en el Plan Operativo.

¹⁴ Estado actual del indicador: es el estado del indicador a la fecha de cierre del informe de avance.

¹⁵ Meta del indicador (situación final): es el valor establecido como meta en el Plan Operativo.

¹⁶ Fecha alcance meta programada: es la fecha de cumplimiento de la meta indicada en el Plan Operativo.

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE) ¹⁷	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado ¹⁸	Estado actual del indicador ¹⁹	Meta indicador (situación final) ²⁰	Fecha alcance meta programada ²¹	
1	4	Línea de Flores	Implementación de zona de acopio y almacenamiento	Zona delimitada. Diseño del espacio.	Zona habilitada	Agosto	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.							
<p>Las flores tienen un lugar especial de acopio en la zona de almacenamiento de las materias primas agrícolas, para ello se definió el mobiliario necesario para realizar un proceso de selección y clasificación de flores, para así establecer precios; además se detalla todos aquellos materiales que son importantes al momento de preparar arreglos, como envolturas, amarras, tijeras, entre otros.</p> <p>Se desarrolló un documento donde se describe las condiciones requeridas para la habilitación de la zona de acopio y almacenamiento de flores. Con esta información, se confeccionó el mobiliario para el almacenamiento y manejo ornamental de las flores, el cual será incorporado al galpón una vez que las condiciones sanitarias lo permitan, dada que la baja movilidad no permite concentrar la producción y además, muchos de los productores de flores, solo han mantenido su producción solo para abastecimiento de clientes habituales.</p> <p>Se habilitó la zona de manejo de flores y preparación, quedando designado el espacio adecuado para su correcto manejo dentro del galpón de Agrodepa.</p>							
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)							
Anexo N°9. Manejo ornamental y logístico de flores							

¹⁷ Resultado Esperado (RE): corresponde al mismo nombre del Resultado Esperado indicado en el Plan Operativo.

¹⁸ Indicador de resultado: corresponde al mismo nombre del indicador de resultado descrito en el Plan Operativo.

¹⁹ Estado actual del indicador: es el estado del indicador a la fecha de cierre del informe de avance.

²⁰ Meta del indicador (situación final): es el valor establecido como meta en el Plan Operativo.

²¹ Fecha alcance meta programada: es la fecha de cumplimiento de la meta indicada en el Plan Operativo.

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado	Estado actual del indicador	Meta indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
2	1	Participación en ferias locales y nacionales	3 ferias	3 ferias	Al menos 3 participaciones con stand durante este proyecto	Noviembre	100%
<p>Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.</p> <p>Se participó en dos ferias a nivel regional, entre febrero y marzo del año 2020, teniendo una buena acogida por parte de los clientes de los productos, destacando por ser una empresa constituida por pequeños productos agropecuarios de la zona de Pan de Azúcar con mínimo uso de agroquímicos.</p> <p>Mientras que el segundo semestre del 2020 y todo el 2021, Agrodepa es parte del Catálogo de Productos Regionales, que permite dar a conocer las distintas empresas de la región de Coquimbo, cumpliendo así con las tres actividades de difusión planteadas, con la variación de estar en un Catálogo y no en una feria, esto por las condiciones sanitarias.</p> <p>Expo región de Coquimbo Días: 7, 8 y 9 de febrero de 2020 Lugar: Recinto de la Sociedad Agrícola del Norte, Peñuelas, Coquimbo. Horario: viernes de 17:00 a 24:00 hrs; sábado de 12:00 a 24:00 hrs; Domingo de 12:00 a 24:00 hrs. Espacio aproximado: superficie de 20m² Mobiliario y promoción utilizada: de la Línea 1 se contaba con mobiliario de madera que permite colocar cajas sobre la superficie y debajo, realizándose una fácil reposición de productos, y por parte de la CRDP se apoyó con vitrinas de madera para mostrar o ofrecer flores. En tanto para la promoción de la Cooperativa, se entregaron imanes con la información de Agrodepa, entrega de bolsas de algodón en función de un monto de compra, brochure de la cooperativa, pendón corporativo, minipendones y gráfica de toldo de la Cooperativa (se utilizó solo el fondo del toldo, ya que el lugar contaba con carpa propia)</p> <p>Actividades realizadas Venta de productos de la Cooperativa: Se tuvo la venta directa de productos de la cooperativa durante los tres días de duración de la Expo. Activaciones gastronómicas: Se realizaron activaciones gastronómicas para enseñar distintas preparaciones con los productos de Agrodepa, además de potenciar la venta. Estas activaciones, son realizadas por el chef Edgardo Aguilera, quien prepara unas 100 degustaciones en promedio por cada tipo de preparación que entrega. Cada receta fue realizada en el stand de Agrodepa, durante las tardes (horario de mayor presencia de público en Expo), las materias primas son entregadas por socios de la cooperativa, mientras que otros elementos requeridos son coordinados con el chef para su compra como los materiales para entregar las degustaciones. Para estas activaciones gastronómicas se monta una cocina para realizar tanto preparaciones calientes como</p>							

frías. En promedio por cada activación se tuvo unas 200 personas que presenciaron cada actividad, ya que por cada degustación se promedió que llegaba a al menos dos personas. Las recetas utilizadas en estas activaciones, fueron Ceviche de quínoa con verduras, Crema de brócoli con granitura de berenjenas y tomates salteados, Ensalada de trigo majado y queso de cabra y Charquicán vegetariano.

Expo Ecosistemas de Sercotec

Días: 2 y 3 de febrero de 2020

Lugar: Mall Paseo Balmaceda, La Serena.

Horarios: 11:00 a 20:00 hrs

Espacio aproximado: superficie de 4m²

Mobiliario y promoción utilizada: mobiliario fue entregado en su mayoría por Sercotec, para lo cual la cooperativa puso elementos de decoración y montaje para productos sobre mesa.

En tanto para la promoción de la Cooperativa, se entregaron imanes con la información de Agrodepa, entrega de bolsas de algodón en función de un monto de compra, brochure de la cooperativa y se colocó solo mini pendones dado el espacio con el cual se contaba. Las ventas globales durante la ejecución de estas ferias bordearon \$1.200.000 de pesos por cada una, significando un aporte relevante a la función de la cooperativa respecto de sus socios. En ambas actividades, los socios de la cooperativa tuvieron turnos para poder cumplir con los horarios de las actividades y las reposiciones correspondientes.

Catálogo de Productos Regionales 2020-2021

Agrodepa está en el Catálogo de productos regionales, como parte de las empresas del Elqui, entregando la información de contacto para así poder llevar a un mayor número de personas a que conozcan los productos que ofrece la Cooperativa.

Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)

Anexo N°10. Participación en Ferias

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado	Estado actual del indicador	Meta indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
2	2	Promoción de productos en medios digitales	30 apariciones	3 publicaciones	Al menos 30 apariciones en medios digitales	Noviembre	100%
<p>Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.</p> <p>Se habilitaron las redes sociales de Agrodepa, las cuales se indican a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram: @agrodepa.cl • Twitter: @agrodepa • Facebook: @AgrodepaCL <p>Además, se realizó una capacitación de uso de redes sociales de forma de derivar la ejecución de la promoción de la cooperativa en socios y no socios (hijos) vinculantes a Agrodepa.</p> <p>En la capacitación se mostró aquellos elementos importantes de rescatar al hacer un insumo gráfico para ser usado en las redes, el cómo comunicar, los horarios de mayor relevancia, los requerimientos gráficos para fotografías, entre otros.</p> <p>A abril de 2021, se cuenta con la siguiente información del uso de redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram: 11 publicaciones, 401 seguidores • Facebook: 22 likes, 25 seguidores, 11 publicaciones y 1 video • Twitter: 15 siguiendo y 7 seguidores <p>Las redes sociales anexadas a la página web de Agrodepa y con uso vigente son Instagram y Facebook, ya que tienen mejor impacto y uso.</p> <p>En tanto, la aparición en distintos medios, se consideraron 11 apariciones, que fueron parte de las actividades realizadas. Cumpliendo así con las apariciones en distintos medios digitales.</p> <p>Si bien, hubo retraso en la puesta en marcha del e-commerce y, por consiguiente, en la difusión en los distintos medios, se completó lo proyectado.</p>							
<p>Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)</p> <p>Anexo N°11. Uso de redes sociales y medios Anexo N°12. Taller de redes sociales</p>							

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado	Estado actual del indicador	Meta indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
2	3	Promoción de la Cooperativa, los socios y sus productos	Videos, publicaciones en medios	3	12 boletines, 2 videos, 2 publicaciones	Octubre	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.							
<p>Videos de promoción</p> <p>Se desarrollaron 3 videos focalizados en dar a conocer los productos ofertados por Agrodepa, pero además la importancia de la compra de productos con menos carga de agroquímicos, de baja manipulación postcosecha y entregados en el hogar.</p> <p>Video 1: ¿Por qué preferir Agrodepa?</p> <p>Muestra la importancia de consumir productos frescos, producidos y cosechados por los socios de la Cooperativa, las alternativas de productos comestibles y de decoración y los servicios asociados. Se invita además a conocer a Agrodepa a través de su página web.</p> <p>Video 2: Productos y servicios Agrodepa</p> <p>Inicia con el mensaje de dar a conocer la importancia de la cadena de suministro ¡de la Granja a tu mesa!, y luego da paso a describir los valores y la forma de trabajo de la Cooperativa.</p> <p>Video 3: Promoción de e-commerce</p> <p>Da a conocer el servicio de delivery disponible y qué compone una canasta de productos y sus distintos tamaños.</p> <p>Respecto de las publicaciones, estás y gráficas asociadas, se realizaron 11 publicaciones en Facebook y 11 en Instagram, con distintos mensajes, y se publicó 1 video en Facebook.</p> <p>Quedan así completado el indicador, el cual mantendrá continuidad gracias al trabajo de socios y sus hijos para mejorar la comunicación de la marca Agrodepa.</p>							
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)							
<p>Anexo N°11. Uso de redes sociales y medios</p> <p>Anexo N°13. Campaña de Consumo de Productos</p>							

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado	Estado actual del indicador	Meta indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
3	1	Fortalecimiento Organizacional de la cooperativa	N° socios aprobados	8 socios aprobados	% Aprobación mediante test >80%	Octubre	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.							
<p>El taller de fortalecimiento organizacional fue realizado el 25 de noviembre de 2020 de forma presencial, con una duración de 4 horas en las dependencias de Agrodepa, y luego monitoreado de forma remota por el consultor, debido a las condiciones de movilidad. En este taller de Fortalecimiento organizacional se consideró aspectos como la importancia y cómo hacer un diagnóstico adecuado, el desarrollo de un plan de negocios, el desarrollo de una empresa cooperativa, las funciones de la empresa (mirado desde la planificación, el control y la organización), la importancia del marketing (4P), el desarrollo de clientes y la definición e importancia del liderazgo.</p> <p>Para la ejecución de este taller se consideró el currículo de tres personas, asignándose a Waldo Bustamante la realización del taller, por su experiencia en cooperativa y su crecimiento.</p> <p>La actividad fue evaluada de forma remota por el consultor, entregando este un documento de evaluación en el cual consideró 4 aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoció y entendió las funciones de una empresa • Conoció y comprendió los elementos del Marketing • Conoció y comprendió el rol del liderazgo en la Organización • Aprendió la importancia que tiene el cliente para la empresa <p>Si bien los estos talleres estaban planificados para ser realizados en 8 horas, dada las condiciones sanitarias, se desarrollo en 4 horas presenciales y horas remotas, en el cual el consultor mantuvo contacto con los socios capacitados.</p> <p>Es así como 8 socios que participaron de esta capacitación aprobaron en un 100% el curso realizado.</p>							
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)							
Anexo N°14. Taller de fortalecimiento organizacional							

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado	Estado actual del indicador	Meta indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
3	2	Capacidad de oratoria y comunicación efectiva incrementada en los socios de la cooperativa	N° socios aprobados	8 socios aprobados	% Aprobación mediante test >80%	Julio	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.							
<p>Una vez realizado el taller de Fortalecimiento organizacional, el mismo día 25 de noviembre de 2020 en la tarde, se realizó el taller de Comunicación efectiva y oratoria, con una duración de 4 horas.</p> <p>Para este taller se consideró una revisión de los elementos que componen la comunicación, claves para lograr una exitosa comunicación y actividades para incentivar el uso de técnicas por parte de los socios. En tanto, durante el Taller de Oratoria se trataron temas como la importancia de desarrollar en público, las técnicas de oratoria posibles de implementar y actividades prácticas para las técnicas abarcadas durante el taller. Estos contenidos de igual fueron monitoreados por el relator de forma remota, permitiendo evaluar posteriormente el avance de los contenidos en los socios participantes, logrando así un 100% de adherencia de los contenidos.</p> <p>Si bien estos talleres estaban planificados para ser realizados en 8 horas, dada las condiciones sanitarias, se desarrolló en 4 horas presenciales y horas remotas, en el cual el consultor mantuvo contacto con los socios capacitados.</p>							
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)							
Anexo N°15. Taller de oratoria y comunicación efectiva							

N° OE	N° RE	Resultado esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)				% de avance a la fecha
			Indicador de resultado	Estado actual del indicador	Meta indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
3	3	Metodología de cursos	Programa de cursos y material de apoyo diseñados	2 cursos	2 cursos diseñados, diagramados e impartidos	Agosto	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.							
<p>Se elaboraron los contenidos de dos cursos dirigidos a la instalación y mantenimiento de huertos de pequeña escala. En el caso del curso Mi primera huerta, se desarrolló un documento para el alumno y otro para el relator, generándose así el material complementario de forma que los socios puedan realizar el curso, leyendo las instrucciones previas en el documento del relator. En tanto el curso de Manejo Agroecológico fue desarrollado un documento estándar que permite preparar tanto al relator como al alumno, ya contiene una base de detalles que el relator debe manejar antes de implementar el curso y que, a su vez, el alumno deberá implementar con la misma cabalidad.</p> <p>Nombre curso: Mi primera huerta Descripción: Este curso está dirigido a cualquier persona, sin experiencia previa ni conocimientos en cultivos agrícolas y consiste en el diseño, creación y cuidados de una huerta urbana en espacios reducidos.</p> <p>Nombre curso: Manejo agroecológico Descripción: Este curso está dirigido a personas que ya tienen su huerta urbana y ahonda en el cuidado y mantención de la huerta desde el punto de vista agroecológico.</p> <p>Ya se tienen los cursos diagramados y permite que mediante las gráficas desarrolladas, se explique de mejor forma los contenidos.</p> <p>Se realizó el curso de Mi primera huerta durante el mes de abril de 2021 de forma gratuita, con un total de 20 participantes vía Zoom y con una excelente respuesta, así que se iniciará un ciclo de talleres para contar con entradas por la prestación de servicios de capacitación.</p>							
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)							
Anexo N°16. Confección de cursos de capacitación Anexo N°17. Diseño de material de apoyo de cursos							

6.2 Análisis de brecha.

Cuando corresponda, justificar las discrepancias entre los resultados programados y los obtenidos.

Por temas de tiempos de ejecución ciertas actividades dada las condiciones de restricción de movilidad y disponibilidad de materiales, retrasó el cumplimiento de los resultados propuesta, alcanzándose en una fecha posterior a lo indicado en el plan operativo. De esto es importante indicar que la puesta en marcha del procesamiento de cuarta gama se pudo generar durante el mes de octubre, una vez que se tuvo la autorización de la puesta en marcha del alcantarillado particular.

Además, se implementó la sección de preparación y venta de flores dentro del galpón, con suficiente espacio y acorde a lo requerido para el servicio de venta de flores.

Así entonces, este año se concretó el funcionamiento del galpón de Agrodepa y sus distintas líneas de procesamiento.

7. CAMBIOS Y/O PROBLEMAS DEL PROYECTO

Especificar los cambios y/o problemas enfrentados durante el desarrollo del proyecto. Se debe considerar aspectos como: conformación del equipo técnico, problemas metodológicos, adaptaciones y/o modificaciones de actividades, cambios de resultados, gestión y administrativos.

Describir cambios y/o problemas	Consecuencias (positivas o negativas), para el cumplimiento del objetivo general y/o específicos	Ajustes realizados al proyecto para abordar los cambios y/o problemas
Cambio metodología de Taller de Fortalecimiento organizacional, Taller de oratoria y comunicación efectiva	Positivo: Cambio de estrategia de desarrollo de talleres, pasando de 8 horas presenciales a 4 horas presenciales, más asistencia remota a socios asistentes para logro de resultados.	Se evaluó la capacidad de adopción e integración de los conocimientos y técnicas desarrolladas en los talleres, llegando a un 100% de desempeño de los socios.
Retraso en término de infraestructura	Negativas: No se pudo tener terminado el cielo en el mes de marzo de 2021, por retraso en la llegada de materiales.	Se realizarán los trabajos pendientes completándose en el mes de septiembre la adecuación completa de la infraestructura requerida.
Retraso de permisos de saneamiento básico para	Positiva: Se desarrollaron los documentos requeridos para presentar la solicitud de	En el mes de octubre se obtuvo puesta en marcha de alcantarillado

obtención de Resolución sanitaria	resolución para elaboración de cuarta gama. Negativo: Retraso en la aprobación y puesta en marcha del sistema de alcantarillado particular.	particular y se solicitó ya resolución sanitaria.
-----------------------------------	--	---

8. ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERÍODO

8.1 Actividades programadas en el plan operativo y realizadas durante el período de ejecución para la obtención de los objetivos.

<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas de compra, venta, distribución y devoluciones. 2. Puesta en marcha de plataforma online. 3. Control de inventarios. 4. Adecuación de infraestructura. 5. Manejo ornamental y logístico de flores. 6. Participación en ferias. 7. Uso de redes sociales (publicaciones) 8. Taller de manejo de redes sociales 9. Campaña de consumo de productos. 10. Confección de cursos. 11. Diseño de material de apoyo 12. Diseño de BPM 13. Implementación de BPM 14. Equipamiento cuarta gama 15. Resolución sanitaria 16. Talleres de fortalecimiento organizacional 17. Talleres de oratoria/ comunicación efectiva 18. Desarrollo de cursos 19. Cierre de proyecto
--

8.2 Actividades programadas y no realizadas durante el período de ejecución para la obtención de los objetivos.

Se realizaron las distintas actividades planificadas en el plan operativo, solo que existieron retraso en la ejecución y completándose las distintas metas proyectadas al término del proyecto.

8.3 Analizar las brechas entre las actividades programadas y realizadas durante el período de ejecución del proyecto.

Respecto de la resolución sanitaria, se confeccionó toda la información requerida de los procesos a realizar, quedando solo pendiente la aprobación de la resolución sanitaria para la efectiva puesta en marcha del procesamiento por cuarta gama.

9. POTENCIAL IMPACTO

9.1 Resultados intermedios y finales del proyecto.

Descripción y cuantificación de los resultados obtenidos al final del proyecto, y estimación de lograr otros en el futuro, comparación con los esperados, y razones que explican las discrepancias; ventas y/o anuales (\$), nivel de empleo anual (JH), número de productores o unidades de negocio que pueden haberse replicado y generación de nuevas ventas y/o servicios; nuevos empleos generados por efecto del proyecto, nuevas capacidades o competencias científicas, técnicas y profesionales generadas.

Venta por e-commerce entre fines de noviembre y mediados de abril por un total de \$1.373.383, donde la venta a empresas fue uno de los puntos fuertes desarrollados a través de la página, con un 81% del monto total vendido y un 19% en venta directa a personas naturales

Redes sociales y medios: 11 publicaciones en Instagram y 401 seguidores, 11 publicaciones en Facebook, al menos 11 apariciones en medios digitales o vinculaciones en RRSS.

Diseño y desarrollo de talleres (nuevo servicio): Confección de 2 cursos de capacitación y ejecución de una actividad de formación a público general.

Adecuación de infraestructura para línea de procesamiento de hortalizas, incluido la compra de equipamiento y materiales y generación de nuevos productos listos para consumo. También se considera por parte de los socios la diversificación hacia línea de producción de encurtidos, lo cual fue solicitado dentro de los fines de la resolución.

Ingreso de 2 nuevos apoyos a la cooperativa, correspondiente a hijas de socias, donde una se encarga de la venta online (incluido reparto), mientras que la otra mantiene el manejo de las redes y la plataforma.

10. CAMBIOS EN EL ENTORNO

Indique si existieron cambios en el entorno que afectaron la ejecución del proyecto en los ámbitos tecnológico, de mercado, normativo y otros, y las medidas tomadas para enfrentar cada uno de ellos.

El principal cambio que afectó la ejecución de la iniciativa fue el cambiar y/o adaptarse al estado de emergencia sanitaria en el que se encuentra el país, además de la baja disponibilidad de materiales y largo tiempo de espera de manufactura de insumos para apoyar las acciones de venta de los productos de Agrodepa.

Las acciones fueron realizadas en los tiempos que fue posible mejorar la circulación de personas, lo cual generó que el proyecto se alargara hasta octubre de 2021.

Se adaptaron la metodología y los tiempos de ejecución de actividades presenciales, como son los talleres de formación para los socios, los cursos de capacitación a entregar por la cooperativa y la venta de flores, donde esta última hoy se mantiene principalmente para dar respuesta de entrega a clientes habituales, influyendo que los socios reconvirtieran parte de su plantación de flores a otros productos posibles de comercializar.

11. DIFUSIÓN

Describe las actividades de difusión realizadas durante la ejecución del proyecto. Considere como anexos el material de difusión preparado y/o distribuido, las charlas, presentaciones y otras actividades similares.

	Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Documentación Generada
1	Enero	Coquimbo	Expo Región de Coquimbo	400	Listas de asistencias socios, evidencia de participación. Anexo N°10
2	Marzo	La Serena	Expo Ecosistemas	300	Listas de asistencias socios, evidencia de participación. Anexo N°10
3	2020-2021	Regional	Difusión masiva	1000	Catálogo de productos regionales. Anexo N°10
4	Abril	Vía Zoom	Taller Mi Primera Huerta	20	Presentación, grabación de charla. Anexo N°18.
5	Abril	Vía Zoom	Cierre de proyecto	12	Informe y grabación de cierre. Anexo N°19
Total participantes				1700	

12. PRODUCTORES PARTICIPANTES

Complete los siguientes cuadros con la información de los productores participantes del proyecto.

12.1 Antecedentes globales de participación de productores

Debe indicar el número de productores para cada Región de ejecución del proyecto.

Región	Tipo productor	Nº de mujeres	Nº de hombres	Etnia (Si corresponde, indicar el Nº de productores por etnia)	Totales
Coquimbo	Productores pequeños	13	6	No	19
	Productores medianos-grandes				
	Productores pequeños				
	Productores medianos-grandes				
Totales		13	6		

12.2 Antecedentes específicos de participación de productores

Nombre	Ubicación Predio			Superficie Há.	Fecha ingreso al proyecto
	Región	Comuna	Dirección Postal		
Elena Oriana Alvarez León	Coquimbo	Coquimbo		1	2016
María Inés Alvarez León	Coquimbo	Coquimbo		1	2016
Adriana del Rosario Arancibia Muñoz	Coquimbo	Coquimbo		2,5	2016
Sandra Carolina Arancibia Arancibia	Coquimbo	Coquimbo		0,3	2016
Iván Enrique Bruna Vega	Coquimbo	Coquimbo		6	2016
María Graciela Castro Pereira	Coquimbo	Coquimbo		1	2016
Bernardo del Carmen García Díaz	Coquimbo	Coquimbo		1	2016
Luz Eliana García Díaz	Coquimbo	Coquimbo		0,5	2016
María Lucrecia González Hernández	Coquimbo	Coquimbo		1,5	2016
María Olaya Leiva Varas	Coquimbo	Coquimbo		6	2016
Janette de Lourdes Muñoz Cortez	Coquimbo	Coquimbo		6	2016
Rosa del Carmen Piñones Santander	Coquimbo	Coquimbo		1	2016
Sandra Fátima Plaza Araya	Coquimbo	Coquimbo		1	2016
Manuel Antonio Plaza Araya	Coquimbo	Coquimbo		10	2016
Carlos Antonio Rubina Cortés	Coquimbo	Coquimbo		9	2016
Sandra Elizabeth Salgado Carvacho	Coquimbo	Coquimbo		6	2016
Shirley Ingrid Santillana Salazar	Coquimbo	Coquimbo		0,4	2016
Amadiel Ernesto Segovia Ramírez	Coquimbo	Coquimbo		1,5	2016
Nestor Andrés Torres Vega	Coquimbo	Coquimbo		6	2017

13. CONSIDERACIONES GENERALES

13.1 ¿Considera que los resultados obtenidos permitieron alcanzar el objetivo general del proyecto?

Sí, se considera que los resultados obtenidos permitieron alcanzar en su totalidad el objetivo general y que llevan a continuar con los desafíos hacia un desarrollo colaborativo y con la incorporación de tecnologías.

13.2 ¿Cómo fue el funcionamiento del equipo técnico del proyecto y la relación con los asociados, si los hubiere?

El equipo de trabajo se mantuvo inalterable durante toda la ejecución del proyecto y la relación del equipo siempre fue cordial y fluida, permitiendo desarrollar todas las actividades planteadas.

13.3 A su juicio, ¿Cuál fue la innovación más importante alcanzada por el proyecto?

Como Agrodepa creemos que la venta por e-commerce fue relevante para la venta inmediata y con la oferta con que cuentan los socios, pero el procesamiento de hortalizas permitirá fortalecer a la cooperativa con una mirada agroindustrial y llevará a plantearse constantemente desafíos de diversificación de productos. También, es importante poner en valor el inicio de servicios de capacitación, que tiene dos consecuencias positivas, una de ellas es el ingreso de otra línea de negocios y la segunda es el crecimiento personal de los socios, ya que con ello mejorarán la capacidad de oratoria y de comunicación efectiva.

13.4 Mencione otros aspectos que considere relevante informar, (si los hubiere).

Se ha generado un trabajo colaborativo con la Corporación de Desarrollo Productivo (CRDP) de la región de Coquimbo, con el fin de alcanzar alianzas productivas y nuevos canales de comercialización. Por lo tanto, se recomendaría un trabajo constante con instituciones asociadas al fomento productivo.

14. CONCLUSIONES

Realice un análisis global de las principales conclusiones obtenidas luego de la ejecución del proyecto.

La ejecución de este proyecto y la forma de trabajo con FIA, permitió trabajar de forma colaborativa, generando un mejor desarrollo del proyecto, debido a que existen diversos cambios externos e internos que requieren de adecuaciones para ir llevando a cabo el plan operativo planteado.

15. RECOMENDACIONES

Señale si tiene sugerencias en relación con lo trabajado durante el proyecto (considere aspectos técnicos, financieros, administrativos u otro).

Resultó importante diseñar y potenciar la imagen de la cooperativa, por lo cual a modo de recomendación queda el considerar la importancia de las acciones de posicionamiento de marca.

16. ANEXOS

- Anexo N°1. Políticas de compra, venta, distribución y devoluciones
- Anexo N°2. Puesta en marcha de e-commerce
- Anexo N°3. Diseño de BPM
- Anexo N°4. Implementación de BPM
- Anexo N°5. Control de inventarios
- Anexo N°6. Equipamiento para cuarta gama
- Anexo N°7. Adecuación de infraestructura
- Anexo N°8. Resolución sanitaria
- Anexo N°9. Manejo ornamental y logístico de flores
- Anexo N°10. Participación en Ferias
- Anexo N°11. Uso de redes sociales
- Anexo N°12. Taller de redes sociales
- Anexo N° 13 Campaña de Consumo de Productos (solo enviado en digital)
- Anexo N°14. Talleres de fortalecimiento organizacional
- Anexo N°15. Talleres de oratoria y comunicación efectiva
- Anexo N°16. Confección de cursos de capacitación
- Anexo N°17. Diseño de cursos
- Anexo N°18. Desarrollo de cursos
- Anexo N°19. Cierre de proyecto

17. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA