

INFORME TECNICO Y DE GESTIÓN FINAL

EJECUTOR:

Nombre	Cooperativa campesina de Desarrollo Campesino Mapuche
Giro	AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA. (CULTIVO EN GENERAL, CULTIVO DE PRODUCTOS DE MERCADO; HORTICULTURA
Rut	
Representante Legal	Julio Mora Palacio

NOMBRE DEL PROYECTO:

Fortalecimiento Organizacional Estratégico para la Cooperativa de desarrollo campesino mapuche Nahuelbuta

CODIGO: PYT-2016-0798

Nº INFORME: FINAL

PERIODO: Segundo semestre 2017

NOMBRE Y FIRMA COORDINADOR PROYECTO

Nombre	Francisco Javier Ulloa
Rut	
Firma	

OFICINA DE PARTES 2 FIA RECEPCIONADO	
Fecha	15 JUL 2018
Hora	10:10
Rut de ingreso	49608

I	RESUMEN EJECUTIVO	2
II	TEXTO PRINCIPAL	3
II.1	Breve resumen de la propuesta, con énfasis en objetivos, justificación del proyecto, metodología y resultados e impactos esperados.....	3
II.2	CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS	5
II.3	ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL PROYECTO.....	11
II.4	Descripción de las actividades PROGRAMADAS y tareas EJECUTADAS para la consecución de los objetivos, comparación con las programadas, y razones que explican las discrepancias.....	16
II.5	RESULTADOS.....	18
II.5.1	RESULTADOS OBTENIDOS.....	18
II.5.2	LOGRO DE HITOS	26
II.5.3	ANÁLISIS DE IMPACTO.....	28
II.5.4	RESULTADOS E IMPACTOS.....	28
II.6	Problemas enfrentados durante la ejecución proyecto (legal, técnico, administrativo, de gestión) y las medidas tomadas para enfrentar cada uno de ellos....	29
II.7	DIFUSION DE LOS RESULTADOS	30
II.8	PRODUCTORES PRINCIPALES	31
II.9	CONCLUSIONES.....	33
II.10	RECOMENDACIONES	34
II.11	Otros aspectos de interés o externalidades.....	34
II.12	ANEXOS	35

I RESUMEN EJECUTIVO

Este informe contempla el total actividades previstas en la carta Gantt. La propuesta se centró en mejorar la gestión interna y de negociación, de la cooperativa, para lo cual se desarrolló una serie de acciones tendientes a diseñar un proceso de fortalecimiento interno, que permitió a los asociados la incorporación de innovación en la gestión empresarial , productiva y social a través del diseño, elaboración y puesta en marcha de un plan de fortalecimiento de los procesos de gestión organizacional, vinculación entre los asociados, generación de unidades de negocios y un apoyo que apunte a la mejora continua de los procesos productivos y a las exigencias que demanda una organización sustentable. Con énfasis en que los socios de la Cooperativa son la base, donde todos forman parte sinérgica de un equipo de trabajo colectivo.-

II TEXTO PRINCIPAL

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

Una vez realizado el proceso de firma de convenios se estableció una serie de acciones de coordinación con el equipo de trabajo que permitió recopilar información base, de todos los asociados de la cooperativa y que integrarán el proyecto, se procederá a la aplicación de un Diagnóstico Participativo con la participación de todos los asociados, el cual está enfocado en el sistema organizativo, de comunicación y de gestión tomando en consideración las variables más importantes.

Se inició el proceso de diagnóstico en cada una de las unidades productivas que conforman la cooperativa, (27 diagnósticos individuales) con los resultados arrojados por el diagnóstico, se diseñó un plan de acción a corto y mediano plazo.

Con la finalidad de exponer de mejor manera la propuesta de levantamiento de información por cada empresario, se plantean las siguientes líneas de acción:

Diagnóstico y línea base: se levantó información relacionada con:

- a. Levantamiento Línea Base.
- b. Georeferenciación.
- c. Descripción de estructura productiva.
- d. Descripción de estructura de recursos humanos.
- e. Infraestructura disponible en el emprendimiento.
- f. Identificación de limitaciones y brechas organizacional
- g. Identificación de factores relevantes de carácter socio productivo y el entorno.

Con la finalidad de obtener información diagnostica de la cooperativa campesina, se trabajó con la línea base individual y se realizó una serie de sesiones de trabajo con su directiva para obtener información que considero aspectos en materia de gestión organizacional y capacidad de innovación, actividades económicas en las cuales se insertó, el mapa de actores con que se vincula y el territorio de influencia, sistema de organización interna ,liderazgo, canales de comunicación y redes de apoyo.

El resultado obtenido es el pilar fundamental para la construcción de un plan de acción a corto y mediano plazo. Para dar cuenta del cumplimiento de su rol de apoyo y de representación a sus asociados, se confeccionó un plan estratégico de corto y mediano plazo; diseñado, discutido y validado desde los propios asociados.

Principales actividades desarrolladas:

-1 jornada de trabajo presentando el programa y de recolección de información que permitió conocer al grupo objetivo y sus necesidades.

-Aplicación de diagnóstico a 33 asociados

-8 Reuniones de trabajo con la directiva.

-1 jornadas grupales de análisis y presentación de resultados.

-4 Talleres de transferencia de conocimientos.-

La metodología diseñada para la ejecución de esta propuesta técnica buscó transferir conocimientos y habilidades aplicadas y probadas directamente por los empresarios, asesorados por un profesional de alta experiencia y conocimiento. Esta metodología tuvo por filosofía, aprender haciendo, por lo cual la programación de actividades se realizó desde su propia experiencia y respetando sus habilidades y hábitos emprendedores, logrando con esto definir las fortalezas presentes en la propia cooperativa esto quiere decir que todo lo que se refiere a lograr la convicción que lo que se debe cambiar, es posible hacerlo ya que todos son parte importante de la cooperativa.

Se ejecutó una serie de actividades tendientes a buscar el fomentar la asociatividad, la vinculación y el acceso a redes de apoyo por parte de los empresarios insertos, además de trabajar temáticas requeridas (de ser trabajadas) en el plan de trabajo a corto y mediano plazo, para ello se propusieron las siguientes actividades las cuales independientes de la temáticas, se consideraron un pilar fundamental en la etapa de aprendizaje en común y fortalecimiento de una organización.

-Asesorías grupales (4): En estas actividades los énfasis centrales estuvieron dados por la entrega y acceso de información y conocimientos para los asistentes, donde se contó con la participación de actores relevantes del rubro en el territorio.

II.2 CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				% de avance a la fecha	
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)		Fecha alcance meta
1	1	41 asociados de la cooperativa conocen sus brechas de competitividad, por medio de la aplicación de un diagnóstico individual en base a las brechas detectadas.	% de los asociados con diagnóstico aplicados	Número de diagnósticos aplicados	33 socios con diagnóstico aplicado	100% de los socios activos	31 de Mayo del 2017	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
<p>Durante los 4 primeros meses de proyecto se realizaron una serie de actividades que han permitido, en conjunto con los socios actualizar información, conocer el territorio y la dirección actualizada de cada uno, entrevista realizada obteniendo registro fotográfico, geo referenciación de la superficie utilizada con fines productivos, los principales rubros, la constitución de su familia y la red de apoyo local .Se realiza además una entrevista en la cual se desea conocer al socio como productor de papa, la cual es la principal fuente de ingresos del 90% de los socios de la cooperativa. En síntesis se logró una primera la apreciación de los socios, su producción y la proyección de ellos y su participación en la cooperativa.</p> <p>Gracias a esto, se cuenta con datos de Superficie sembrada, tenencia de la tierra, tipos de cultivos, proyecciones del cultivo para los años siguientes.</p> <p>Es necesario señalar que se proyectó aplicar diagnóstico a 41 socios, fundadores de acuerdo a un listado entregado por la directiva. En una segunda reunión se entregó un segundo listado en el cual hay socios que no se encuentran en la Región y que presentaron la carta de renuncia, quedando un grupo de 33 socios activos.</p> <p>Se realiza el proceso de visita a los socios en sus predios y el grupo objetivo nuevamente se modifica, quedando un listado final de 37 socios, pero en las visitas 3 socios indican que renunciaran por lo cual no contestan la entrevista.</p> <p>Se realiza finalmente entrevista a 34 socios de la cooperativa.</p>								
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)								
ANEXO N° 1								

Nº O E	Nº R E	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				% de avance a la fecha	
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)		Fecha alcance meta
1	2	1 línea base que contenga información general de la cooperativa y sus asociados	% de los dirigentes y representantes que participan en todas las reuniones de recopilación de información.	Número de socios que entregan información relevante para la línea base	Línea base en construida	Línea base construida	Junio del 2017	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
<p>Se realizó un levantamiento de información con la finalidad de conocer la situación actual de la cooperativa campesina, la constitución de socios, el funcionamiento interno, el sistema de comunicación interna, la administración general y gestión comercial establecida. El levantamiento de la línea base en la cual los asociados son los principales informantes permitió proyectar una serie de acciones a ser considerados en el plan de trabajo en el año 2 de ejecución que permitirá un proceso de fortalecimiento interno. Se identificaron, además las debilidades y fortalezas las cuales sirvieron de base para el diseño, elaboración y puesta en marcha de un plan de fortalecimiento de los procesos de gestión organizacional. Actualmente se cuenta con el 100% de las entrevistas, indispensables para elaborar las estrategias para mejorar los canales de comunicación, la construcción de un sistema administrativo propio, una sugerencia de plan de gestión productiva y comercial, identificación y análisis de brechas y factores que explican la existencia de dichas brechas en diversos ámbitos de la organización interna y su relación con el entorno. Estos resultados fueron presentados ante la asamblea en un taller de trabajo que se realizó el día 13 de Junio de 2017.</p>								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
ANEXO N° 2 ANEXO N° 10								

Nº O E	N o R E	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fec ha alcance met a	
2	3	Empresas asociadas a la cooperativa participan de las actividades de capacitación, transferencia de conocimientos y habilidades en los ámbitos de gestión, asociatividad, trabajo en equipo, negociación, liderazgo y otros aspectos necesarios para sus empresas.	80% de los beneficiarios directos asesorados y capacitados en mejoras para la gestión.	En promedio 13 socios	Se realizaron 6 talleres	90% asociados participan en los talleres	30-05-2018	100%

Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.

Para entregar conocimientos a los socios de la importancia de los estatutos se realizó una revisión de la constitución, revisando uno a unos los estatutos, de este modo se busca trabajar en las responsabilidades de las empresas que componen la cooperativa, alcanzando un desarrollo organizacional a medida que se realizan actividades para fortalecer la Cooperativa.-

Se organizó un taller de cooperativismo con el objetivo de mejorar la gestión administrativa eficazmente, con las responsabilidades y roles dentro de una organización como lo es la cooperativa. Siendo entregada esta información por un profesional de vasta experiencia en el fortalecer una cooperativa.-

Se realizó taller de modificación de estatutos, para poder reelegir directiva, con el objetivo de mantener personalidad jurídica actualizada y validada por diferentes tramites, Por lo cual se contó con la asesoría de Don Gabriel M, realizando modificación correspondientes de

renovación de Directiva.-
Se realizó una capacitación de transferencia de conocimientos en la Ciudad de Loncoche con la Cooperativa Loncofrut, en donde se buscó adquirir experiencias de evolución administrativa y organizacional de una cooperativa con 8 años de antigüedad, con una proyección del corto plazo sustentable, en el mediano plazo estable, con una proyección de crecimiento sostenido en el largo plazo. Siendo su pilar fundamental comercializar productos a nivel internacional.

En busca de realizar todas las actividades según las leyes que rigen las cooperativas, se busca conocimientos en el Centro de Gestión de Temuco, especialistas en cooperativas, el objetivo es claro, obtener los conocimientos necesarios para aplicarlos en el desarrollo continuo de las actividades de la cooperativa, Obteniendo así una capacitación de gobernanza de cooperativas. a su vez de llevo a cabo otra capacitación de gestiones administrativas y leyes que regulan las cooperativas.

Para obtener conocimientos referentes a contabilidad para cooperativas, se obtuvo una capacitación general de las empresas que componen la cooperativa, demostrando que al mantener un orden administrativo eficaz, tienen una mayor duración en el tiempo.-

ANEXO N° 3

Nº O E	Nº R E	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
3	4	Sistema de comunicación implementado e internalizado que permita el acceso a material de difusión y mejora los canales de comunicación	% de asociados que conocen y utilizan los canales de comunicación implementados	Canal de comunicación implementado	Canal de comunicación implementado y funcionando.	Estrategia comunicacional implementada y funcionando	15-04-2018	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
<p>Una de las falencias que presentaba la cooperativa era la baja asistencia a las actividades y asambleas debido a la mala comunicación entre los asociados. Una de las estrategias necesarias que se implementó fue la adquisición de 3 teléfonos celulares, con internet, WhatsApp, conexión gratuita entre las 3 unidades y con carga que les facilita la comunicación entre los dirigentes y asociados, además de instalar telefonía fija para tener mayor comunicación entre la administración y los socios.</p> <p>Se realizó la actualización de todos los datos de los socios, la que fue entregada a los dirigentes.</p> <p>Se entregó el listado actualizado con nombres direcciones y teléfonos a todos los socios para establecer una red de apoyo entre ellos, que les ha permitido manejar datos, entregarse información y por ende fortalecer la comunicación interna entre los asociados.</p> <p>Se diseñaron además tarjetas de presentación para los dirigentes, lo que les permitió posicionarse en el mercado como una cooperativa emergente y con capacidad para lograr hacer nuevos negocios.</p> <p>Se creó además una página web, para poder promocionar la cooperativa por medio de internet, acompañado de una publicación en Facebook.</p> <p>Se crearon folletería la cual ha sido usada en la promoción de los productos de la cooperativa, participación de ferias, reuniones con entes articuladores, entre otros.</p>								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
ANEXO N° 4 ANEXO N° 5 ANEXO N° 6 ANEXO N° 7								

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
4	5	Un Plan estratégico de corto y mediano plazo diseñado e implementado.	% de asociados que participan en el diseño del plan de acción	Plan estratégico diseñado	Plan de acción diseñado y validado por los socios.-	1 diseño de plan de acción	30-11-2018	100%
<p>Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.</p> <p>Se realizó un plan de acción el que contemplará corto y mediano plazo, con el objetivo de crear un desarrollo sostenido de la cooperativa. Con un objetivo principal que es "Contribuir al desarrollo sustentable de la cooperativa campesina para que fortalezca el rol asociativo, comercializador e innovador mediante la implementación de las acciones definidas en el Plan de Acción".</p> <p>con objetivos específicos como lo son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Establecer un centro de operaciones para la Cooperativa a través de la implementación de una oficina y su equipamiento básico. 2.- Construir la identidad de la Cooperativa a través del diseño y confección de la imagen corporativa y una página web. 3.- Desarrollar la unidad técnica de la Cooperativa a través del establecimiento de un equipo de profesionales que gestione las acciones para la materialización de nuevas alternativas de comercialización, nuevos rubros, transporte, etc. 4.- Incorporar los conocimientos básicos a los agricultores de la Cooperativa a través de la ejecución de un programa de capacitaciones y asesorías en los ámbitos de agroecología y Buenas Prácticas Agrícolas. 5.- Lograr la incorporación de una línea de innovación productiva a través del establecimiento de una unidad demostrativa de producción de hortalizas agroecológicas al aire libre y bajo invernadero. <p>Abordando ítems técnicos como lo son:</p> <p>La implementación de una oficina operando con equipamiento básico.-</p> <p>Se desarrollará imagen corporativa.-</p> <p>Se diseñó un página web institucional operando en la red internet</p> <p>Se contratará personal para formar una unidad técnica operando dentro de la Cooperativa bajo plan de acción</p> <p>Se crearán nuevos canales de comercialización para el mercado de la papa y otros asociados a plan de acción</p> <p>Se desarrollará un programa de capacitaciones y asesorías ejecutado</p> <p>Se implementará el establecimiento de unidad demostrativa bajo estándares agroecológicos.</p>								
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)								
ANEXO N° 8								

II.3 ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL PROYECTO

N°	METODOLOGÍA	METODOLOGÍA UTILIZADA
1	<p>Conocer y diagnosticar la situación actual de cada uno de los asociados y de su conjunto, de forma tal de identificar sus brechas de competitividad y potenciar las oportunidades individuales y comunes.</p>	<p>Se realizó el diagnóstico de en terreno a todos los asociados, para tener claridad de sus oportunidades y falencias en cuanto a su productividad y la zona en la que se ubican sus terrenos. Gracias a esto, se cuenta con datos de Superficie sembrada, tenencia de la tierra, tipos de cultivos, proyecciones del cultivo para los años siguientes.</p> <p>Es necesario señalar que se proyectó aplicar diagnóstico a 41 socios, fundadores de acuerdo a un listado entregado por la directiva. En una segunda reunión se entregó un segundo listado en el cual hay socios que no se encuentran en la Región y que presentaron la carta de renuncia, quedando un grupo de 33 socios activos.</p> <p>Se realizó el proceso de visita a los socios en sus predios y el grupo objetivo nuevamente se modifica, quedando un listado final de 37 socios, pero en las visitas 3 socios indican que renunciarán por lo cual no contestan la entrevista. Se realiza finalmente entrevista a 34 socios de la cooperativa.</p>
2	<p>Que la cooperativa y sus asociados logren incorporar herramientas de gestión que permita aumentar sus capacidades de negociación, la incorporación y/o el mejoramiento de la oferta económica y su vinculación con los principales actores del mercado, que mejoren su liderazgo, incrementar el rol de representación y desarrollen estrategias de trabajo en equipo</p>	<p>Una vez realizada las entrevistas se realizó una revisión exhaustiva de la información de los socios con la finalidad de conocer la situación actual de la cooperativa campesina, la constitución de socios, el funcionamiento interno, el sistema de comunicación interna, la administración general y gestión comercial establecida, se identificaron las debilidades y</p>

		<p>fortalezas las cuales sirvieron de base para el diseño, elaboración y puesta en marcha de un plan de fortalecimiento de los procesos de gestión organizacional.</p> <p>Actualmente se cuenta con el 100% de las entrevistas, se realizó un sistema administrativo propio, con apoyo de gestión productiva y comercial, identificación y análisis de brechas y factores que explican la existencia de dichas brechas en diversos ámbitos de la organización interna y su relación con el entorno.</p>
3	Mejorar los canales de comunicación	<p>Se realizó la adquisición de teléfonos celulares con internet, para los dirigentes de la Cooperativa, con la finalidad de mantener una comunicación fluida entre los socios y con posibles compradores.-</p> <p>Además de actualizar listas de contactos de todos los asociados, la cual fue entregada a cada uno de los dirigentes con el fin de facilitar el dialogo entre ellos.-</p> <p>También se mandaron a imprimir tarjetas de presentación para los dirigentes con el fin de tener una presentación más formal frente a un posible mercado.-</p> <p>Se desarrolló la imagen corporativa, abordando a conservar una identidad propia.</p>
4	Lograr sustentabilidad de la Cooperativa, por medio del diseño e implementación de un plan estratégico de acción de corto y mediano plazo, que aborde las brechas identificadas en el diagnóstico.	<p>Se diseñó el plan estratégico, con actividades enfocadas a corto y mediano plazo, él se diseñó en base a la propuesta de los socios de la cooperativa, validado por los asociados, en donde ellos plantean las necesidades, para luego canalizarlas y identificar como cubrir esta necesidad.-</p>

CAMBIOS Y/O PROBLEMAS

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
<p>No se contaba con un ordenamiento interno que permitiera mejorar la administración de forma ordenada y segura la organización.</p>	<p>El llevar adelante la administración de una cooperativa y enfrentar los desafíos que significa requiere de un sistema de organización interna ordenado, con roles y funciones claramente establecidos. La consecuencia principal a que se ve enfrentada en la cooperativa es la delegación de todas las tareas y actividades a un solo dirigente quien podría afectar su desempeño con el riesgo de renunciar a la directiva. El realizar cambios en la directiva puede generar un retroceso en las actividades y compromisos asignado y generar un clima de desconfianza entre los socios y la directiva.</p>	<p>Fue necesario realizar un taller de definición de roles y funciones, con tareas asignadas, plazos establecidos.</p>
<p>Se observaba en la Cooperativa una precariedad en la gestión administrativa, económica y comercial sobre todo al momento de negociar los productos.</p>	<p>El objetivo principal de la cooperativa y así lo manifiestan los socios al momento de ser entrevistados, es la necesidad de mejorar la comercialización de sus productos de manera centralizada para mejorar los precios del mercado. Sumado a la necesidad de tener stock de productos (insumos y semillas) a disposición de los socios con mejores precios.</p> <p>Hoy en día solo se encuentran vendiendo el producto papa tratando mejorara los precios del</p>	<p>Se requirió trabajar con ellos en la creación de un plan de negocio detallado que incluyó no solo el producto papas si no todos los otros rubros que los socios producen (se debería considerar a crianza de animales y hortalizas) y una plan de marketing</p>

	mercado, pero no conocen los niveles de producción y la disponibilidad que ellos tienen de productos al llegar a un acuerdo económico con algún comprador. En relación a la gestión comercial, la cooperativa hoy en día transa sus productos con estrategias simples, (llamados telefónicos y boca a boca), sin realizar negociaciones de acuerdo al mercado.	
El sistema de liderazgo, las desconfianzas y el deficiente sistema de comunicación interna provocaron una baja en la participación, lo cual afecta al momento de definir las estrategias de desarrollo organizacional.	El sistema de liderazgo que encontramos corresponde a un sistema más bien sindical. El sistema cooperativo está basado en un trabajo en equipo en donde la voluntad, la cooperación mutua y las confianzas son el pilar fundamental para lograr los objetivos buscados en el fortalecimiento de la organización.	Se propuso realizar un taller participativo que exponga que es una cooperativa, para que sirva y sistema de liderazgo recomendados.
La cooperativa no contaba con un diagnóstico acabado de la situación actual que les permitiera identificar las principales deficiencias como también fortalezas en los ámbitos productivos, de gestión y comercial que marcan las brechas de competitividad.	Se cuenta con un diagnóstico productivo y actualmente con un diagnóstico organizacional, esto favorecerá levantar una propuesta de trabajo destinada al fortalecimiento organizacional	Se realizó un diagnóstico individual de cada socio, un diagnóstico productivo. Se realizó un levantamiento de información anexa sobre el funcionamiento interno, fortalezas y debilidades que se trabaje en conjunto con la asamblea. Se realizó además un levantamiento de una serie de propuestas que les permitieran realizar diversas acciones para fortalecer a la cooperativa y cumplir a futuro con las demandas de los asociados
Presentaba una baja vinculación con entidades que les presten servicios de apoyo en temas asociados a la gestión sumado a los bajos conocimientos que se tienen de programas y	Si consideramos que el objetivo principal que motiva a los asociados es el de abrirse a nuevas oportunidades de negocio, el acceder a nuevas fuentes de financiamiento y coordinarse con la red de apoyo comunal, es uno de las	Se sugiere realizar un mapa de oportunidades, que incorpore requerimiento, documentación necesaria y plazos de postulación.

<p>servicios del Estado que apoyan a las cooperativas.</p>	<p>oportunidades que se tiene al estar organizados, por lo cual es necesario crear un sistema de vinculación con todos la red de apoyo presente desde su localidad hasta la región.</p>	
<p>No cuentan con un espacio físico propio equipado, que les permita funcionar como oficina, atender a los socios, mantener la información centralizada y tener acceso de internet.</p>	<p>Se considera una consecuencias que afectara negativamente no solo a la ejecución del proyecto si no al buen funcionamiento de la cooperativa el no contar con herramientas de trabajo mínimas para una estructura productiva.</p>	<p>Es necesario incluir en el proyecto de continuidad del proyecto fondos destinados a arriendo de oficina. De igualmente solicitar fondos para equipamiento.</p>
<p>No cuentan con recursos económicos que les permitan independencia económica para comprar insumos y semillas y vendérselos a los socios a precios justos. Ni cuentan con un fondo que les permita invertir en maquinaria. No cuentan además con ventas formales en conjunto que les facilite el acceso a fuentes de financiamiento privadas.</p>	<p>Se considera que el no contar con independencia económica de la cooperativa y que el funcionamiento de esta solo sea mantenida por los aportes que realizan sus socios, afectara el funcionamiento de la organización, provocando la renuncia paulatina de sus socios al no visualizar un movimiento económico independiente. Se suma a esto que la administración de la cooperativa no tiene ventas anuales que demuestren una solidez económica al momento de solicitar créditos. Hoy en día dependen solamente de sus socios para realizar cualquier inversión.</p>	<p>Es necesario considerar para una segunda etapa de financiamiento de proyecto , algún fondo destinado a la inversión en materias primas e insumos para realizar una producción que le permita crear un fondo para inversiones y lograr una independencia económica. Se requiere además un plan de negocio a dos años plazo.</p>
<p>El cambio repentino de consultora a mitad de las actividades, tomando de 0 la segunda etapa del proyecto.</p>	<p>Retraso en las actividades, desconfianza de los agricultores, desvalorización del trabajo administrativo.-</p>	<p>Se requirió de mayor esfuerzo, investigación y recurrir a la información de la consultora anterior para lograr interiorizarse en el proyecto por completo.-</p>

II.4 Descripción de las actividades PROGRAMADAS y tareas EJECUTADAS para la consecución de los objetivos, comparación con las programadas, y razones que explican las discrepancias

Nº	Actividades	Año 2017											
		Trimestre											
		Ene-Mar			Abr-Jun			Jul-Sep			Oct-Dic		
1	Lanzamiento del proyecto (1)		x										
2	Jornada de trabajo (diagnostico participativo)(1)			X									
3	Encuestas o entrevistas a los asociados de la cooperativa levantamiento información diagnostica (33)			x	x	x							
4	Informe levantamiento línea base (1)					X							
5	Reuniones de trabajo con directivas u otros actores relevantes del territorio (8 por etapa)	x		X		x		x		X	X		x
6	Jornada (grupal) análisis y presentación de resultados del diagnóstico. (1)						X						
7	Diseñar un plan comunicacional interno y externa.							x					
8	Jornada de trabajo construcción plan estratégico de corto y mediano plazo (1)							X					
9	Jornada de Validación (1)								x				

ACTIVIDADES REALIZADAS

- ✓ 1 Jornada de trabajo presentando el programa y de recolección de información que permita conocer al grupo objetivo y sus necesidades, 17 de Marzo de 2017
- ✓ 1 Reuniones de trabajo con la directiva , de presentación del proyecto y acuerdos de ejecución
- ✓ Visitas diagnosticas al 100% de los socios activos
- ✓ Lanzamiento del programa para sociabilizar los objetivos, tiempo y logística que pretende el programa y convocar a los asociados de la cooperativa del proyecto. , el día 24 de Mayo del 2017
- ✓ Diseño ,presentación y aprobación del informe de levantamiento línea base por parte de los dirigentes y asociados
- ✓ Implementación y ejecución de talleres y/o jornadas de capacitación
- ✓ Se ha realizado una jornada de presentación del proyecto y del equipo de trabajo.
- ✓ Elaboración de piezas graficas de difusión de la cooperativa (tarjetas de presentación)
- ✓ Diseño e implementación de plan comunicacional, Diseño de imagen y folletería
- ✓ Página web operativa en internet
- ✓ Diseño, aprobación y de ejecución del plan de acción
- ✓ Capacitaciones realizadas a los asociados:
- ✓ Taller de revisión de estatutos, taller de cooperativismo, taller de renovación de la directiva, taller de capacitación de experiencia de una cooperativa "Loncoofrut", taller de gobernanza, taller de ley de cooperativas, taller de contabilidad de cooperativas.-
- ✓ Participación ferias, para promocionar la cooperativa.
- ✓ Reuniones de la directiva y los asociados, para evaluar los avances económicos y administrativos de la cooperativa.-

Unas de las mayores brechas identificadas es la falencia por parte de los asociados en cuanto al uso de tecnologías de comunicación, siendo este un canal fundamental para obtener conocimientos de manera constante y eficaz. Esta brecha puede ser disminuida con capacitación del uso de telefonía, aumento de lectura digital, interacción directa con la comunicación digital.

II.5 RESULTADOS

II.5.1 RESULTADOS OBTENIDOS

El primer resultado obtenido es el diagnóstico realizado a los socios de la cooperativa, lo que permitió obtener brechas de competitividad que existen. Información relevante para el posterior diseño del plan de acción, y tomar decisiones con un horizonte de mediano plazo. Mediante la aplicación del diagnóstico se obtuvo información fundamental para el resultado del lineamiento base, el cual se expone parcialmente continuación.

“La COOPERATIVA CAMPESINA DE DESARROLLO CAMPESINO MAPUCHE NAHUELBUTA”, nace el 26 de enero de 2015, por escritura pública bajo el nombre de fantasía “Cooperativa Campesina Mapuche Nahuelbuta”, con domicilio en la comuna de Cañete con duración indefinida. Con el objetivo de dedicarse a la compraventa, distribución, producción y transformación de bienes, productos y servicios relacionados con la actividad silvoagropecuaria y agroindustrial, con el fin de procurar un mayor rendimiento de ella.

Se encuentra inscrita en el registro de cooperativas con el rol 5036, con su personalidad jurídica vigente

Su último consejo de administración, electo con fecha 22/07/2015 está compuesto por

Presidente: Julio Mora Palacios

Secretario: Arnoldo Valenzuela Albornoz

Tesorera: Eliana Maliqueo Neculpi

Director: Héctor Baeza Huilipan

Director: Saturnino Yevilao Carilao

Director: Aladino Alarcón Beltrán

En sus inicios la Cooperativa contaba con 27 cooperados, posteriormente ingresan nuevos socios quedando un universo de 42 pequeños productores agrícolas, del rubro papa de las comunas de Cañete, Los Álamos y Tirúa. De este universo, a la fecha se han producido renuncias de agricultores por motivos personales, principalmente por migración a otras ciudades.

TABLA DE PRODUCTORES(AS) SEGÚN UBICACIÓN DEL PREDIO

LOCALIDADES	MUJERES	HOMBRES	TOTAL PRODUCTORES
CAÑETE	0	5	5
CAYUCUPIL	2	7	9
HUAPE	0	2	2
LLENQUEHUE	0	1	1
PANGUE	0	2	2
PASO LOS NEGROS	0	2	2
PICHILLENQUEHUE	0	1	1
POCUNO	0	1	1
PONOTRO	1	4	5
PULEBU	1	0	1
SAN RAMON	0	2	2
SARA DE LEBU	0	1	1
TIRUA	0	1	1
TRANAQUEPE	0	1	1
TOTAL	4	30	34

El cuadro nos representan el número de productores de papas, distribuidos por sexo y sector de residencia de las 3 comunas intervenidas por la Cooperativa Campesina. Datos que representados nos indican que la mayor concentración de productores con residen o tienen sus predios en el sector de Cayucupil, comuna de Cañete le sigue los sectores de Ponotro y cañete.

El perfil predominante de los cooperados es el correspondiente al de agricultura familiar campesina en la producción de alimentos, acreditados por INDAP, Los socios se reúnen mensualmente de acuerdo a lo estipulado en los estatutos, con el objetivo de mantenerse informados de las actividades realizadas.

Superficies y tenencia de la tierra

La superficie productiva de los agricultores encuestados (32) corresponde a 397,04 hectáreas, de las cuales 192,76 ha son propias del mismo agricultor y/o su cónyuge, 137,7 ha se encuentran bajo la figura de sucesión, 22,83 ha en mediería y 18,75 ha bajo arriendo. Más abajo se muestra gráfico porcentual con el tipo de tenencia sobre el total de la superficie contenida por los agricultores.

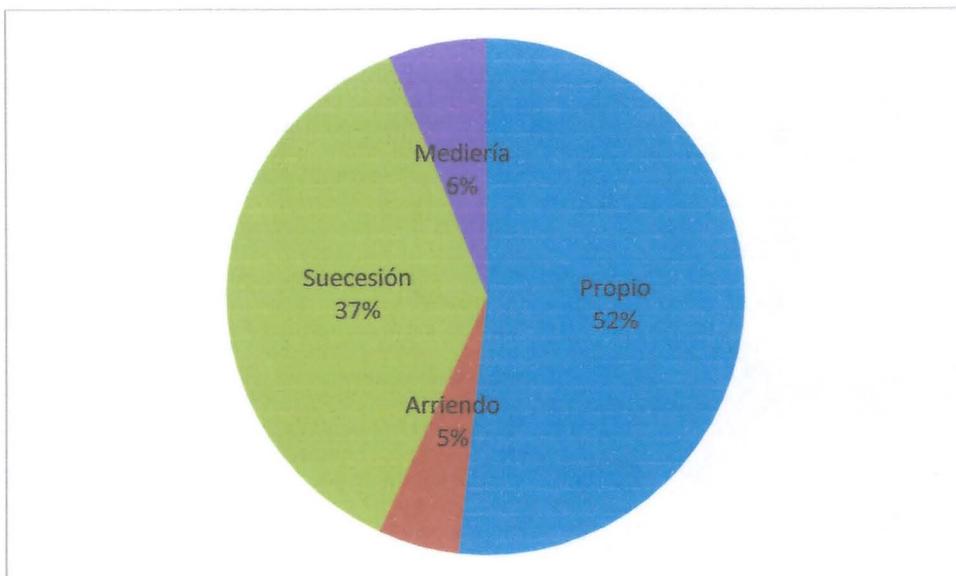


Gráfico 1. Distribución del tipo de tenencia de los agricultores

Según se observa, la mayoría de los predios informados corresponden a terrenos propios (52%) y un 37% de ellos a predios en sucesión. Esta situación ha sido presentada por los agricultores como restricción para realizar inversiones definitivas en algunos predios, tales como inversiones en riego, bodegas y otros.

Por otra parte, prácticamente el 87% de las unidades productivas posee una superficie mayor a 1,1 hectárea, lo cual abre más oportunidades al grupo para desarrollar nuevos emprendimientos productivos enmarcados en una integralidad predial multirubro.

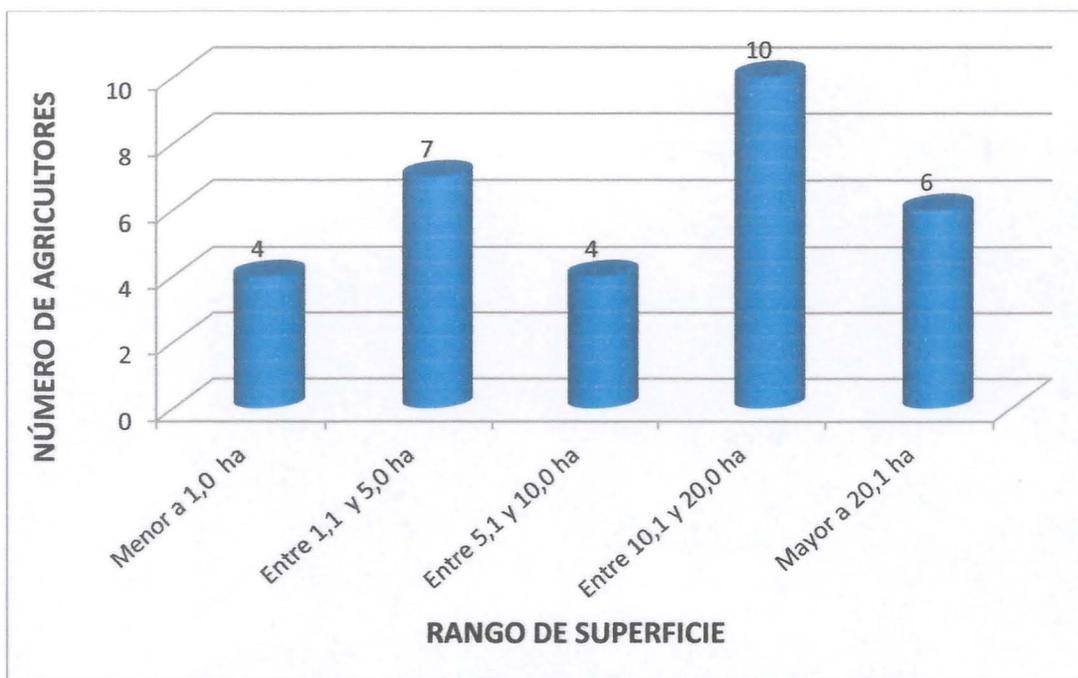


Gráfico 2: Agricultores (Nº) según cinco rangos de superficie física.
Rubros productivos principales

Las principales especies trabajadas en superficie en la actual temporada que fueron declaradas por los agricultores de la Cooperativa son praderas naturales y establecidas (49,46%), plantaciones forestales (17,74%), papas (15,42%), trigo (4,69%) y avena (4,27%). El resto de las especies ocupan una superficie menor, pero comercialmente más atractivas en algunos casos (hortalizas, frambuesas y flores) que las especies principales.

Cuadro 1. Especies cultivadas por agricultores de Cooperativa

Especie	Superficie (ha)	Porcentaje (%)	Productores (N°)
Papas	58,2	15,42%	29
Avena	16,1	4,27%	13
Trigo	17,7	4,69%	11
Legumbres	3,75	0,99%	9
Hortalizas	1,0	0,26%	5
Frutales mayores	0,5	0,13%	2
Frambuesas	0,31	0,08%	2
Flores	0,03	0,01%	2
Pradera natural y establecida	186,7	49,46%	25
Bosque nativo	26,25	6,95%	5
Pino y eucaliptus	66,95	17,74%	14
Total	377,49	100,00%	32

El listado de las especies trabajadas por los agricultores da cuenta de la configuración de los sistemas productivos de la mayoría de los asociados. Así, se puede observar la gran preponderancia que tiene la ganadería tradicional y el rubro forestal dentro de las economías prediales, ocupando cerca del 74,1% del total de la superficie, los cuales se asocian a negocios de baja rentabilidad.

Dentro de los cultivos agrícolas, la papa ocupa el primer lugar con cerca del 15,4% de la superficie y un 90% de los agricultores que la cultivan, impregnando el eje central de la Cooperativa como productora de papas. Lo anterior, sumado a los bajos precios de este producto en el mercado ha generado una fuerte crisis económica en el conjunto de productores que forman la Cooperativa, llevando a muchos a replantearse la continuidad en el cultivo para las futuras temporadas. Este fenómeno hace buscar nuevas oportunidades de negocio en el mismo rubro agrícola, donde la figura de la Cooperativa puede marcar un importante rol.

La avena forrajera y grano, el trigo y las legumbres se encuentran asociadas a cultivos de autoconsumo principalmente, tanto para consumo humano como animal, vendiéndose una baja proporción de la cosecha a terceros. En general, no se consideran atractivos económicamente por la mayoría de los agricultores.

Por otro lado, los cultivos con menor incidencia tanto en superficie como en número de agricultores son los que han ido dando mayores réditos comerciales en el último tiempo (hortalizas, flores, frambuesas y frutales mayores), lo que ha ido generando un aumento paulatino en el interés productivo por parte de algunos agricultores.

Como se señaló anteriormente, dentro del grupo de agricultores existe una vocación ganadera muy importante, en cuanto gran parte de la superficie de las unidades productivas están destinadas al pastoreo animal. Del diagnóstico se puede desprender la información relacionada a las existencias animales por cada agricultor, como se muestra en el cuadro a continuación

Cuadro 2. Existencia de animales según agricultores de Cooperativa

Ganado	Cabezas	N° agricultores	Promedio
Vacunos	228	21	10,9
Ovinos	148	8	18,5
Porcinos	72	12	6,0
Equinos	11	6	1,8
Caprinos	2	1	2,0
Aves	693	28	24,8

De este cuadro, se puede observar que gran parte de los participantes de la cooperativa poseen aves (28), vacunos (21), porcinos (12) y ovinos (8), que en forma individual representan un bajo número de cabezas por agricultor, pero que en la sumatoria general puede representar una forma de aumentar la capacidad de negociación a través de la Cooperativa y, eventualmente, generar nuevas alternativas de negocio a desarrollar por la organización. El resto del ganado participa en baja proporción con relación al total de los encuestados.

Fuentes de agua y tipos de riego

La mayoría de la producción declarada está enmarcada dentro de una agricultura de secano (98,3%). Sólo 8 productores utilizaron agua de riego para alguno de sus cultivos productivos esta última temporada a través de sistemas tecnificados (aspersión, goteo, manguera, motobomba y surcos), que en su mayoría adolecían de algún grado de precariedad en su funcionamiento. Los cultivos asociados a riego fueron hortalizas, flores, semilleros de papas y papas. Por otra parte, 21 agricultores declararon utilizar agua de riego para sus huertas caseras, usando como fuentes, agua potable rural, vertientes, canales y pozos. En total, la superficie afecta a riego sólo cubrió el 1,7% del total de la superficie utilizada por los productores.

Cuadro 3. Menciones de agricultores y superficie bajo riego

Destino de producción	N° Agricultores	Superficie (ha)
Cultivos comerciales	8	6,04
Huertas Caseras	21	0,5
Total	29	6,54

A pesar de la baja superficie que se encuentra actualmente bajo riego, muchos de los agricultores mencionan la posibilidad real de poder acceder a distintas fuentes de agua para incorporar terrenos de secano a riego. Mucho de los agricultores ya cuentan con estas fuentes de abastecimiento, pero que por falta de recursos, poca información y falta de asesoramiento no han podido implementar. Muchos de ellos cuentan con derechos inscritos por lo cual se puede generar una buena alternativa para optar a los fondos de fomento a la inversión en riego a través de la Comisión Nacional de Riego o INDAP, acompañado en la mejora tecnológica de los cultivos a regar.

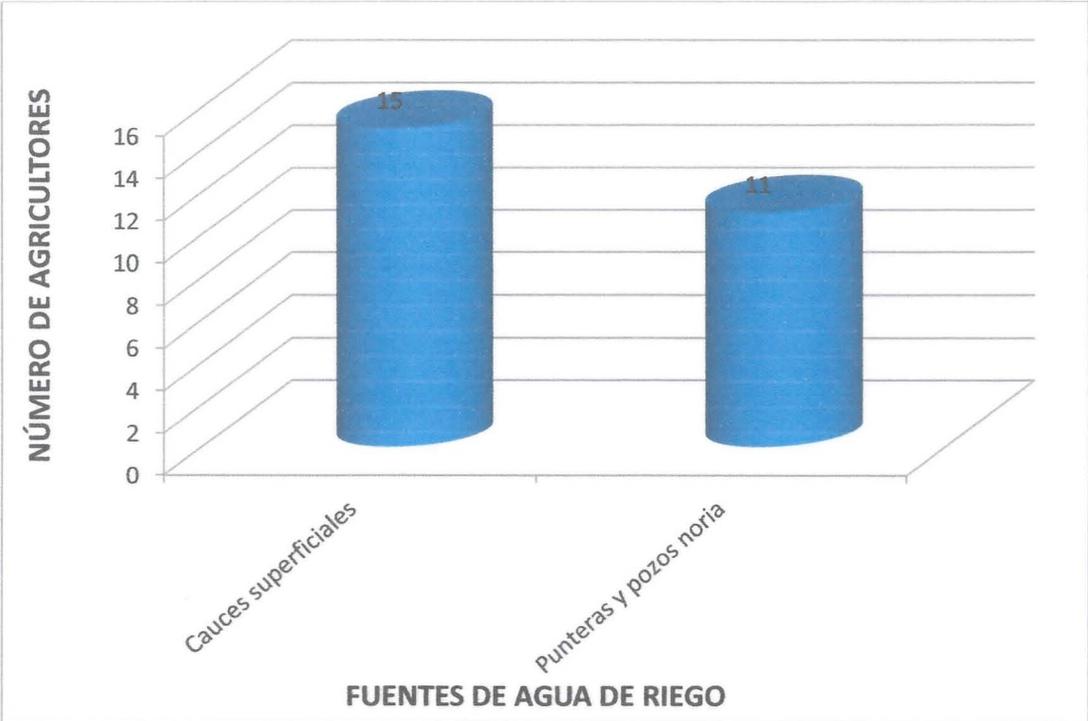


Gráfico 3. Fuentes de agua mencionadas por agricultores

Del total de agricultores, 15 declaran poder abastecer algún sistema de riego a través de cauces superficiales tales como, ríos, canales de riego, estero y/o vertientes, mientras que 11 señalan que lo pueden hacer a través de punteras y/o pozos norias. Dentro de la superficie futura potencial de riego estimada por cada productor que cuenta con alguna fuente de abastecimiento, se calcula que se podría llegar a unas 50,4 hectáreas bajo algún sistema de riego tecnificado.

Características de los cooperados y cooperadas

El grupo de beneficiarios propuestos corresponde a 32 pequeños/as productores/as del rubro Papas. Sólo 5 socios directos son mujeres con el 18,75% de la cobertura total las que han desarrollado su negocio con el apoyo directo de sus hijos y/o cónyuge.

En relación a la formalización, el 12,5% de los agricultores (4) cuenta con iniciación de actividades en primera categoría en el giro agrícola. Por otra parte, 3 agricultores poseen iniciación de actividades en primera categoría en otras áreas comerciales y 5 con iniciación en segunda categoría. El resto de los agricultores (62,5%) no ha iniciado actividades ante el Servicio de Impuestos Internos.

CONCLUSIONES PRELIMINARES.

Toda la información levantada, permite contar con una Línea Base de los empresarios de manera tal de poder conocer sus niveles productivos, sus capacidades de manejo de redes, sus niveles de inserción en mercados y principalmente los niveles de calidad presentes en las empresas del turismo. Esto, además permitirá realizar, una vez finalizado el primer año de ejecución, un análisis comparativo por medio del acortamiento de brechas, si se ha dado cumplimiento a los objetivos específicos planteados para el presente año de ejecución.

Terminada la primera etapa tenemos que:

Contamos con una alta participación y disponibilidad de los asociados para facilitar y/o entregar información del funcionamiento en sus empresas, esto a su vez ha permitido establecer confianzas y un conocimiento sobre la realidad del turismo en la zona.

La dispersión geográfica tanto en el aspecto económico, sumado a la mala conectividad entre los distintos sectores no ha sido una limitante para el cumplimiento de los objetivos planteados. Sin embargo, es necesario considerar que los sectores rurales se conectan aun por caminos de tierra, trumao en verano y greda en invierno, impidiendo el paso de vehículos en algunos de sus tramos, pudiendo afectar negativamente la participación de asociados que utilizan esas rutas, principalmente por cortes de camino,

Una de las brechas presentes y necesarias a considerar en el trabajo futuro es el bajo conocimiento de la oferta pública principalmente en la red de fomento. Si bien es cierto, las empresas que participan en alguna red de trabajo que les ha permitido acceder a proyectos de inversión, estos no han entregado herramientas, conocimientos técnicos, capacidades y competencias que permitan acceder a la oferta de manera individual.

El que los empresarios conozcan las brechas que ellos tienen en relación a los aspectos básicos que mide la norma (organización, marketing, publicidad y servicios generales e infraestructura) y la posibilidad de desarrollar un plan de trabajo destinado al fortalecimiento organizacional ,les permitirá a las empresas, acceder a mercados más competitivos.

Este sector presenta un potencial importante de crecimiento y con necesidad de definir y posicionar oferta en un nivel más competitivo, lo cual nos da una oportunidad para diseñar un plan de trabajo que promueva dicho proceso e instale a la zona como uno de los principales productores de papas del país

Se capacito a los socios de la cooperativa Nahuelbuta con la finalidad de transferir conocimientos y habilidades de los ámbitos de gestión, asociatividad, trabajo en equipo, negociación, liderazgo y otros aspectos necesarios para sus empresas. Se comenzó con un como una de las temáticas bases, que corresponde a el análisis de los estatutos vigentes , con la finalidad de hacer una actualización o ratificación, conforme a los resultados obtenidos en el diagnóstico y posterior plan de acción diseñado. A su vez de desarrollo un taller para ver experiencias de cooperativismo, con el cual se presentó como las cooperativas bien comprometidas con su producción, administración, gestión y desarrollo organizacional alcanzan un crecimiento sustentable en el tiempo.-

En búsqueda de más conocimientos en base a la experiencia se visitó la cooperativa LoncooFrut con el objetivo de mejorar la organización, dentro de los conocimientos más destacables son ver la realidad de las ventajas de trabajar como cooperativa, resaltando el comercio en conjunto para alcanzar nuevos mercados.

También se obtuvo capacitación por parte del CEGE, el cual cuenta con profesionales expertos en cooperativas, los cuales entregaron por medio de capacitaciones, casos prácticos. Los conocimientos necesarios para realizar las labores de forma correcta, partiendo por el cumplimiento de la ley, ya sea en el ámbito contable, administrativo y legal. Con esta última capacitación se logró lo que tanto se buscaba, implementar un sistema formal y regularizado con reglas y roles por cumplir. Es destacable el cambio percibido por parte de la directiva y los asociados. Lo cual fomentó que gran parte de los asociados se incentivaran a participar con mayor disposición de trabajo en equipo.

Se diseñó un plan de acción para una segunda etapa, validado por los asociados, con la finalidad de lograr avance en el corto plazo, para encaminar el mediano plazo. Con un objetivo claro que es “Contribuir al desarrollo sustentable de la cooperativa campesina para que fortalezca el rol asociativo, comercializador e innovador mediante la implementación de las acciones definidas”
Para cumplir con este objetivo general se cuenta con objetivos específicos:

- Establecer un centro de operaciones para la Cooperativa a través de la implementación de una oficina y su equipamiento básico.
- Construir la identidad de la Cooperativa a través del diseño y confección de la imagen corporativa y una página web.
- Desarrollar la unidad técnica de la Cooperativa a través del establecimiento de un equipo de profesionales que gestione las acciones para la materialización de nuevas alternativas de comercialización, nuevos rubros, transporte, etc.
- Incorporar los conocimientos básicos a los agricultores de la Cooperativa a través de la ejecución de un programa de capacitaciones y asesorías en los ámbitos de agroecología y Buenas Prácticas Agrícolas.
- Lograr la incorporación de una línea de innovación productiva a través del establecimiento de una unidad demostrativa de producción de hortalizas agroecológicas al aire libre y bajo invernadero.

para el cumplimiento de este plan de acción se realizó una planificación de actividades y metodología, la cual se encuentra con más detalles en anexo N° 6.

Se dio cumplimiento al resultado esperado de implementación de un sistema comunicacional para la cooperativa. Ya que la cooperativa no contaba con una estrategia de medios de comunicación y difusión establecida, solo se disponía de canales de comunicación básicos, solo vendían a “CONCHENCHO, lo anterior, afectaba no solo a la relación con los asociados sino también con el entorno, pues dificultaba el flujo de información desde y hacia las bases además limitaba e invisibiliza la difusión del quehacer hacia nuestro público de interés. A esto se suma que, tanto los asociados como la cooperativa, permanentemente desconocían los diferentes procesos productivos, económicos y sociales que se vinculan con su actividad; lo que entorpece el acceso a los distintos instrumentos de apoyo. Este problema se resolvió a través del diseño, elaboración y puesta en marcha de un plan comunicacional con la asesoría técnica que permita una comunicación en línea, constante y fluida con nuestro público interno y externo.

Se fortaleció permanentemente una estrategia comunicacional enfocada a los asociados, para fortalecer su relación con las autoridades locales, regionales y otros aliados estratégicos.

II.5.2 LOGRO DE HITOS

Hitos críticos	Fecha programada de cumplimiento	Cumplimiento (SI / NO)	Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)
Diseño ,presentación y aprobación de la ficha diagnóstica a aplicar por parte de los dirigentes y asociados (41)	Enero 2017-Julio 2017	Si	ANEXO N° 2
Diseño ,presentación y aprobación del informe de levantamiento línea base por parte de los dirigentes y asociados (1)	Junio a julio del 2017	Si	ANEXO N° 2 ANEXO N° 3
Implementación y ejecución de talleres y/o jornadas de capacitación (3)	Marzo -Octubre 2018	Si	ANEXO N° 3
Diseño e implementación de plan comunicacional	Octubre 2017- Noviembre del 2018	Si	ANEXO N° 9
Diseño y aprobación y de ejecución del plan de acción (1)	Diciembre 2017- Noviembre del 2018	Si	ANEXO N° 8

Hitos críticos	Resultado Esperado	Resultado Logrado
Diseño ,presentación y aprobación de a ficha diagnostica a aplicar por parte de los dirigentes y asociados (41)	41 asociados de la cooperativa conocen sus brechas de competitividad, por medio de la aplicación de un diagnostico individual en bases a las brechas detectadas.	Disminuyo la cantidad de socios de 41 a 33, a los cuales se le diagnosticaron las necesidades relevantes.
Diseño ,presentación y aprobación del informe de levantamiento línea base por parte de los dirigentes y asociados (1)	1 línea base que contenga información general de la cooperativa y sus asociados	Se realizó la línea base en la que se obtuvo la información productiva y geográfica de los asociados.
Implementación y ejecución de asesorías	Empresas asociadas a la cooperativa participan de las, transferencia de conocimientos y habilidades en los ámbitos de gestión, asociatividad, trabajo en equipo, negociación, liderazgo y otros aspectos necesarios para sus empresas.	Socios participan activamente de las capacitaciones y talleres impartidos por el equipo técnico.-
Diseño y aprobación y de ejecución del plan de acción (1)	Un Plan estratégico de corto y mediano plazo diseñado e implementado.	Se implementó y aprobó un plan de acción el que se puso en marcha con los asociados.-
Diseño e implementación de plan comunicacional	1 Sistema de comunicación implementado e internalizado que permita el acceso a material de difusión y mejora los canales de comunicación	Difusión de los productos ofrecidos, comunicación interna mejorada con compras de equipos móviles, diseño y ubicación web de la página, diseño de Facebook, implementada exclusivamente para la difusión y comercialización de los productos de los asociados.-

II.5.3 ANALISIS DE IMPACTO

El proyecto genero un Impacto social beneficiando a los asociados de la cooperativa, mediante la determinación de capacidades productivas de la cooperativa, por otro lado mediante la entrega de conocimientos para mejorar el canal de comercialización que es la cooperativa. Por otro lado beneficia a las familias de los asociados mejorando las perspectivas de negocio.

El impacto medio ambiental también se ve respaldado, ya que los socios abordan a la producción libre de agroquímicos, y velan por mantener las labores culturales de décadas, siempre manteniendo un enfoque productivo de lo natural, y este proyecto respalda con hechos tangibles aquellas producciones.-

Por otro lado el Impacto económico ha sido el más importante, ya que ha permitido consolidar una organización para generar ventas en conjunto, con toda la documentación y requerimientos pertinentes, los cuales de forma individual los asociados no son capaces de acceder.

II.5.4 RESULTADOS E IMPACTOS

- ✓ Los beneficios productivos están dados por un ordenamiento de las unidades productivas, la elección de los mercados y de los productos que se producirán desde ahora en adelante, que abastecerán a esos mercados, lo que permitirá focalizar los recursos de manera rentablemente proporcionada en cada uno de los centros de costos de los socios y por ende de la cooperativa
- ✓ El beneficio económico se ve reflejado en el alza de las ventas de los productos, impactando directamente en la economía de los socios y de la cooperativa.
- ✓ El beneficio Comercial está dado por comercialización de un mayor volumen y mejores precios de productos definidos comercialmente por los socios y la cooperativa.
- ✓ El beneficio Medioambiental se ve reflejado en el aprovechamiento de los recursos que la tierra entrega y en el uso de elementos de fertilizantes totalmente orgánicos, los que son de gran beneficio para la mantención de las tierras fértiles y sanas que van en favor del crecimiento de los asociados para con sus unidades productivas y de la armonía con el medio donde se desarrollan.
- ✓ Los beneficios sociales se ven reflejados en una participación activa de los socios en las decisiones de la cooperativa, en el ordenamiento administrativo de esta y en la potenciación a la hora de buscar nuevos mercados.

II.6 Problemas enfrentados durante la ejecución proyecto (legal, técnico, administrativo, de gestión) y las medidas tomadas para enfrentar cada uno de ellos.

La principal dificultad, que fue resuelta en parte en el camino, fue la del atraso en la fecha de inicio del proyecto. Sin embargo se realizaron el total de acciones previstas de hacer en forma y fondo.

Se considera una limitante la desconfianza y la reticencia que presentan los dirigentes en el financiamiento de este tipo de proyectos que no consideran inversión. Y la poca valorización que se tiene del trabajo que realizan los profesionales, cuestionando los aportes económicos que estos fondos les asignan.

La falta de coordinación entre el gerente y los directivos, además de la falta de compromiso del coordinador al asumir responsabilidades que posteriormente no son cumplidas.-

II.7 DIFUSION DE LOS RESULTADOS

Gracias a las actividades de difusión realizadas, en las dos etapas, se logró afiatar a los agricultores como socios cooperativos, se les inculco el verdadero significado de pertenecer a una Cooperativa y la diferencia que existe con una empresa común y corriente.-

Además se logró definir roles y responsabilidades, recuperando la confianza de los agricultores en sus pares, que ellos mismos eligieron, libremente para que los lideraran.-

Se les demostró a la Cooperativa en general la necesidad y la importancia que significa tener apoyo administrativo, obteniendo así confianza hacia los profesionales y eliminando casi por completo la desvaloración del trabajo realizado, que es netamente con el fin de impulsarlos, crear un reconocimiento en la comuna como los empresarios agrícolas que son, adquirir beneficios en común y orientarlos en la comercialización de sus productos en conjunto.-

ANEXO N° 2

ANEXO N° 3

ANEXO N°7

ANEXO N° 11

ANEXO N° 12

II.8 PRODUCTORES PRINCIPALES

Nombre	RUT	Edad	Teléfono	Dirección Postal
JULIO MORA				
ARNOLDO VALENZUELA				
JORGE CHAPARRO				
ARNOLDO GONZALEZ				
DARIO MARIÑAN				
SATURNINO YEVILAO				
FRANCISCO JAVIER ULLOA				
SERGIO OLAVE				
ELIAS CHEUQUELEN				
JUAN ANIÑIR				
LEONCIO ANTIHUY				
GLADYS VALENCIA				

JOSE PEDREROS				
JORGE PACHECO				
ERNESTO QUINTANA				
EXEQUIEL FIERRO				
SIGILFREDO BARRIENTOS				
MANUEL CABRERA				
SERAPIO MENDOZA				
ELIANA MALEQUEO				
ALADINO ALARCON				
HERNAN VILLAR				
SANTO NECULPI				
MARTA LEPILLAN				
MOISES MACHEO				
CESAR MACHEO				
ANSELMO ANIÑIR ANIÑIR				

II.9 CONCLUSIONES

Respecto a los resultados obtenidos en la primera etapa se destaca el proyecto como primer fondo estatal adjudicado como cooperativa campesina, que permitió lograr una nueva inserción productiva en el mercado, con ellos la generación de nuevas estrategias de comercialización.

Se cuenta con un listado de socios activos actualizado, con conocimiento de cada uno de sus predios, la superficie en producción, la tenencia de las tierras, vías de comercialización, sistema de comunicación interna, entre otros antecedentes ya recopilados.

Los resultados que el programa se ha establecido no tuvieron mayores dificultades para su cumplimiento, excepto el ajuste para la segunda temporada el cual debido al sistema de licitaciones programados por FIA, proceso que se adelanta 5 meses y obliga a equipo cambiar la agenda de las actividades.

Respecto de los plazos, es importante indicar que para conseguir rescatar y depurar los antecedentes recopilados en la etapa inicial de diagnóstico, se requirió más de un mes adicional de ejecución, ya que por el periodo de trabajo en las zonas rurales el diagnóstico solo se pudo iniciar en el mes de Abril. Sin embargo, es prudente indicar que se estableció en el periodo que contempla el plan operativo, las acciones necesarias que permitieron proyectar el cumplimiento de los plazos establecidos, como también la generación de conciencia entre los distintos actores de la importancia de contar con herramientas de este tipo para su apertura a las nuevas fuentes de financiamiento.

También es importante señalar lo importante que ha sido el proyecto para los asociados de la cooperativa, siendo un factor fundamental, los recursos para acceder a todo los conocimientos entregados para mejorar la administración y gestión de la cooperativa. Mejorando además la marca "Cooperativa Nahuelbuta", marca que ha ido adquiriendo valor en la provincia de Arauco, fortaleciendo los canales de comunicación internos y externos, gestionando mejor comunicación, factor que afecta enormemente el funcionamiento colectivo de la cooperativa. Por otro lado es importante recalcar las responsabilidades que se han adquirido con el tiempo la directiva y los socios, mejorando la toma de decisiones para llevar a cabo las actividades del quehacer cotidiano y específico de la cooperativa.

Como conclusión general es destacar el avance sostenido al término de este proyecto, en donde su objetivo principal es fortalecer la cooperativa, objetivo cumplido a la cabalidad, tomando como base la cooperativa en sus inicios y comparándola con lo que es hoy, en donde se destaca su avance administrativo y organizacional.-

II.10 RECOMENDACIONES

Sin duda la principal dificultad que se generó en la ejecución del programa fue motivada por el atraso en el inicio del programa y la tramitación involucrada en el proceso proyecto, lo que demoró la puesta en marcha del mismo. A modo de recomendación, sería muy importante tener presente para la fecha de aprobación de los proyectos cuando los ejecutores provienen de sectores rurales, esto por la época de siembra y cosecha que dificulta la participación de las personas en actividades grupales y también dificulta el trabajo en terreno.

II.11 Otros aspectos de interés o externalidades

Como resultado del fortalecimiento se obtuvo conexión para postular a licitaciones por mercado público, logrando adjudicar con gendarmería de Lebu, permitiendo adquirir experiencia en el formato de entrega, licitación que fue adjudicada en el mes de marzo 2018, dando un plus a la cooperativa por ser un abastecedor de un ente público.-

También se logró conseguir financiamiento de parte del INDAP para financiar una bodega de almacenaje, mejorando la logística, por su cercanía a la comuna de Cañete. Esta bodega es un gran paso para la cooperativa, ya que permite tener un centro establecido para acopio de las mercaderías y poder vender de manera constante los productos de la cooperativa.- Por otro lado se está gestionando por medio del INDAP la implementación de un local de comida, siendo la papa el producto genérico, con sus diferentes derivados. Se espera en dos meses tener este local en funcionamiento y generando dividendos para la cooperativa.

ANEXO N° 11
ANEXO N° 12

II.12 ANEXOS

ANEXO N° 1

Fichas de Diagnósticas, Georreferenciación

Pedreiros

Descripción para tu mapa.





Eliana Malequeo

Escribe una descripción para tu mapa.



Eliana Malequeo Mediería

Escribe una descripción para tu mapa.



Vicente Macheo

Escribe una descripción para tu mapa.





Sigifredo Barrientos

Escribe una descripción para tu mapa.

Google earth

Image © 2017 Google Earth Plus

300 m

Serapio Mendoza

Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth

Image © 2017 CNES / Airbus



Julio Mora

Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth

img © 2017 CNES / Airbus

100 m

N

Santo Neculpi

Escribe una descripción para tu mapa.



Rodolfo Jaque

Escribe una descripción para tu mapa.



Roberto Almendra
Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth

img © 2017 GIG / Alps

2.560

100 m

Gladys Valencia/Ezequiel Fierro

Escribe una descripción para tu mapa.



Marta Lepillán

Escribe una descripción para tu mapa.





Sergio Olave

Escribe una descripción para tu mapa.

Google earth

Image © 2017 CNES / Airbus

300 m

N



Jorge Rodríguez
Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth

Image © 2017 QES / Airbus

100 m

N

Elisabeth Almendra

Escribete una descripción para tu mapa.



Hernán Villar

Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth
map © 2017 CNES/Airbus

300 m

Elías Cheuquelén

Escribe una descripción para tu mapa.





Anselmo Aniñir
Escribe una descripción para tu mapa.

Google earth
Image © 2017 CNES / Airbus

100 m
N

Luis Castro

Escribe una descripción para tu mapa.



Héctor Baeza

Escribe una descripción para tu mapa.



Arnoldo González

Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth

map © 2017 GEG / ARBP

300 m



Anselmo Mariñán

Escribe una descripción para tu mapa.



Saturnino Yevilao

Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth

Image © 2017 DEEP/APBUT

300 m



Leoncio Antiguay

Escribe una descripción para tu mapa.



Jorge Pacheco

Escribe una descripción para tu mapa.



Arnoldo Valenzuela
Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth

Image © 2017 CNES / Airbus

Ernesto Quintana
Escribe una descripción para tu mapa.



Google earth

Image © 2017 CNES / Airbus

ANEXO N° 2

REGISTRO FOTOGRÁFICO Y LISTA ASISTENCIA 1° TALLER



PROGRAMA LISTADO DE ASISTENTES

Nombre Actividad:

2DO TALLER

FECHA: 13/06/2017

Nombre Beneficiario Ejecutor: COOPERATIVA CAMPESINA MAPUCHE NAHUELBUTA

PYT-2016-0798

Nombre Proyecto: Fortalecimiento Organizacional Estratégico para la Cooperativa de desarrollo campesino mapuche Nahuelbuta

DATOS ASISTENTE (*)

N°	Nombre Asistente	Cédula de Identidad	Dirección	COMUNA	Teléfono	Correo Electrónico	FIRMA
1	ERNESTO DEL CARMEN QUINTANA ALARCON						
2	SERAPIO DEL ROSARIO MENDOZA RIOS						
3	SIGISFREDO ORLANDO BARRIENTOS BUSTOS						
4	MANUEL ANTONIO CABRERA CABRERA						
5	LEONCIO LAUTARO ANTIHUAY HUENUMAN						
6	DARIO ANSELMO MARIÑAN PILQUIMAN						
7	SATURNINO AURELIO YEVILAO CARIALO						
8	JULIO ARMANDO MORA PALACIOS						
9	HECTOR ESTEBAN BAEZA HUILIPAN						
10	FRANCISCO JAVIER ULLOA FERNANDEZ						



PROGRAMA LISTADO DE ASISTENTES

Nombre Actividad:

2DO TALLER

FECHA: 13/06/2017

Nombre Beneficiario Ejecutor: COOPERATIVA CAMPESINA MAPUCHE NAHUELBUTA

PYT-2016-0798

Nombre Proyecto: Fortalecimiento Organizacional Estratégico para la Cooperativa de desarrollo campesino mapuche Nahuelbuta

DATOS ASISTENTE (*)

N°	Nombre Asistente	Cédula de Identidad	Dirección	COMUNA	Teléfono	Correo Electrónico	FIRMA
11	JUAN ELIAS CHEUQUELEN ANIÑIR						
12	ANSELMO ANIÑIR ANIÑIR						
13	LUIS ARMANDO CASTRO GALLEGOS						
14	GLADYS ESTER VALENCIA MATAMALA						
15	EXEQUIEL FIERRO FIERRO						
16	JOSE ORLANDO PEDREROS BURGOS						
17	SERGIO FERNANDO OLAVE VIVEROS						
18	ALADINO ALARCON BELTRAN						
19	ROBERTO ALMENDRAS QUINTRIQUEO						
20	ELIANA ELCIRA MALIQUEO NECULPI						



PROGRAMA LISTADO DE ASISTENTES

Nombre Actividad:

ZDO TALLER

FECHA: 13/06/2017

Nombre Beneficiario Ejecutor: COOPERATIVA CAMPESINA MAPUCHE NAHUELBUTA

PYT-2016-0798

Nombre Proyecto: Fortalecimiento Organizacional Estratégico para la Cooperativa de desarrollo campesino mapuche Nahuelbuta

DATOS ASISTENTE (*)

N°	Nombre Asistente	Cédula de Identidad	Dirección	COMUNA	Teléfono	Correo Electrónico	FIRMA
21	JOSE RODOLFO JAQUE JAQUE						
22	SANTO CIRILO NECULPI PIGAÑIR						
23	JORGE IVAN PACHECO SAAVEDRA						
24	ARNOLDO ENRIQUE VALENZUELA ALBORNOZ						
25	MARTA ELENA LEPILLAN MALIQUEO						
26	HERNAN RODRIGO VILLAR NORAMBUENA						
27	JUAN DAUTISTA ANIÑIR PICHUN						
28	ARNOLDO ATRICIO GONZALEZ GALLARDO						
29	JORGE ANDRES CHAPARRO MONSALVEZ						
30	ELIZABETH DEL CARMEN ALMENDRAS MARICURA						



PROGRAMA LISTADO DE ASISTENTES

Nombre Actividad:

2DO TALLER

FECHA: 13/06/2017

Nombre Beneficiario Ejecutor: COOPERATIVA CAMPESINA MAPUCHE NAHUELBUTA

PYT-2016-0798

Nombre Proyecto: Fortalecimiento Organizacional Estratégico para la Cooperativa de desarrollo campesino mapuche Nahuelbuta

DATOS ASISTENTE (*)

N°	Nombre Asistente	Cédula de Identidad	Dirección	COMUNA	Teléfono	Correo Electrónico	FIRMA
31	JOSE NECULQUEO						
32	VICENTE EDUARDO MACHEO HUENU						
33	JORGE ALFREDO RODRIGUEZ CARRILL						
34	ROXANA GLADYS LEPILLAN ALCHAO						
35	MOISES MACHEO						
36	EXEQUIEL OPAZO						
37	ROSA FERNANDEZ						
38	ADRIAN VALENCIA						
39	NORMA CONTRERAS						
40	CESAR MACHEO						

REGISTRO FOTOGRAFICO



ANEXO N° 3**Taller revisión de estatutos**

Taller de Revisión de Estatutos de la cooperativa.

FECHA: 21-11-2017-

N°	SOCIO	RUT	FIRMA
1	JULIO MORA		
2	ARNORDO VALENZUELA		
3	JORGE CHAPARRO		
4	ARNOLDO GONZALEZ		
5	DARIO MARIÑAN		
6	SATURNINO LLEVILAO		
7	FRANCISCO JAVIER ULLOA		
8	SERGIO OLAVE		
9	ELIAS CHEUQUELEN		
10	JUAN ANIÑIR		
11	LEONCIO ANTIHUAY		
12	GLADYS VALENCIA		
13	JOSE PEDREROS		
14	JORGE PACHECO		
15	ERNESTO QUINTANA		
16	EXEQUIEL FIERRO		
17	SIGILFREDO BARRIENTOS		
18	MANUEL CABRERA		
19	SERAPIO MENDOZA		
20	ELIANA MALEQUEO		
21	ALADINO ALARCON		
22	HERNAN VILLAR		
23	SANTO NECULPI		
24	MARTA LEPILLAN		
25	MOISES MACHEO		
26	CESAR MACHEO		

OBSERVACIONES

Taller de Cooperativismo

COOPERATIVA CAMPESINA DE DESARROLLO MAPUCHE NAHUELBUTA LTDA

FECHA	29 noviembre 2012
LUGAR	Deuditorio Club Social Cometa -
ACTIVIDAD	Taller de Cooperativismo

N°	NOBRE AGRICULTOR	RUT	
1	ERNESTO DEL CARMEN QUINTANA ALARCON		
2	SERAPIO DEL ROSARIO MENDOZA RIOS		
3	SIGISFREDO ORLANDO BARRIENTOS BUSTOS		
4	MANUEL ANTONIO CABRERA CABRERA		
5	LEONCIO LAUTARO ANTIHUAY HUENUMAN		
6	DARIO ANSELMO MARIÑAN PILQUIMAN		
7	SATURNINO AURELIO YEVILAO CARIALO		
8	JULIO ARMANDO MORA PALACIOS		
9	FRANCISCO JAVIER ULLOA FERNANDEZ		
10	JUAN ELIAS CHEUQUELEN ANIÑIR		
11	ANSELMO ANIÑIR ANIÑIR		
12	GLADYS ESTER VALENCIA MATAMALA		
13	EXEQUIEL ANSELMO FIERRO FIERRO		
14	JOSE ORLANDO PEDREROS BURGOS		
15	SERGIO FERNANDO OLAVE VIVEROS		
16	ALADINO ALARCON BELTRAN		
17	ELIANA ELCIRA MALIQUEO NECULPI		
18	SANTO CIRILO NECULPI PIGAÑIR		
19	JORGE IVAN PACHECO SAAVEDRA		
20	ARNOLDO ENRIQUE VALENZUELA ALBORNOZ		
21	MARTA ELENA LEPILLAN MALIQUEO		
22	HERNAN RODRIGO VILLAR NORAMBUENA		

23	JUAN BAUTISTA ANIÑIR PICHUN		
24	ARNOLDO ATRICIO GONZALEZ GALLARDO		
25	JORGE ANDRES CHAPARRO MONSALVEZ		
26	CESAR MACHEO GREGORIO MACHEO NECULPI		
27	MOISES MACHEO MACHEO		

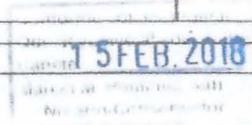


Renovación de directiva

Citación a la junta general de socio según artículo 27 para proceder al cambio de Concejo de Administración según artículo 23 para el día viernes 9 de Febrero a las 10:00 hrs. Salon INDAP

FECHA:		
N°	SOCIO	RUT FIRMA
1	Walter Lepillan	
2	Sergio Lopez	
3	Hernán Villaz	
4	Ramiro Ortizmay H	
5	Juan Elias Chungabé	
6	Jorge Parburo S	
7	Patricia Ormaza	
8	Esquivel Tiera	
9	Caterina Espinoza	
10	Gladya Latuena H.	
11	Sofia	
12	Sergio Ernesto Barrantes	
13	Alvaro MORA	
14	Francisco Ulloa	
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		

N° de Socios participantes _____



Capacitación Loncofrut

*Creo - capacitación cooperativo Loncofrut.
Comuno Loncoche.*

FECHA:

N°	SOCIO	RUT	FIRMA
1	JULIO MORA		
2	ARNORDO VALENZUELA		
3	JORGE CHAPARRO		
4	ARNOLDO GONZALEZ		
5	DARIO MARIÑAN		
6	SATURNINO LLEVILAO		
7	FRANCISCO JAVIER ULLOA		
8	SERGIO OLAVE		
9	ELIAS CHEUQUELEN		
10	JUAN ANIÑIR		
11	LEONCIO ANTIHUAY		
12	GLADYS VALENCIA		
13	JOSE PEDREROS		
14	JORGE PACHECO		
15	ERNESTO QUINTANA		
16	EXEQUIEL FIERRO		
17	SIGILFREDO BARRIENTOS		
18	MANUEL CABRERA		
19	SERAPIO MENDOZA		
20	ELIANA MALEQUEO		
21	ALADINO ALARCON		
22	HERNAN VILLAR		
23	SANTO NECULPI		
24	MARTA LEPILLAN		
25	MOISES MACHEO		
26	CESAR MACHEO		
27	ANSELMO ANIÑIR ANIÑIR		

OBSERVACIONES

28 Eliana malequeo





Capacitación CEGE, Aspectos Legales

FECHA	11 Mayo 2018
LUGAR	Salón Indop.
ACTIVIDAD	Capacitaciones de Depósitos legales de Gobernaciones

N°	NOBRE AGRICULTOR	RUT	
1	ERNESTO DEL CARMEN QUINTANA ALARCON		
2	SERAPIO DEL ROSARIO MENDOZA RIOS		
3	SIGISFREDO ORLANDO BARRIENTOS BUSTOS		
4	MANUEL ANTONIO CABRERA CABRERA		
5	LEONCIO LAUTARO ANTIHUAY HUENUMAN		
6	DARIO ANSELMO MARIÑAN PILQUIMAN		
7	SATURNINO AURELIO YEVILAO CARIALO		
8	JULIO ARMANDO MORA PALACIOS		
9	FRANCISCO JAVIER ULLOA FERNANDEZ		
10	JUAN ELIAS CHEUQUELEN ANIÑIR		
11	ANSELMO ANIÑIR ANIÑIR		
12	GLADYS ESTER VALENCIA MATAMALA		
13	EXEQUIEL ANSELMO FIERRO FIERRO		
14	JOSE ORLANDO PEDREROS BURGOS		
15	SERGIO FERNANDO OLAVE VIVEROS		
16	ALADINO ALARCON BELTRAN		
17	ELIANA ELCIRA MALIQUEO NECULPI		
18	SANTO CIRILO NECULPI PIGAÑIR		
19	JORGE IVAN PACHECO SAAVEDRA		
20	ARNOLDO ENRIQUE VALENZUELA ALBORNOZ		
21	MARTA ELENA LEPILLAN MALIQUEO		
22	HERNAN RODRIGO VILLAR NORAMBUENA		

23	JUAN BAUTISTA ANIÑIR PICHUN		
24	ARNOLDO ATRICIO GONZALEZ GALLARDO		
25	JORGE ANDRES CHAPARRO MONSALVEZ		
26	CESAR MACHEO GREGORIO MACHEO NECULPI		
27	MOISES MACHEO MACHEO		





LISTA DE ASISTENCIA JUNTA GENERAL DE SOCIOS COOPERATIVA CAMPESINA MAPUCHE
 NAHUELBUTA LIMITADA, 30 de mayo del 2018.

NOMBRE	CEDULA IDENTIDAD	FIRMA
Sipisfrendo Borrientos		
SATURNINO YEVINAO		
Jorge Tachuco S.		
Germán Gonzales		
Manuel Cabeza		
JAVIER ULLOA F.		
Gladys Valencia M.		
Gustavo Quiñán A.		
Julio Riquelme Polanco		
Arnoldo Valencia A.		
HERNAN ULLAGA NORAMBUENA		
Ezequiel Ferro Ferro		
Jose Pedros Burgos		
Jaon Awinir ch.		



ANEXO N° 4

Resumen diagnostico individual



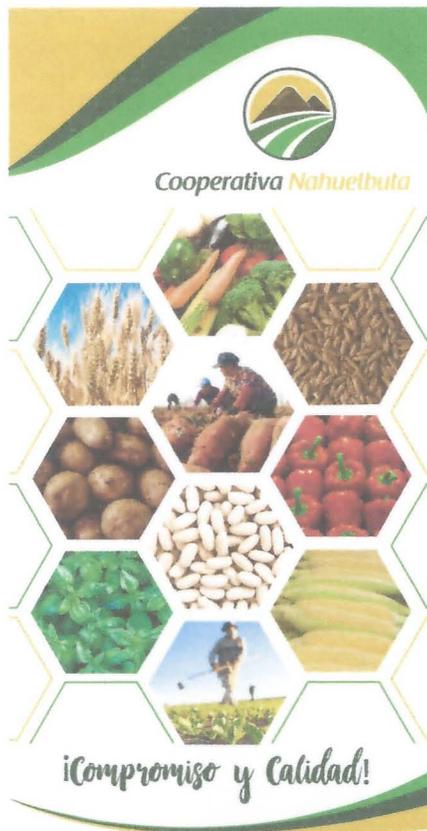
**ANEXO N° 5
RESPALDO IMAGEN CORPORATIVA**

LOGO



Cooperativa Nahuelbuta

PENDÓN



Patrocina:  

www.cooperativanahuelbuta.cl  cooperivanahuelbuta

AFICHE



PAPAS
TRIGO
AVENA
ARVEJAS
POROTOS
CILANTRO
MORRONES
ZANAHORIA

Cooperativa Nahuelbuta

Te invitamos a degustar los más variados productos que ofrece nuestra naturaleza, y que son llevados a su mesa, gracias al esfuerzo de cada uno de nuestros productores. Que día a día trabajan en conjunto y se esmeran para poder entregar productos frescos y de la mejor calidad a sus clientes.

Comprometiéndose con cada uno de ellos. Así como también cuidando el medio ambiente en el desarrollo de sus cultivos.

¡Compromiso y Calidad!

PATROCINA  

• Pasaje Laguna Llanconao 067, Población Londuhue, Coñete.
• www.cooperativanahuelbuta.cl • contacto@nahuelbuta.cl

TARJETAS DE CONTACTO



Cooperativa Nahuelbuta

JULIO MORA PALACIOS.
PRESIDENTE



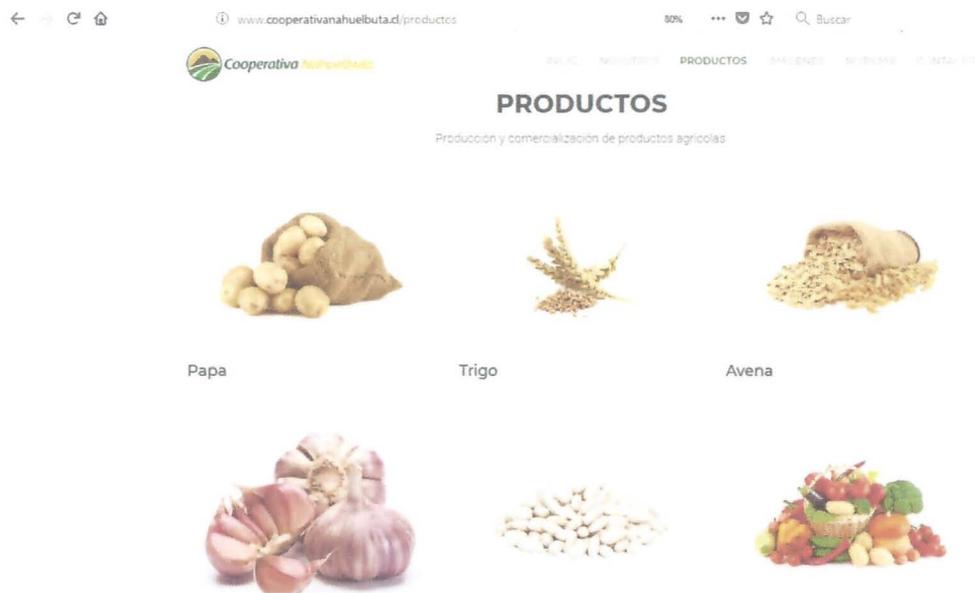


www.cooperativanahuelbuta.cl

ANEXO N° 6
RESPALDO DISEÑO DE PAGINA WEB INSTITUCIONAL

PAGINA WEB

www.cooperativanahuelbuta.cl



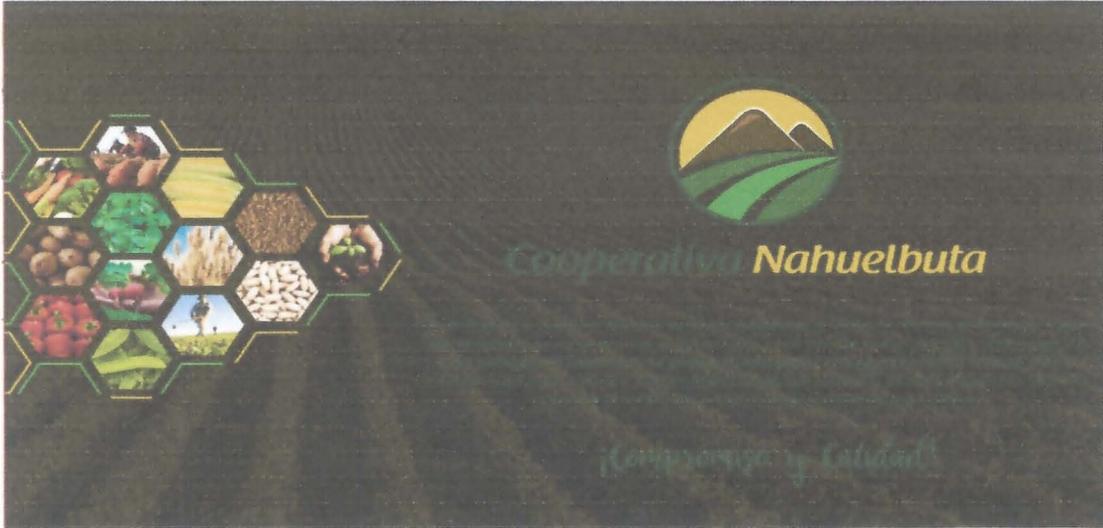
La página web se encuentra enlazada a la red social de Facebook

<https://www.facebook.com/cooperativanahuelbuta>



BANNER PARA PAGINA WEB Y FACEBOOK



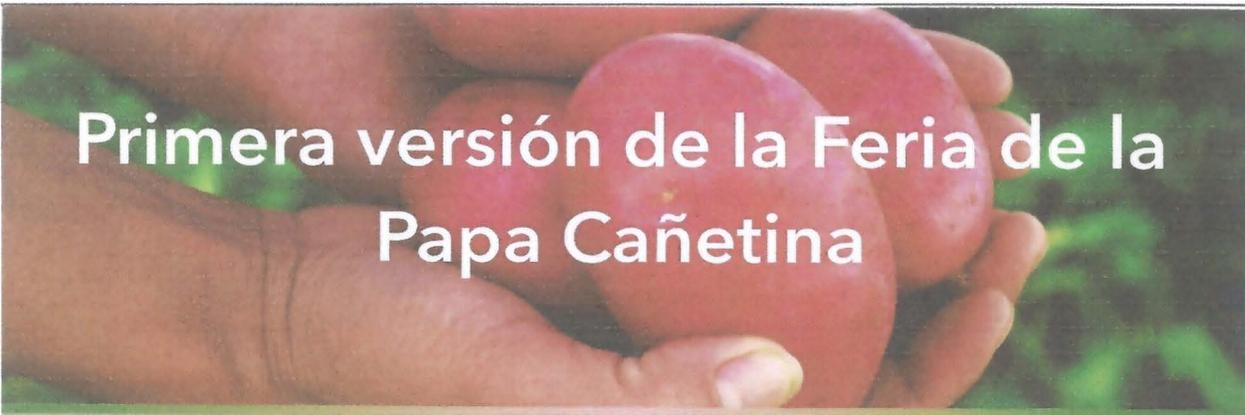


ANEXO N°7
REGISTRO FOTOGRÁFICO PARTICIPACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN
FERIA DE LA PAPA CAÑETINA



Registro fotográfico con Don Jorge Ranodich Barra, alcalde de Cañete, Concejales de la comuna.-





Primera versión de la Feria de la Papa Cañetina

SE EXTIENDE EL PRESENTE DIPLOMA A

COOPERATIVA DE DESARROLLO CAMPESINO MAPUCHE NAHUELBUÏA

Por su destacada participación en la 1era versión de la Feria de la Papa Cañetina, realizada los días 20, 21 y 22 de abril del 2018, en el recinto de la Media Luna, en la ciudad de Cañete.

Alicde
Jorge Radonich Barra

Directora de Desarrollo Comunitario
Claudia Agurto Martínez



ANEXO N° 8 PLAN DE ACCIÓN

Resumen ejecutivo

Cooperativa campesina Mapuche Nabuelbuta, es una organización pequeños productores agrícolas que unen sus productos para comercializar en conjunto.

La cooperativa no cuentan con una estrategias de comunicación, administración y gestión comercial establecida, solo se dispone de apoyo técnico en el área productiva (usuarios de INDAP) lo anterior, afecta la relación con los asociados, además limita las posibilidades de crecer como organización.

La propuesta se centra en la necesidad de mejorar la gestión interna y de negociación, de la cooperativa, para lo cual se pretende desarrollar una serie de acciones tendientes a diseñar un proceso de fortalecimiento interno, que permita a los asociados la incorporación de innovación en la gestión empresarial , productiva y social a través del diseño, elaboración y puesta en marcha de un plan de fortalecimiento de los procesos de gestión organizacional, vinculación entre los asociados, generación de unidades de negocios y un apoyo que apunte a la mejora continua de los procesos productivos y a las exigencias que demanda una organización sustentable.

Al no tener la cooperativa hoy herramientas que permitan mejorar el conocimiento de la situación actual de su organización, se hace complejo el poder generar nuevos servicios que permitan un mejor funcionamiento, el acceso a fuentes de financiamiento y por cierto a nuevos mercados.

Para dar cuenta del cumplimiento de su rol de apoyo y de representación a sus asociados, es necesario confeccionar un plan estratégico de corto y mediano plazo; diseñado, discutido y validado desde los propios asociados.

Los objetivos del trabajo son fortalecer los roles de representación de los asociados, los niveles de asociatividad, de comunicación interna, de conocimiento y de retroalimentación entre los socios, agentes externos y otras organizaciones.

Como resultado se establecerán canales de comunicación validados, manejo de un sistema administrativo propio, un plan de gestión productiva, una estrategia productiva sustentable(Itinerario productivo) y comercial, identificación de brechas y factores que explican la existencia de dichas brechas en diversos ámbitos de la organización interna y su relación con el entorno, su gestión y capacidad de innovación

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Contribuir al desarrollo sustentable de la cooperativa campesina para que fortalezca el rol asociativo, comercializador e innovador mediante la implementación de las acciones definidas en el Plan de Acción

Objetivos específicos

N°	Objetivos Específicos (OE)
1	Establecer un centro de operaciones para la Cooperativa a través de la implementación de una oficina y su equipamiento básico.
2	Construir la identidad de la Cooperativa a través del diseño y confección de la imagen corporativa y una página web.
3	Desarrollar la unidad técnica de la Cooperativa a través del establecimiento de un equipo de profesionales que gestione las acciones para la materialización de nuevas alternativas de comercialización, nuevos rubros, transporte, etc.
4	Incorporar los conocimientos básicos a los agricultores de la Cooperativa a través de la ejecución de un programa de capacitaciones y asesorías en los ámbitos de agroecología y Buenas Prácticas Agrícolas.
5	Lograr la incorporación de una línea de innovación productiva a través del establecimiento de una unidad demostrativa de producción de hortalizas agroecológicas al aire libre y bajo invernadero.

METODOLGÍA

Método 1

Una vez terminado el primer año de ejecución y realizado el proceso de formalización para el segundo año, se gestionará la búsqueda, selección y arrendamiento desde el mes 1 de una oficina comercial ubicada en el centro de la ciudad de Cañete, que cumpla con al menos las condiciones mínimas definidas para las operaciones de la Cooperativa. Ésta debe estar en un lugar central, que posea servicios sanitarios, una superficie que permita albergar al menos dos personas con sus respectivos escritorios, y un espacio para recibir público.

Al mismo tiempo, se procederá a la compra del mobiliario (escritorios, estantes, sillas, etc.) y del equipamiento básicos (computador, impresora, proyector, telón, teléfonos, etc.) necesario para el desarrollo de las actividades administrativas y de gestión de la empresa Cooperativa.

De esta forma, se debe considerar el pago de los gastos básicos asociados a la mantención de la oficina (luz, agua, teléfono, etc.) y gastos generales de funcionamiento (artículos de oficina).

Es importante dejar presente que el resultado obtenido será el pilar fundamental para la construcción de un plan de acción a corto y mediano plazo.

Principales actividades

:

- 1 jornada de trabajo presentando el programa y de recolección de información que permita conocer al grupo objetivo y sus necesidades.
- Reuniones de trabajo entre la directiva por año.
- Jornada grupal de capacitación, evaluación y proyección de los socios

Método objetivo 2:

La metodología diseñada para la ejecución de esta propuesta técnica buscará transferir conocimientos y habilidades aplicadas y probadas directamente por los empresarios, asesorados por un profesional de alta experiencia y conocimiento. Esta metodología tiene por filosofía, aprender haciendo, por lo cual la programación de actividades se realiza desde su propia experiencia y respetando sus habilidades y hábitos emprendedores, logrando con esto definir las fortalezas presentes en la propia cooperativa esto quiere decir que todo lo que se refiere a lograr la convicción que lo que se debe cambiar, es posible hacerlo ya que todos son parte importante de la cooperativa

La imagen corporativa de una empresa, es la percepción que tienen los clientes de ella y a la que asocian determinados valores: identidad, confianza, credibilidad, responsabilidad social y medioambiental, seriedad etc. Para que la imagen corporativa funcione, debe transmitir y saber reflejar la identidad de la Organización y tener un diseño acorde a ello, que provoque interés en el consumidor.

Mediante el estudio de un profesional especializado en publicidad y diseño gráfico se determinará el concepto de identidad de la Organización en base a las características sociales, culturales y del entorno del grupo de agricultores. Posteriormente, se

diseñará la imagen corporativa que represente de mejor forma los atributos de la Organización, junto con la confección de la papelería asociada (tarjetas de presentación, sobres, trípticos, etc.).

Al mismo tiempo, se diseñará y desarrollará una página web institucional con la información básica de la Organización, los productos que se comercializan, entre otros, inserto en un formato digital de fácil manejo y actualización.

Método objetivo 3:

En la actualidad la Cooperativa no cuenta con una unidad técnica de profesionales que estén desarrollando acciones para la gestión de la comercialización tendientes a buscar canales de venta más atractivos económicamente, que considere la logística, transporte de los productos, entre otros. Además, se requiere fortalecer el área administrativa para hacer más eficientes los procesos operacionales de la Cooperativa, junto con desarrollar nuevos rubros productivos e innovadores, incorporar nuevas tecnologías (riego, mecanización, etc.), acceso a programas de fomento, entre otros.

Para esto, se requiere realizar la contratación de un profesional relacionado al agro y un apoyo administrativo que comenzarán a operar desde el mes 1 del proyecto.

Su esquema de trabajo estará supeditado al Plan de Acción definido para la Cooperativa en el primer año y trimestralmente será evaluado en su funcionamiento con relación al cumplimiento de metas e hitos.

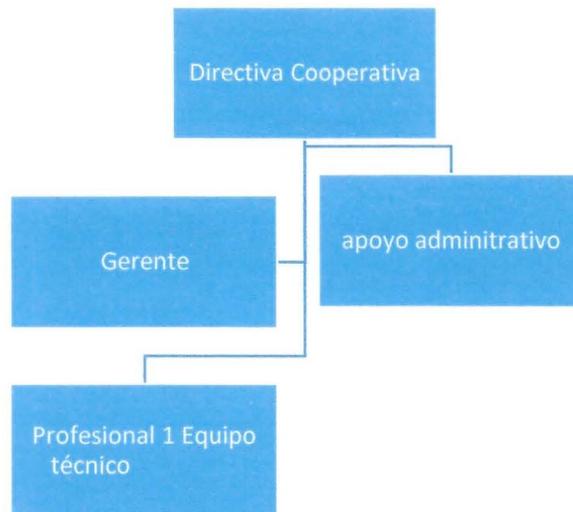
Dentro del esquema de la Cooperativa, el organigrama será el siguiente:

Se diseñará permanentemente como medio de transferencia y difusión, una estrategia comunicacional enfocada a los asociados, para fortalecer su relación con las autoridades locales, regionales y otros aliados estratégicos.

El plan de comunicación despliega una serie de herramientas comunicacionales necesarias ir sensibilizando a los actores directos e indirectos que son parte del problema

En relación a las actividades específicas, se ha previsto

-Reuniones de trabajo y de generación de alianzas con las organizaciones involucradas en el proyecto o cualquier otro medio.



Método objetivo 4:

Son parte importante del trabajo cooperativo la ejecución de una serie de actividades tendientes a buscar el fomentar la asociatividad, la vinculación y el acceso a redes de apoyo por parte de los empresarios insertos, además de trabajar temáticas requeridas plan de trabajo a corto y mediano plazo, que les permitan Incorporar los conocimientos básicos a los socios de la Cooperativa a través de la ejecución de un programa de capacitaciones y asesorías en los ámbitos de contabilidad, cooperativismo, acceso al mercado digital, producción orgánica (agroecología) y Buenas Prácticas Agrícolas, entre otras temáticas requeridas al avanzar en la ejecución del programa.

Para dar cumplimiento con el objetivo se proponen las siguientes actividades las cuales independientes de la temáticas, se considera que son un pilar fundamental en la etapa de aprendizaje en común y fortalecimiento de una organización.

-Talleres de capacitación y/o asesoría grupales: En estas actividades los énfasis centrales estarán dados por la entrega y acceso de información y conocimientos para los asistentes, donde se espera la participación de actores relevantes del rubro en el territorio.

-1 Gira Técnica: Estas acciones de intervención buscan que los empresarios insertos en el proyecto conozcan la experiencia de una cooperativa (Chiloé) con agricultores con lo que ellos se identifiquen y le entreguen su experiencia, que les permitan evaluar su estado actual y les inviten a proyectarse e incorporar innovaciones que otros empresarios, ya llevan a cabo con éxito. Además de conocer prácticas de gestión y comercial que hoy se llevan a cabo en el mercado.

Método objetivo 5:

Para cumplir con este objetivo se diseñará e implementará una unidad productiva demostrativa de hortalizas al aire libre y bajo invernadero bajo un formato agroecológico, que deberán cumplir con un itinerario técnico que contemple el uso de diversos bioinsumos que sean preparados en forma artesanal y que puedan ser replicados por cualquier agricultor (compost, lombricompost, bocashi, bioles, harinas de rocas, etc). Dentro de esta unidad, se establecerán sub parcelas demostrativas

que permitan comparar cuantitativa y/o cualitativamente los efectos de algunas técnicas específicas (uso de distintos biofertilizantes, preparaciones de suelo, dosis, etc.). Se acompañará todo el proceso mediante visitas periódicas en terreno del equipo técnico.

La unidad demostrativa contemplará una superficie de 300 m² al aire libre y 140 m² bajo invernadero, tipo capilla, en diferentes esquemas de producción (camas altas, melgas, etc.) bajo riego tecnificado (goteo o exudación). Idealmente deberá estar ubicada en algún predio de fácil acceso perteneciente a algún agricultor perteneciente a la Cooperativa. El detalle del diseño estará sujeto al predio elegido en cuestión.

En cada una de estas actividades tomarán una gran importancia los componentes de participación activa de los agricultores y el “aprender haciendo” a través de la elaboración en conjunto de bioinsumos, diseños prediales, soluciones productivas, etc.

Finalmente, se realizarán evaluaciones de productividad y calidad de los productos, junto a indicadores de sustentabilidad agroecológica en el sistema productivo. Finalmente se realizara una Actividad de cierre, con la entrega de los resultados y las tareas futuras.

Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.					
Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ¹ (RE)	Indicador ²	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)
1	1	Una oficina operando con equipamiento básico implementado	Oficina VS actividades realizadas ella	No se cuenta con oficina	1 oficina
2	2	Imagen corporativa desarrollada	Diseño de imagen y folletería	0 %Logotipo y folletería asociada	Logotipo y folletería asociada
2	3	Diseño y Página web institucional operando en la red internet	Página web operativa en internet	0% página web	1 página web
3	4	Unidad técnica operando dentro de la Cooperativa bajo plan de acción	Cumplimiento de indicadores de plan de acción	Cumplimiento de indicadores de plan de acción	100% de cumplimiento de indicadores de plan de acción
3	5	Nuevos canales de comercialización para el mercado de la papa y otro asociados a plan de acción	Nº de canales de venta nuevos	Cumplimiento de nuevos canales indicados en plan de acción	100% de cumplimiento de nuevos canales indicados en plan de acción
4	6	Programa de capacitaciones y asesorías ejecutado	Numero de talleres proyectados v/ número de talleres realizados	Actualmente no se han desarrollado talleres de capacitación	Desarrollar a lo menos 3 talleres de capacitación en el año

5	7	Establecimiento de unidad demostrativa bajo estándares agroecológicos	Una unidad demostrativa al aire libre y una bajo invernadero de hortalizas agroecológicas	Unidad demostrativa aire libre y una bajo invernadero	Unidad demostrativa aire libre y una bajo invernadero
---	---	---	---	---	---

Potencial de impacto

Los indicadores de impacto productivos, económicos y comerciales pueden ser: ingreso bruto, costo del producto/servicio, precio de venta del producto/servicio, rendimientos productivos, venta de royalty, redes o nuevos canales de comercialización, entre otros.

La cooperativa campesina cuenta con importante número de agricultores que conocen a la perfección la producción agrícola y ganadera, por un lado cuentan con el conocimiento y habilidades necesarias del cultivo, por el tiempo que lo han realizado y por otro, un número de jóvenes que quieren trabajar en recuperar este patrimonio y por ello aprender esta producción.

Como otra oportunidad de carácter económico, es importante destacar que existe una creciente moda o demanda por volver a lo natural, de consumir productos libres de contaminantes y bajo procesos productivos agroecológicos. La alimentación sana tiene un creciente mercado que valorar la calidad por sobre el precio, lo que facilita la incorporación de este producto, también en la zona existen una serie de fiestas típicas y encuentros culinarios, dónde se demandan y es factible comercializar estos productos. Como así también existe un creciente mercado del turismo rural, una demanda de comida típica y dónde estos productos son un componente importante.

N°	Indicador impacto productivo, económico y/o comercial	Línea base del indicador ³	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta ⁴
1	Canales de ventas y difusión utilizados habitualmente, v/s estrategias publicitarias y de marketing a aplicar	Actualmente los agricultores presentan grandes falencias en la comercialización de sus productos, no manejan estrategias de ventas ni han desarrollado estrategias de marketing para entrar de una manera más competitiva al mercado (solo venden a conchencho quienes se llevan gran parte de las utilidades de la siembra)	Con el diseño de una imagen corporativa, una estrategia de marketing y publicidad asociada al uno de los productos, se pretende aumentar los ingresos por el precio de venta del kilo de papa.

Los indicadores de impacto social pueden ser: número de trabajadores, salario de los trabajadores, nivel de educación, integración de etnias, entre otros.

La zona de Cañete, Tirúa y Los Álamos, se caracteriza como la proveedora de la mejor papa de Chile. Los socios de la cooperativa aportan con la semilla de papa certificada para un importante número de productores de papas de las regiones 5ta, 6ta y 7ma Región. El contar con una variedad local de semillas nativas, permitirá que esta variedad ingrese al consumo sobre todo en el mercado de productos orgánicos y gourmet.

N°	Indicador impacto social	Línea base del indicador ⁵	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta ⁶
1	Semillas de cada variedad tradicional de papas nativas	<p>La Variedades de papa más usadas en el rubro corresponden a: Patagonia; Desiré, Karu; Cornado, Yagana, Pucara, Meñique y semillas Nativas.</p> <p>Nos encontramos que el 71% de los agricultores utiliza semilla de papa de la variedad Patagonia, indicando el buen resultado obtenido e indican que siembran la papa desire por las características de sabor dejándola para consumo. Dos agricultores (descendencia Mapuche) siembra las variedades de semillas nativas (meñique) los que siembran prácticamente para el consumo , contando con una reducida cantidad de papa para semilla a disposición para la venta</p>	Se espera el aumento en la producción de Semillas de papas nativas para venta de al menos 2 agricultores más, logrando instalar el producto en los puntos de venta de semillas de papas.

Los indicadores de impacto medio ambientales pueden ser: volumen de agua utilizado, consumo de energía, uso de plaguicidas, manejo integral de plagas, entre otros.

En los pequeños productores agrícolas que son parte de la Cooperativa campesina, existe una clara conciencia, necesidad y valoración de la importancia de seguir trabajando la tierra tal como lo hacían sus ancestros y específicamente de la necesidad de reinsertar a los sistemas productivos productos tradicionales, toda vez que la incorporación de variedades exógenas, han sido parte de los factores que han generado cambios importantes en la afectación de muchos recursos naturales.

Un factor importante, que es necesario de destacar, es que existe en la zona una disponibilidad de superficie cultivable entre los propios socios, el cual ponen a disposición para ir haciendo cambios en las labores agrícolas, en la disminución de superficie sembrada con aplicación de productos químicos y el rescate de semilla nativa araucana (meñique), para fines comerciales. Sumado a esto incorporar productos orgánicos en la superficie en la cual la cooperativa tiene semilleros de papas y dar sentido más sustentable a la misión de la cooperativa.

Los indicadores de impacto productivos, económicos y comerciales pueden ser: ingreso bruto, costo del producto/servicio, precio de venta del producto/servicio, rendimientos productivos, venta de royalty, redes o nuevos canales de comercialización, entre otros

N°	Indicador impacto medio ambiental	Línea base del indicador ⁷	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta ⁸
1	Mayor cantidad de agricultores que trabajan de manera diferenciada los tipos y por lo tanto hacen conservación	0 % de capacitación y/o conocimiento de los beneficios agroecológicos	Se espera que el total de universo de socio maneje conceptos, beneficios y formas de cultivar de manera agroecológica en todos sus cultivos.
2	Superficie sembrada con productos químicos v/s superficie sembrada con productos orgánicos	La superficie productiva de los agricultores encuestados (32) corresponde a 377,49 hectáreas, de estas el 58% está destinada a la producción de papas con variedades de consumo, para lo cual el 100% de los asociados utiliza en la etapa de siembra productos químicos.	Se espera que en un plazo mínimo de 2 años, a lo menos 3 agricultores utilicen solo bio insumos en sus siembras, esto proyectando mejorar el precio, bajar los costos de producción y entrar al mercado más exclusivo.

ANEXO N°**Listado telefónico socios**

NOMBRE	RUT	TELEFONO
JULIO MORA		
ARNOLDO VALENZUELA		
JORGE CHAPARRO		
ARNOLDO GONZALEZ		
DARIO MARIÑAN		
SATURNINO YEVILAO		
FRANCISCO JAVIER ULLOA		
SERGIO OLAVE		
ELIAS CHEUQUELEN		
JUAN ANIÑIR		
LEONCIO ANTIHUY		
GLADYS VALENCIA		
JOSE PEDREROS		
JORGE PACHECO		
ERNESTO QUINTANA		
EXEQUIEL FIERRO		
SIGILFREDO BARRIENTOS		
MANUEL CABRERA		
SERAPIO MENDOZA		
ELIANA MALEQUEO		
ALADINO ALARCON		
HERNAN VILLAR		
SANTO NECULPI		
MARTA LEPILLAN		
MOISES MACHEO		
CESAR MACHEO		
ANSELMO ANIÑIR ANIÑIR		

ANEXO N° 10
Informe Diagnóstico



PRE-INFORME
SITUACION DIAGNOSTICA
COOPERATIVA CAMPESINA
MAPUCHE NAHUEL BUTA

Código del Proyecto: PYT-2016-0798

CAÑETE, 7 de JUNIO de 2017

PRESENTACION DE LA COOPERATIVA

La COOPERATIVA CAMPESINA DE DESARROLLO CAMPESINO MAPUCHE NAHUEL BUTA, nace el 26 de enero de 2015, por escritura pública bajo el nombre de fantasía "Cooperativa Campesina Mapuche Nahuelbuta", con domicilio en la comuna de Cañete con duración indefinida. Con el objetivo de dedicarse a la compraventa, distribución, producción y transformación de bienes, productos y servicios relacionados con la actividad silvoagropecuaria y agroindustrial, con el fin de procurar un mayor rendimiento de ella.

Se encuentra inscrita en el registro de cooperativas con el rol 5036, con su personalidad jurídica vigente

Su último consejo de administración, electo con fecha 22/07/2015 está compuesto por

- Presidente: Julio Mora Palacios
- Secretario: Arnoldo Valenzuela Albornoz
- Tesorera: Eliana Maliqueo Neculpi
- Director: Héctor Baeza Huilipan
- Director : Saturnino Yevilao Carilao
- Director :Aladino Alarcón Beltrán

En sus inicios la Cooperativa contaba con 27 cooperados, posteriormente ingresan nuevos socios quedando un universo de 42 pequeños productores agrícolas, del rubro papa de las comunas de Cañete, Los Álamos y Tirúa. De este universo, a la fecha se han producido renunciaciones de agricultores por motivos personales, principalmente por migración a otras ciudades.

Antecedentes Generales del Territorio de la Cooperativa

La Provincia de Arauco es una de las cuatro provincias de la Región del Biobío. Limita al norte con la provincia de Concepción, al oriente con la de Biobío y la de Malleco, al sur con la Provincia de Cautín y al oeste con el Océano Pacífico.

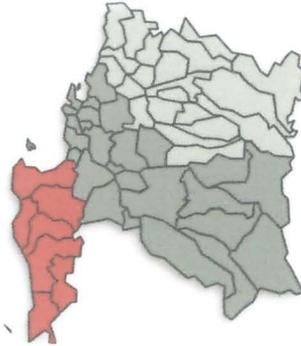


Figura 1. Ubicación de la Provincia de Arauco

Se ubica al sur de Concepción y comprende una superficie total de 5.643 km². De las 7 comunas que posee la Provincia, la Cooperativa tiene presencia a través de sus cooperados en 3: Cañete, Los Álamos y Tirúa.

El clima es mediterráneo con influencia oceánica, los máximos de precipitaciones se registran en el este de la provincia por el efecto orográfico de la cordillera de Nahuelbuta, estas llegan a 1.900 mm en Contulmo y a más de 3.000 mm en las altas cumbres donde caen en forma de nieve entre mayo y septiembre. La cercanía al mar ejerce una acción moderadora sobre las fluctuaciones de temperatura, no mostrando grandes diferencias entre el día y la noche. Asimismo, la humedad relativa es bastante alta durante el transcurso del año. El régimen hídrico es húmedo y no se encuentran meses con sequía limitantes para el crecimiento de especies agrícolas, aunque en los meses de diciembre, enero y febrero la evapotranspiración supera a los aportes de precipitaciones, cuestión que se ha ido intensificando con los períodos de sequías de los últimos años.

Los suelos agrícolas predominantes corresponden a suelos de terrazas marinas antiguas, evolucionadas de material granítico. Son suelos profundos, suavemente

ondulados y de fertilidad baja a moderada. Además, se encuentran suelos de formación reciente de material aluvial en los pequeños valles de la Provincia. Del total de la superficie de la Provincia, sólo cerca de un 1,5% corresponde a suelos de Clase III y IV, correspondiendo el resto a las clases VI, VII y VIII, dando una clara idea de la aptitud ganadera y forestal predominante que presenta este territorio.



PRESENTACION DEL PROYECTO

El proyecto pretende mejorar la organización interna y generar el desarrollo de acciones de manera asociativa tendientes a mejorar la gestión y el desarrollo de habilidades blandas, para que en una segunda etapa de ejecución del proyecto, se pueda lograr una cooperativa más sólida, con capacidades de negociación, con un sistema administrativo funcionando y con un diseño estratégico que les permita llegar de una manera más competitiva a las mesas de negociación.

El proyecto además pretende impulsar diversas iniciativas para reducir las brechas comerciales, productivas y de gestión que les impide el acceso a mayores cuotas de mercado, considerando que las principales dificultades tienen que ver con los deficientes canales de comercialización y promoción de su producto.

ETAPA DE DIAGNOSTICO

Todas las organizaciones necesitan conocer su situación. Las organizaciones son racionalmente planificadas, pero desde el momento que se forman están sujetas a realizar cambios permites, ya que todas as organizaciones están compuestas por individuos, que son seres que van cambiando su comportamiento en la medida que avanza el tiempo y sus necesidades van cambiando.

Para levantar información diagnóstica se debe conocer cuál es la situación actual de la organización, como se relacionan entre los asociados, como funcionan los dirigentes y que potencialidades puedes ser explotada, así como cuáles son las dificultades que enfrenta la organización.

El diagnóstico organizacional permitirá conocer las diferentes fortalezas y debilidades, los procesos internos y al identificarlos se transformaran en oportunidades que la organización deberá aprovechar para los fines que la organización haya definido para sí.

Para iniciar el proceso se trabajó en una primera etapa de reconocimiento de las comunas y las distancias que separan a cada asociado. Se consulta además, sobre la manera de relacionarse tanto entre los socios como la red de apoyo más cercana y posteriormente la que requieren para fortalecer a la cooperativa campesina.

Se diseñan 3 fichas, que abarcan temáticas distintas, para que en una visita se aborden de manera simple áreas de interés.

1.-Ficha levantamiento información organizacional

a.-Datos personales y de identificación

b.-Datos de la ubicación y redes de apoyo

c.-Debilidades y fortalezas

d.-Expectativas

e.-Evaluación a sus dirigentes y sistema de liderazgo

g.-Y un genograma

2.- Ficha de levantamiento productivo

2.1.-Georeferenciación de los predios

2.2.-Infraestructura productiva

2.3.-otros

3.-Ficha levantamiento información sobre producción de papa

Esta etapa consta de un levantamiento de información, por medio de la aplicación de una ficha que recoge antecedentes relevantes en distintos ámbitos, de forma tal de poder identificar las distintas brechas de competitividad que presentan los distintos emprendimientos y el conjunto de la oferta.

De la entrevista:

La entrevista se realiza en su hábitat, principalmente donde se encuentra ubicado su predio y a través de preguntas simples se busca recopilar el máximo de información sin intimidar al agricultor. Se le comunica que se grabará la entrevista y se tomarán fotos del empresario, del predio y de la entrevista.

El tiempo de duración es de 2 horas.



En una segunda etapa se requiere trabajar en el levantamiento de información grupal, con los dirigentes para conocer su sistema de liderazgo, su proyecto de trabajo, sus debilidades y las proyecciones para el año 2.

Posterior a la recolección de datos se llevara a cabo un análisis de la información y se sintetiza la información relevante para posteriormente subdividirla en temáticas:

- 1.-En preocupaciones
- 2.-Areas de problemas
- 3.-Acciones posibles de realizar

Lo que justifica iniciar el trabajo con esta actividad, es principalmente que no existe un diagnóstico acabado de la situación actual de la organización, si cuentan con un diagnostico productivo elaborado para un programa de Indap.

Por ello con esta etapa se pretende identificar las principales deficiencias, como también fortalezas en los ámbitos productivos, de gestión y comercial que marcan las brechas de competitividad que presentan los distintos emprendimientos.

Una vez tabulada esta información y en virtud de las respuestas de los asociados respecto a su voluntad, disposición y tiempo para poder participar, sumado al resultado de análisis técnico de la visita, se procedió a la identificación de los 34 empresarios activos que serán los integrantes del proyecto.

Otro aspecto importante de esta etapa y de la forma en que se levantó la información, dice relación a que fue posible in situ, observar la dinámica y funcionamiento de cada asociado y la visión que cada uno tiene de la cooperativa campesina.

De la cooperativa y sus socios.

La situación actual corresponde a 34 socios vigentes y 8 que han presentado o presentaran la renuncia a la cooperativa.

De este universo de 34 socios vigentes, se aplicaron fichas recolectoras de información arrojando los siguientes resultados.

-Del universo de 34 productores(as) vigentes, 4 de ellos son mujeres con el 11,7% de la cobertura total, las cuales cumplen con los mismos requerimientos y características productivas de los hombres y el 88,3% corresponde a un universo masculino.

En relación a la distribución por etnia, el 41% es descendiente Mapuche, miembro de una comunidad y del 59% restante nos encontramos con conyugues que tienen la calidad de indígena. (Dato no levantado)

-La ubicación geográfica donde residen se centra en las comunas de Cañete, Tirúa y los Álamos.

TABLA DE PRODUCTORES(AS) SEGÚN UBICACIÓN DEL PREDIO

LOCALIDADES	MUJERES	HOMBRES	TOTAL PRODUCTORES
CAÑETE	0	5	5
CAYUCUPIL	2	7	9
HUAPE	0	2	2
LLENQUEHUE	0	1	1
PANGUE	0	2	2
PASO LOS NEGROS	0	2	2
PICHILLENQUEHUE	0	1	1
POCUNO	0	1	1
PONOTRO	1	4	5
PULEBU	1	0	1
SAN RAMON	0	2	2
SARA DE LEBU	0	1	1
TIRUA	0	1	1
TRANAQUEPE	0	1	1
TOTAL	4	30	34

El cuadro nos representan el número de productores de papas, distribuidos por sexo y sector de residencia de las 3 comunas intervenidas por la Cooperativa Campesina. Datos que representados nos indican que la mayor concentración de productores con residen o tienen sus predios en el sector de Cayucupil, comuna de Cañete le sigue los sectores de Ponotro y cañete.

El perfil predominante de los cooperados es el correspondiente al de agricultura familiar campesina en la producción de alimentos, acreditados por INDAP,

Los socios se reúnen mensualmente de acuerdo a lo estipulado en los estatutos, on el objetivo de mantenerse informados de las actividades realizadas.

Superficies y tenencia de la tierra

La superficie productiva de los agricultores encuestados (32) corresponde a 397,04 hectáreas, de las cuales 192,76 ha son propias del mismo agricultor y/o su cónyuge, 137,7 ha se encuentran bajo la figura de sucesión, 22,83 ha en mediería y 18,75 ha bajo arriendo. Más abajo se muestra gráfico porcentual con el tipo de tenencia sobre el total de la superficie contenida por los agricultores.

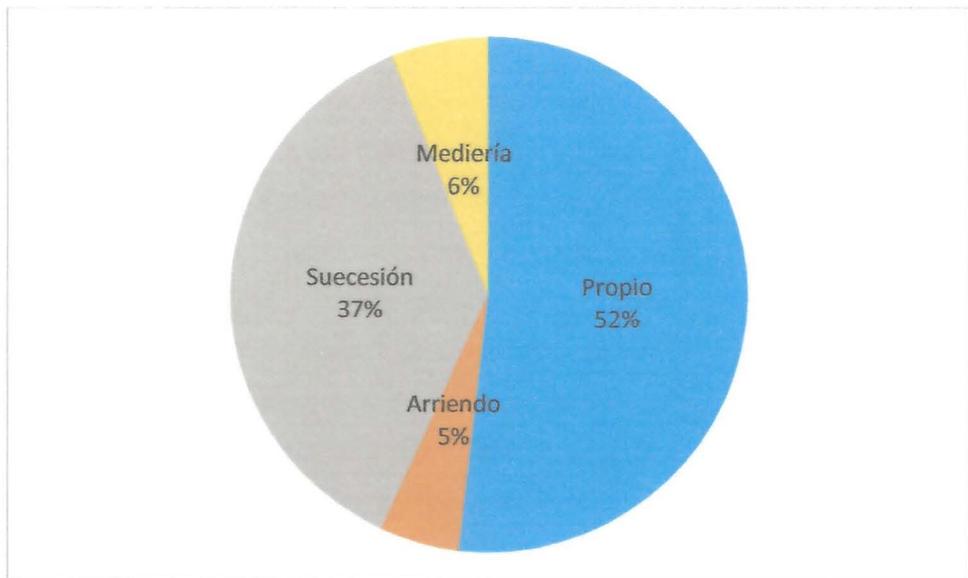


Gráfico 1. Distribución del tipo de tenencia de los agricultores

Según se observa, la mayoría de los predios informados corresponden a terrenos propios (52%) y un 37% de ellos a predios en sucesión. Esta situación ha sido presentada por los agricultores como restricción para realizar inversiones definitivas en algunos predios, tales como inversiones en riego, bodegas y otros.

Por otra parte, prácticamente el 87% de las unidades productivas posee una superficie mayor a 1,1 hectárea, lo cual abre más oportunidades al grupo para desarrollar nuevos emprendimientos productivos enmarcados en una integralidad predial multirubro.

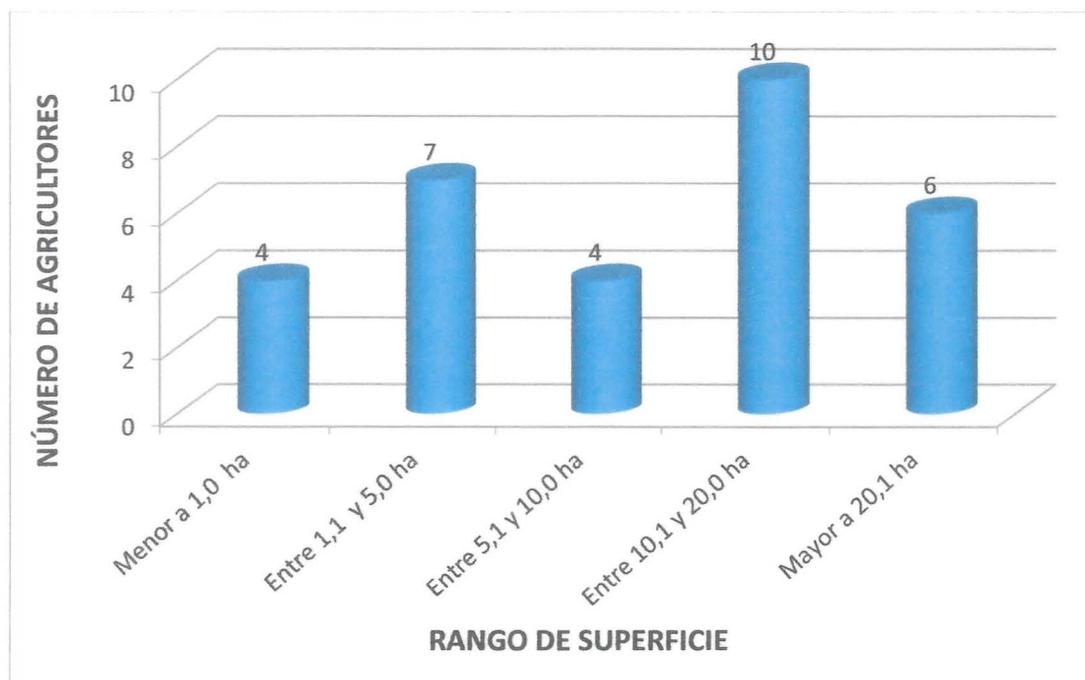


Gráfico 2: Agricultores (N°) según cinco rangos de superficie física.

Rubros productivos principales

Las principales especies trabajadas en superficie en la actual temporada que fueron declaradas por los agricultores de la Cooperativa son praderas naturales y establecidas (49,46%), plantaciones forestales (17,74%) , papas (15,42%), trigo (4,69%) y avena (4,27%). El resto de las especies ocupan una superficie menor, pero comercialmente más atractivas en algunos casos (hortalizas, frambuesas y flores) que las especies principales.

Cuadro 1. Especies cultivadas por agricultores de Cooperativa

Especie	Superficie (ha)	Porcentaje (%)	Productores (N°)
Papas	58,2	15,42%	29
Avena	16,1	4,27%	13
Trigo	17,7	4,69%	11
Legumbres	3,75	0,99%	9
Hortalizas	1,0	0,26%	5
Frutales mayores	0,5	0,13%	2
Frambuesas	0,31	0,08%	2
Flores	0,03	0,01%	2
Pradera natural y establecida	186,7	49,46%	25
Bosque nativo	26,25	6,95%	5
Pino y eucaliptus	66,95	17,74%	14
Total	377,49	100,00%	32

El listado de las especies trabajadas por los agricultores da cuenta de la configuración de los sistemas productivos de la mayoría de los asociados. Así, se puede observar la gran preponderancia que tiene la ganadería tradicional y el rubro forestal dentro de las economías prediales, ocupando cerca del 74,1% del total de la superficie, los cuales se asocian a negocios de baja rentabilidad.

Dentro de los cultivos agrícolas, la papa ocupa el primer lugar con cerca del 15,4% de la superficie y un 90% de los agricultores que la cultivan, impregnando el eje central de la Cooperativa como productora de papas. Lo anterior, sumado a los bajos precios de este producto en el mercado ha generado una fuerte crisis económica en el conjunto de productores que forman la Cooperativa, llevando a muchos a replantearse la continuidad en el cultivo para las futuras temporadas. Este fenómeno hace buscar nuevas oportunidades de negocio en el mismo rubro agrícola, donde la figura de la Cooperativa puede marcar un importante rol.

La avena forrajera y grano, el trigo y las legumbres se encuentran asociadas a cultivos de autoconsumo principalmente, tanto para consumo humano como animal, vendiéndose una baja proporción de la cosecha a terceros. En general, no se consideran atractivos económicamente por la mayoría de los agricultores.

Por otro lado, los cultivos con menor incidencia tanto en superficie como en número de agricultores son los que han ido dando mayores réditos comerciales en el último tiempo (hortalizas, flores, frambuesas y frutales mayores), lo que ha ido generando un aumento paulatino en el interés productivo por parte de algunos agricultores.

Como se señaló anteriormente, dentro del grupo de agricultores existe una vocación ganadera muy importante, en cuanto gran parte de la superficie de las unidades productivas están destinadas al pastoreo animal. Del diagnóstico se puede desprender la información relacionada a las existencias animales por cada agricultor, como se muestra en el cuadro a continuación

Cuadro 2. Existencia de animales según agricultores de Cooperativa

Ganado	Cabezas	N° agricultores	Promedio
Vacunos	228	21	10,9
Ovinos	148	8	18,5
Porcinos	72	12	6,0
Equinos	11	6	1,8
Caprinos	2	1	2,0
Aves	693	28	24,8

De este cuadro, se puede observar que gran parte de los participantes de la cooperativa poseen aves (28), vacunos (21), porcinos (12) y ovinos (8), que en forma individual representan un bajo número de cabezas por agricultor, pero que en la sumatoria general puede representar una forma de aumentar la capacidad de negociación a través de la Cooperativa y, eventualmente, generar nuevas alternativas de negocio a desarrollar por la organización. El resto del ganado participa en baja proporción con relación al total de los encuestados.

Fuentes de agua y tipos de riego

La mayoría de la producción declarada está enmarcada dentro de una agricultura de secano (98,3%). Sólo 8 productores utilizaron agua de riego para alguno de sus cultivos productivos esta última temporada a través de sistemas tecnificados (aspersión, goteo, manguera, motobomba y surcos), que en su mayoría adolecían de algún grado de precariedad en su funcionamiento. Los cultivos asociados a riego fueron hortalizas, flores, semilleros de papas y papas. Por otra parte, 21 agricultores declararon utilizar agua de riego para sus huertas caseras, usando como fuentes, agua potable rural, vertientes, canales y pozos. En total, la superficie afecta a riego sólo cubrió el 1,7% del total de la superficie utilizada por los productores.

Cuadro 3. Menciones de agricultores y superficie bajo riego

Destino de producción	N° Agricultores	Superficie (ha)
Cultivos comerciales	8	6,04
Huertas Caseras	21	0,5
Total	29	6,54

A pesar de la baja superficie que se encuentra actualmente bajo riego, muchos de los agricultores mencionan la posibilidad real de poder acceder a distintas fuentes de agua para incorporar terrenos de secano a riego. Muchos de los agricultores ya cuentan con estas fuentes de abastecimiento, pero que por falta de recursos, poca información y falta de asesoramiento no han podido implementar. Muchos de ellos cuentan con derechos inscritos por lo cual se puede generar una buena alternativa para optar a los fondos de fomento a la inversión en riego a través de la Comisión Nacional de Riego o INDAP, acompañado en la mejora tecnológica de los cultivos a regar.

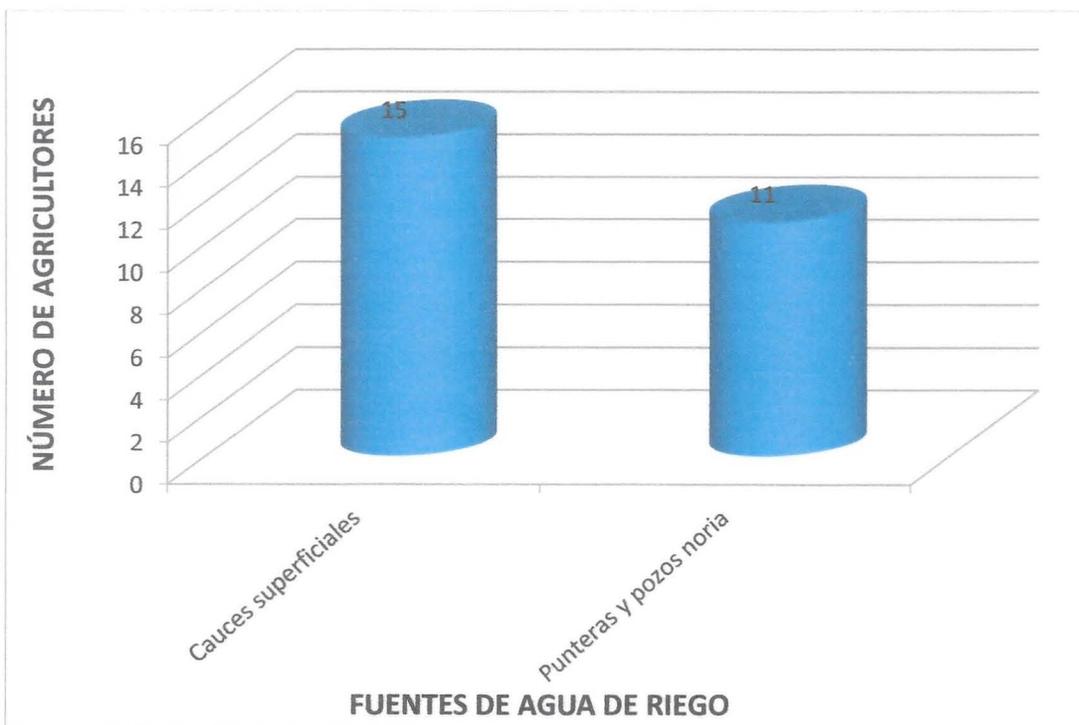


Gráfico 3. Fuentes de agua mencionadas por agricultores

Del total de agricultores, 15 declaran poder abastecer algún sistema de riego a través de cauces superficiales tales como, ríos, canales de riego, estero y/o vertientes, mientras que 11 señalan que lo pueden hacer a través de punteras y/o pozos norias. Dentro de la superficie futura potencial de riego estimada por cada productor que cuenta con alguna fuente de abastecimiento, se calcula que se podría llegar a unas 50,4 hectáreas bajo algún sistema de riego tecnificado.

Características de los cooperados y cooperadas

El grupo de beneficiarios propuestos corresponde a 32 pequeños/as productores/as del rubro Papas. Sólo 5 socios directos son mujeres con el 18,75% de la cobertura total las que han desarrollado su negocio con el apoyo directo de sus hijos y/o cónyuge.

En relación a la formalización, el 12,5% de los agricultores (4) cuenta con iniciación de actividades en primera categoría en el giro agrícola. Por otra parte, 3 agricultores poseen iniciación de actividades en primera categoría en otras áreas comerciales y 5 con iniciación en segunda categoría. El resto de los agricultores (62,5%) no ha iniciado actividades ante el Servicio de Impuestos Internos..

CONCLUSIONES PRELIMINARES

Toda la información levantada, permite contar con una Línea Base de los empresarios de manera tal de poder conocer sus niveles productivos, sus capacidades de manejo de redes, sus niveles de inserción en mercados y principalmente los niveles de calidad presentes en las empresas del turismo. Esto, además permitirá realizar, una vez finalizado el primer año de ejecución, un análisis comparativo por medio del acortamiento de brechas, si se ha dado cumplimiento a los objetivos específicos planteados para el presente año de ejecución

Terminada la primera etapa tenemos que:

- Contamos con una alta participación y disponibilidad de los asociados para facilitar y/o entregar información del funcionamiento en sus empresas, esto a su vez ha permitido establecer confianzas y un conocimiento sobre la realidad del turismo en la zona.
- La dispersión geográfica tanto en el aspecto económico, sumado a la mala conectividad entre los distintos sectores no ha sido una limitante para el cumplimiento de los objetivos planteados. Sin embargo, es necesario considerar que los sectores rurales se conectan aun por caminos de tierra, trumao en verano y greda en invierno, impidiendo el paso de vehículos en algunos de sus tramos, pudiendo afectar negativamente la participación de asociados que utilizan esas rutas, principalmente por cortes de camino,
- Una de las brechas presentes y necesarias a considerar en el trabajo futuro es el bajo conocimiento de la oferta pública principalmente en la red de fomento. Si bien es cierto, las empresas que participan en alguna red de trabajo que les han permitido acceder a proyectos de inversión, estos no han entregado herramientas, conocimientos técnicos, capacidades y competencias que permitan acceder a la oferta de manera individual.
- El que los empresarios conozcan las brechas que ellos tienen en relación a los aspectos básicos que mide la norma (organización, marketing, publicidad y servicios generales e infraestructura) y la posibilidad de desarrollar un plan de trabajo destinado al fortalecimiento organizacional ,les permitirá a las empresas, acceder a mercados más competitivos.

- Este sector presenta un potencial importante de crecimiento y con necesidad de definir y posicionar oferta en un nivel más competitivo, lo cual nos da una oportunidad para diseñar una plan de trabajo que promueva dicho proceso e instale a la zona como uno de los principales productores de papas del país

ANEXO N° 11
COMERCIALIZACIÓN PAPAS CON GENDARMERIA

ANEXO N° 12
PROYECTO ADJUDICADO, CONSTRUCCIÓN DE BODEGA