



TALLER DE IMAGEN CORPORATIVA

Boris González

OFICINA DE PARTES Y FIA.	
RECEPCIONADO	
Fecha	17 DIC 2018
Hora	15:34
Nº Ingreso	53370



¿QUIEN SOY?

Boris
GONZÁLEZ

Publicidad / Marketing

Resumen

Administrador de empresas. Posee más de 23 años de experiencia en servicios de Marketing y Publicidad para empresas e instituciones de la región de Los Ríos y del país. Profesional integral en estrategia publicitaria, **identidad corporativa**, **sitios web**, producción de eventos empresariales, edición de video, maquetación 3D, entre otros. Ganador del concurso internacional **logotipo** de Valdivia Capital Americana de la Cultura 2016. Actualmente, es presidente de Los Ríos Convention Bureau y es el organizador de ENBIGA, evento turístico de trascendencia internacional. Socio fundador de EfectoVisual, Los Ríos Convention Bureau, Valdivianos sin Basura, Cámara de Turismo de Valdivia.

<https://www.youtube.com/watch?v=xbiNbDassok>





1. IDENTIDAD CORPORATIVA

es el conjunto de manifestaciones físicas que identifican a la entidad. Incluye el logotipo, imagotipo, colores corporativos, tipografía principal y secundaria, el tamaños de reducción, aplicaciones, etc.

No responde a gustos, sino a los objetivos, mercado objetivo



¿CUAL ES LA DIFERENCIA ENTRE IMAGEN CORPORATIVA E IDENTIDAD CORPORATIVA?

IDENTIDAD CORPORATIVA

La identidad corporativa o identidad visual (IVC) es la manifestación física de la marca, hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

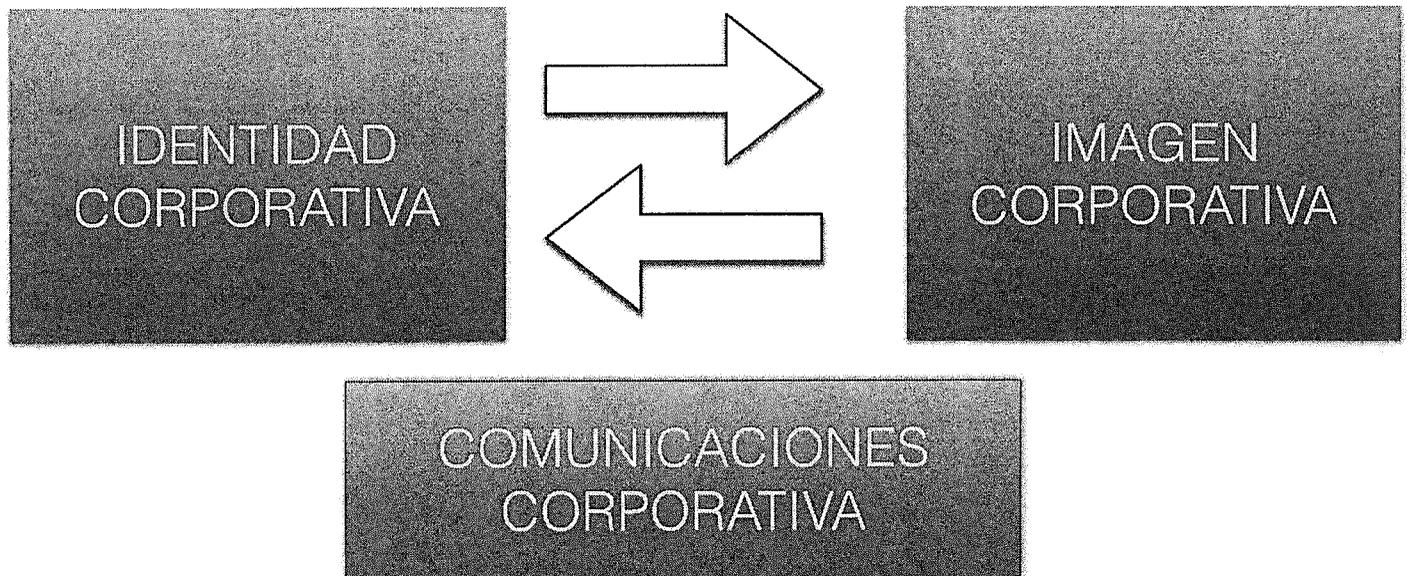
IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una empresa "significa", la creación de esta es un ejercicio en la dirección de la percepción, es creada utilizando principalmente campañas comunicacionales para la concepción de lo que una empresa desea proyectar.

→ Taller de Identidad corporativa



¿CUAL ES LA DIFERENCIA ENTRE IMAGEN CORPORATIVA E IDENTIDAD CORPORATIVA?



➔ Taller de Identidad corporativa

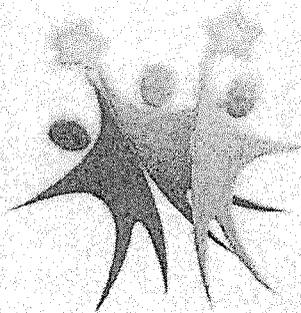


¿QUE ES UN LOGO?

Un logotipo —coloquialmente también llamado logo— es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial, un proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada.

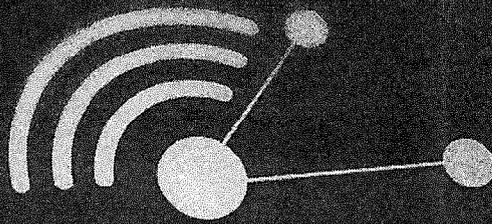


INNOVACOOP
DESARROLLO · ECONOMIA SOCIAL



FORLAB

FORMACION LABORAL



HAPTICUS

— INTERNET OF THINGS —



RINVA

Núcleo de Investigación en Riesgos
Naturales y Antropogénicos

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN

2. EL RIESGO NATURAL

3. EL RIESGO ANTHROPOGENICO

4. EL RIESGO COMBINADO

5. CONCLUSIONES

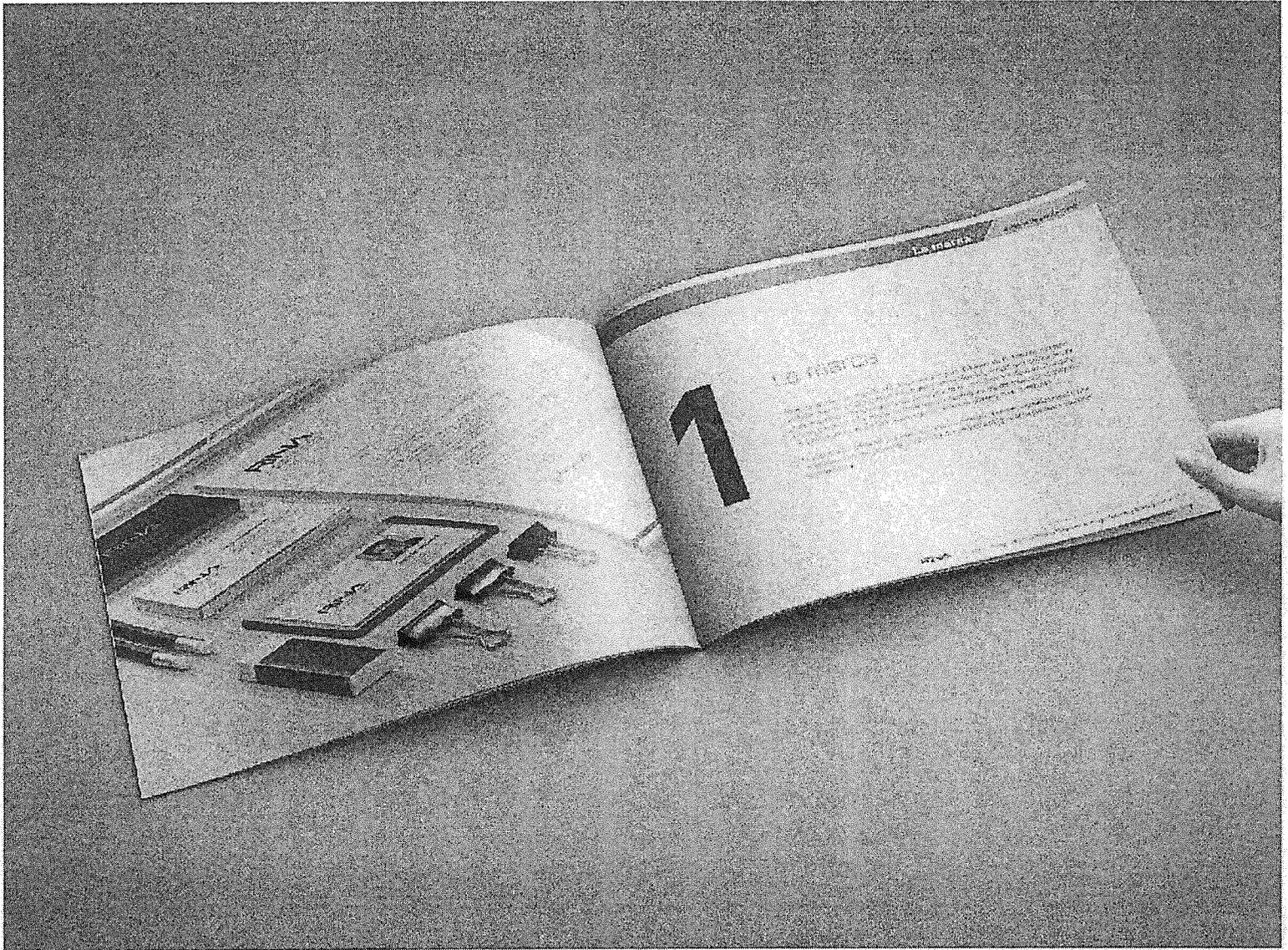
6. REFERENCIAS

7. ANEXOS

8. GLOSARIO

9. INDICE ALFABETICO

10. INDICE NUMERICO



1

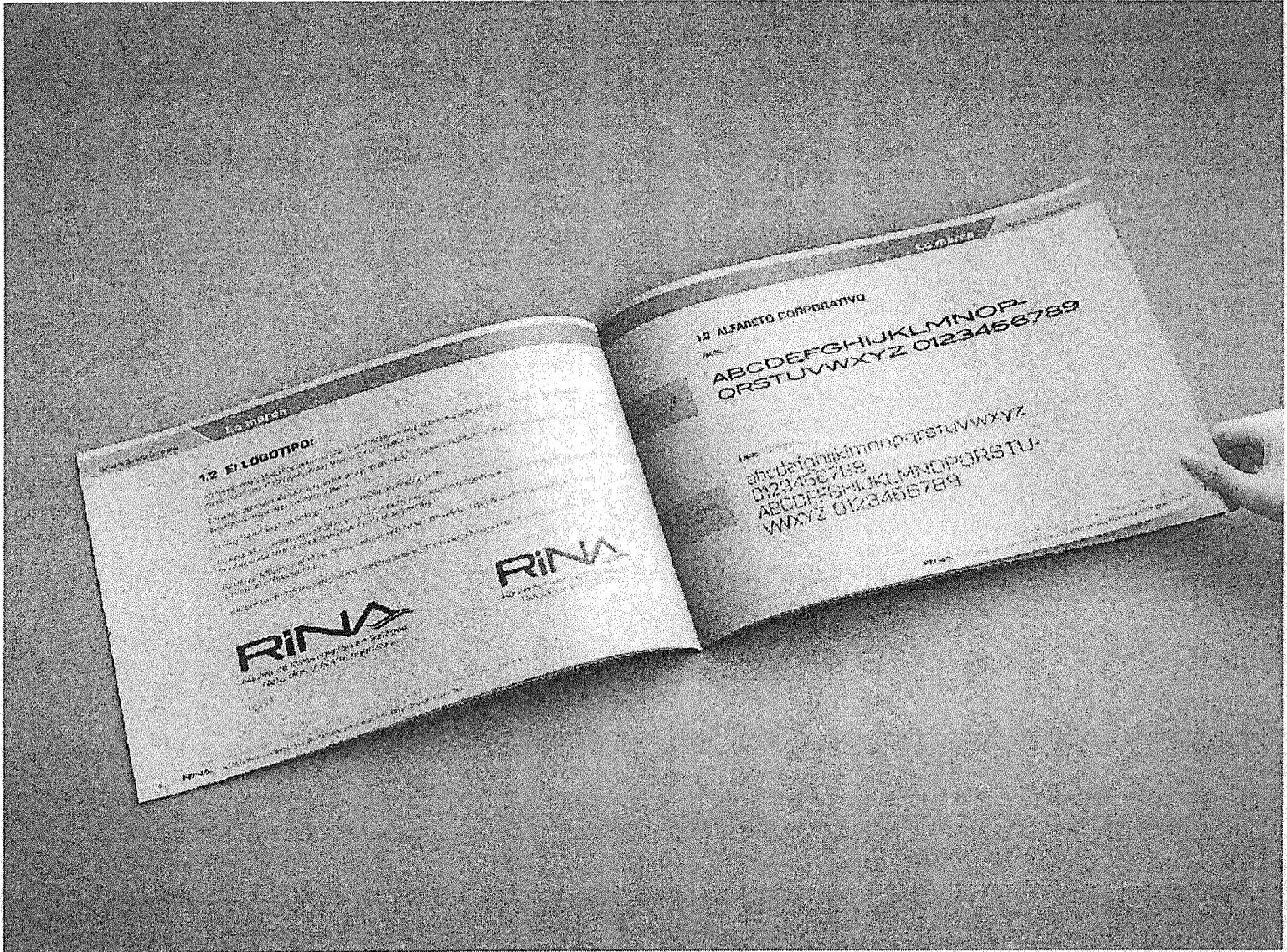
La marca

La marca comercial se utiliza para distinguir en el mercado productos, patentes, servicios, establecimientos, actividades y comerciales. La principal característica de una marca es que debe ser capaz de distinguir un producto que existe en el mercado, a fin de que el consumidor o usuario diferencie un producto que existe dentro de la misma especie e idéntica que existen en el mercado.

El registro a la Oficina de Patentes de la Unión Comercial le permite mejorar la calidad y valor de sus actividades, al darle un carácter de propiedad y tener su prestigio e identidad.

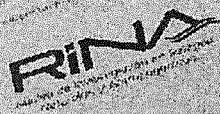
RINA

Región de la Unión Comercial - Oficina de Patentes y Servicios



1.2 El LOGOTIPO

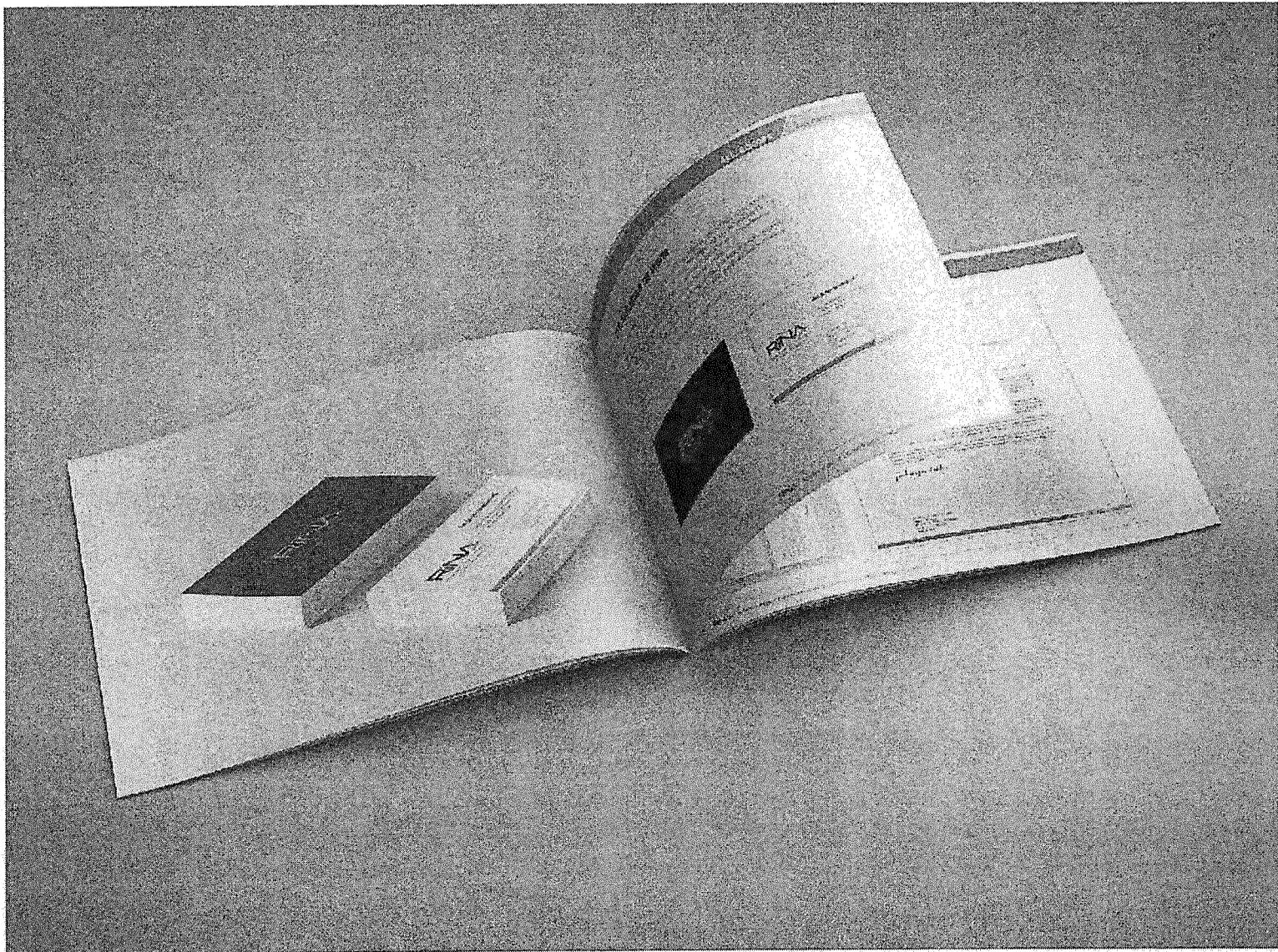
El logotipo es el elemento gráfico que identifica a una empresa o institución. Su función principal es comunicar el nombre de la entidad de forma clara y concisa, así como transmitir los valores y la personalidad de la misma. Un buen logotipo debe ser memorable, fácil de reconocer y adaptable a diferentes formatos y colores.

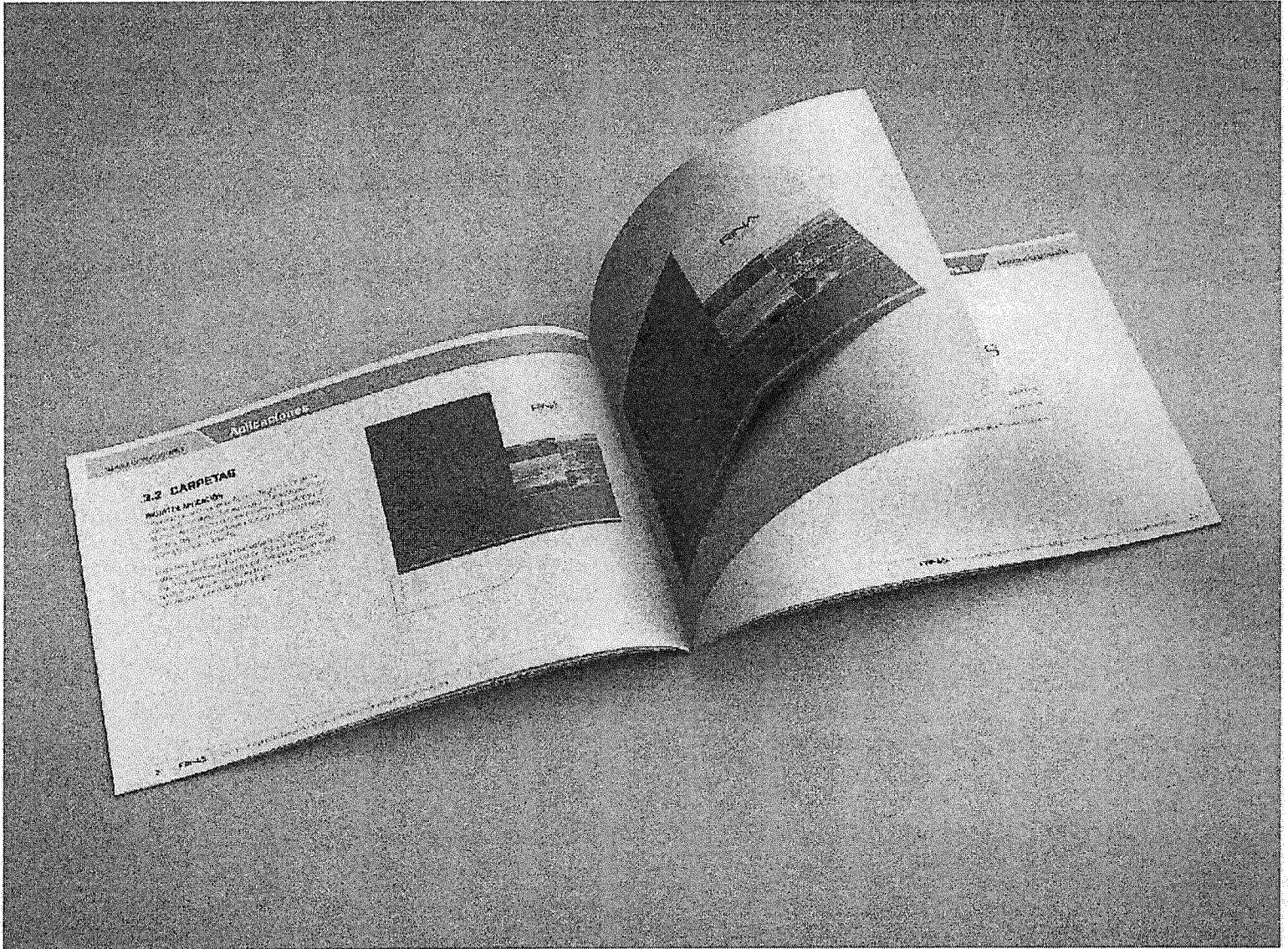


1.3 ALFABETO CORPORATIVO

ABCDEFGHIJKLMN OP
QRSTUVWXYZ 0123456789

abcdefghijklmnpq rstuvwxyz
0123456789
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU
WXYZ 0123456789





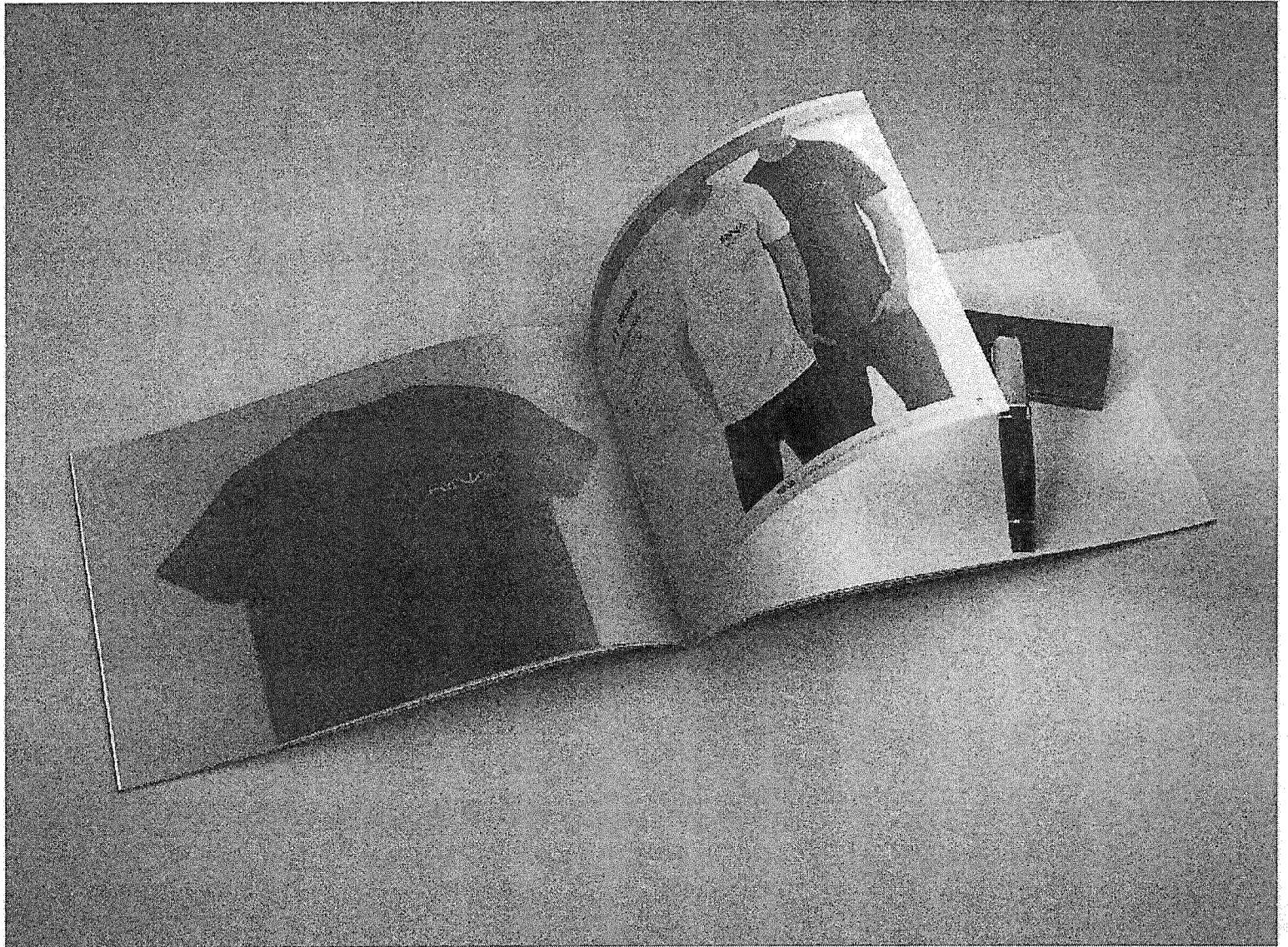


RINA
Red de Inversión en Recursos
Naturales y Ambientales

RINA

INICIATIVAS

RINA
Red de Inversión en Recursos
Naturales y Ambientales



→ Taller de Identidad corporativa



¿QUE ES UNA MARCA?

Es todo signo susceptible de representación gráfica, capaz de distinguir en el mercado; productos, servicios, o establecimientos comerciales o industriales.

Las marcas pueden consistir en una palabra (marca denominativa) o combinación de palabras (marca mixta), cifras; letras; símbolos; dibujos (marcas figurativas) y hasta signos auditivos (marcas sonoras).

→ Taller de Identidad corporativa

¿QUE ES UNA MARCA?

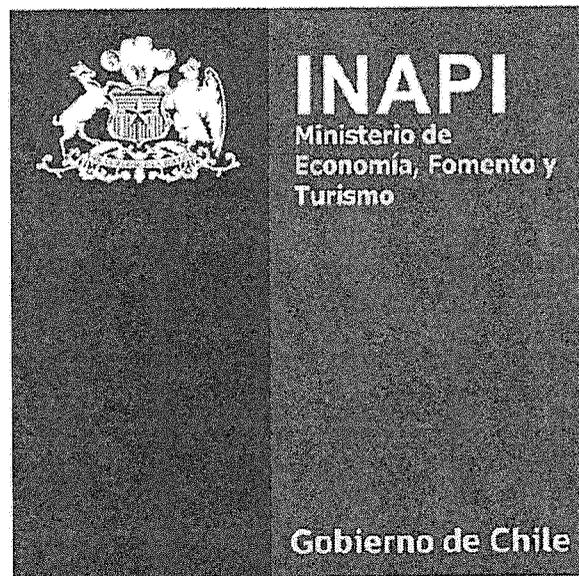
<https://www.youtube.com/watch?v=EliInK2-7rA>



⇒ Taller de Identidad corporativa



EN CHILE



→ Taller de Identidad corporativa



¿QUE ES EL BRANDING?

El branding de marca o de empresa es el proceso mediante el cual se construye una marca, comprendiendo este como el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores inherentes a la marca y por la que esta será identificada por su público. Por ello, cada paso que da la empresa hasta convertirse en una marca rápidamente reconocible por sus clientes debe analizarse y seguir una estrategia previa.



<https://www.youtube.com/watch?v=rE1PZdl7IqQ>

Le damos al
Branding...
con Ignacio Jaén

cubo-3

→ Taller de Identidad corporativa



2.

ETAPAS DEL PROCESO DE CREACION DE UNA IDENTIDAD

➔ Taller de Identidad corporativa



ETAPAS DE CREACIÓN DE UNA IC



→ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



QUE ES UN BRIEFING

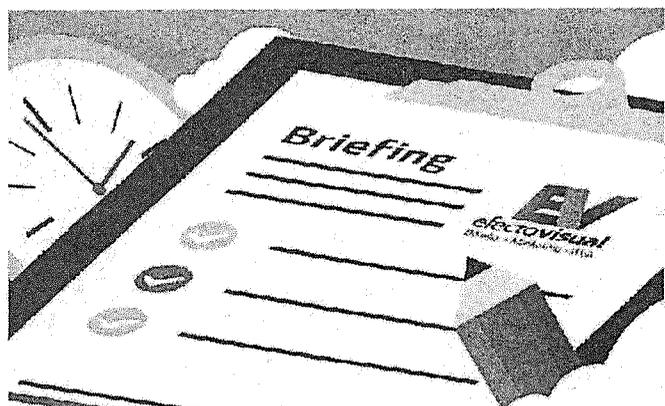
Un brief o briefing es un documento que contiene la información e instrucciones detalladas para realizar un plan creativo con el objetivo de solucionarle una situación al cliente mediante estrategias; es decir, con este informe se define oficialmente el trabajo que se deberá realizar.

→ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING

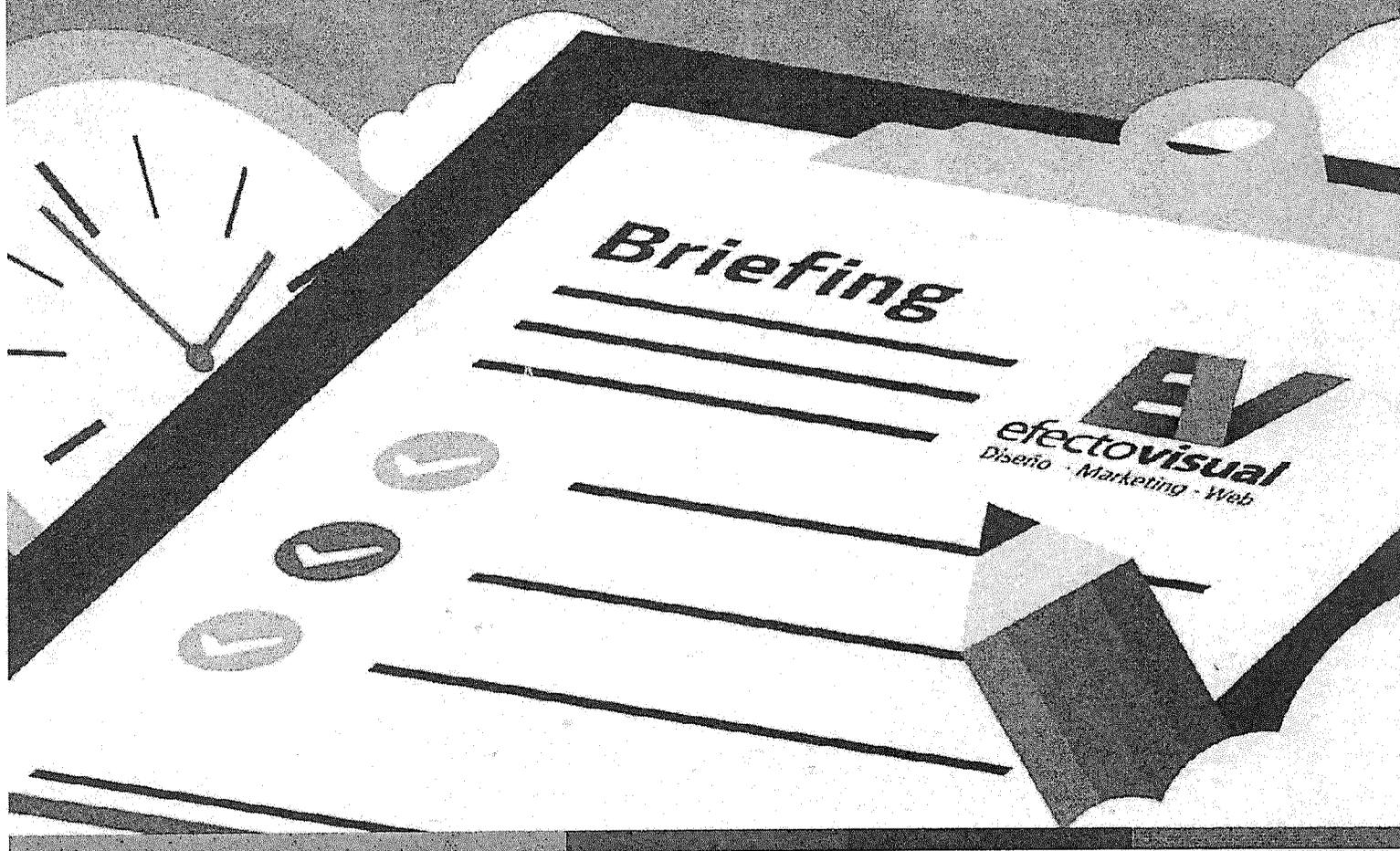


QUE ES UN BRIEFING



Un brief o briefing es un documento que contiene la información e instrucciones detalladas para realizar un plan creativo con el objetivo de solucionarle una situación al cliente mediante estrategias; es decir, con este informe se define oficialmente el trabajo que se deberá realizar.

CONFECCION DEL BRIEFING



→ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



1. Antecedentes generales

Aquí un poquito de historia...

➔ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



2. Antecedentes específicos

Un poquito sobre el negocio y del requerimiento ¿En que quieres que necesitas ayuda específicamente?

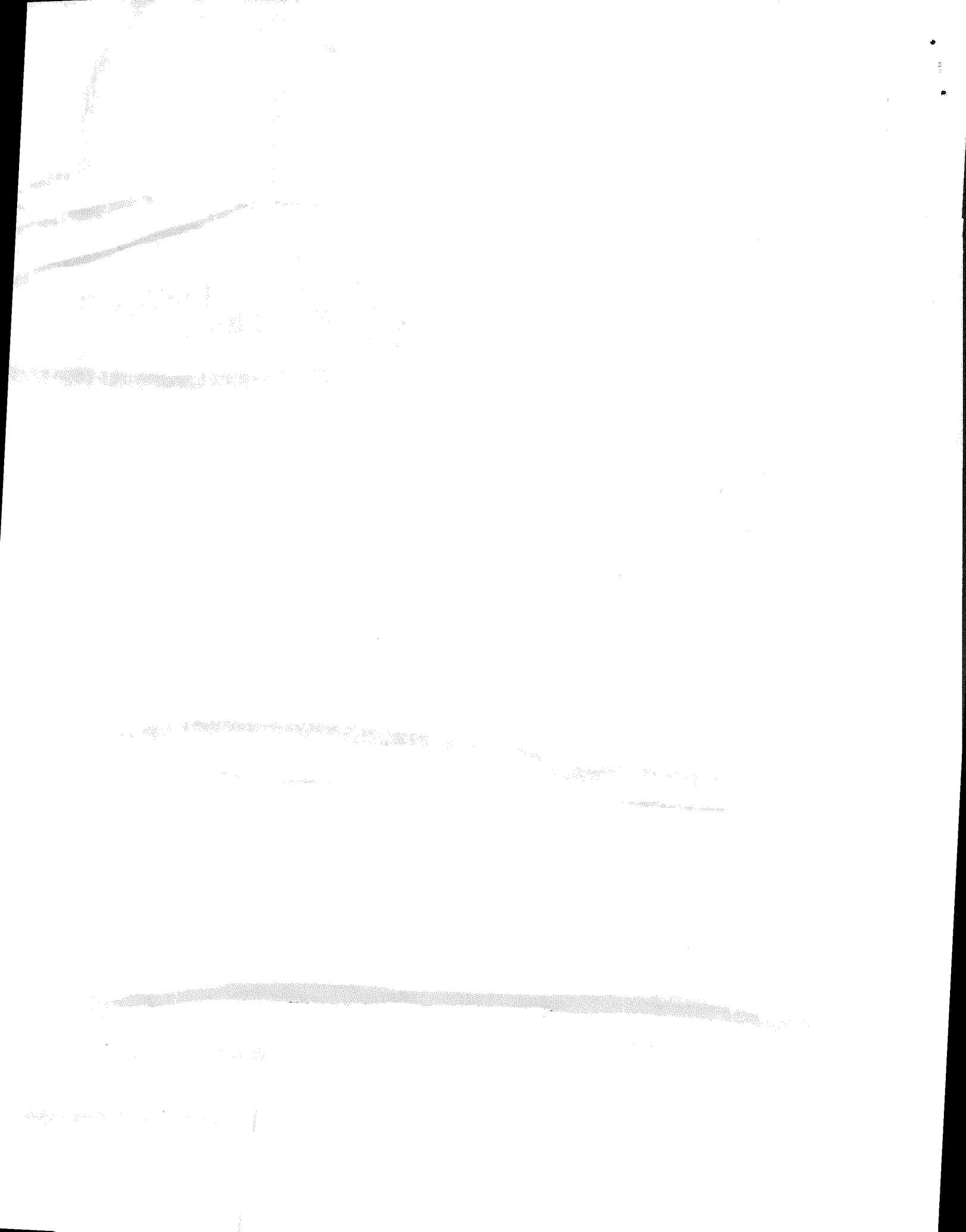
► Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



3. Objetivo de creación de imagen visual

¿Que quieres lograr con tu imagen?



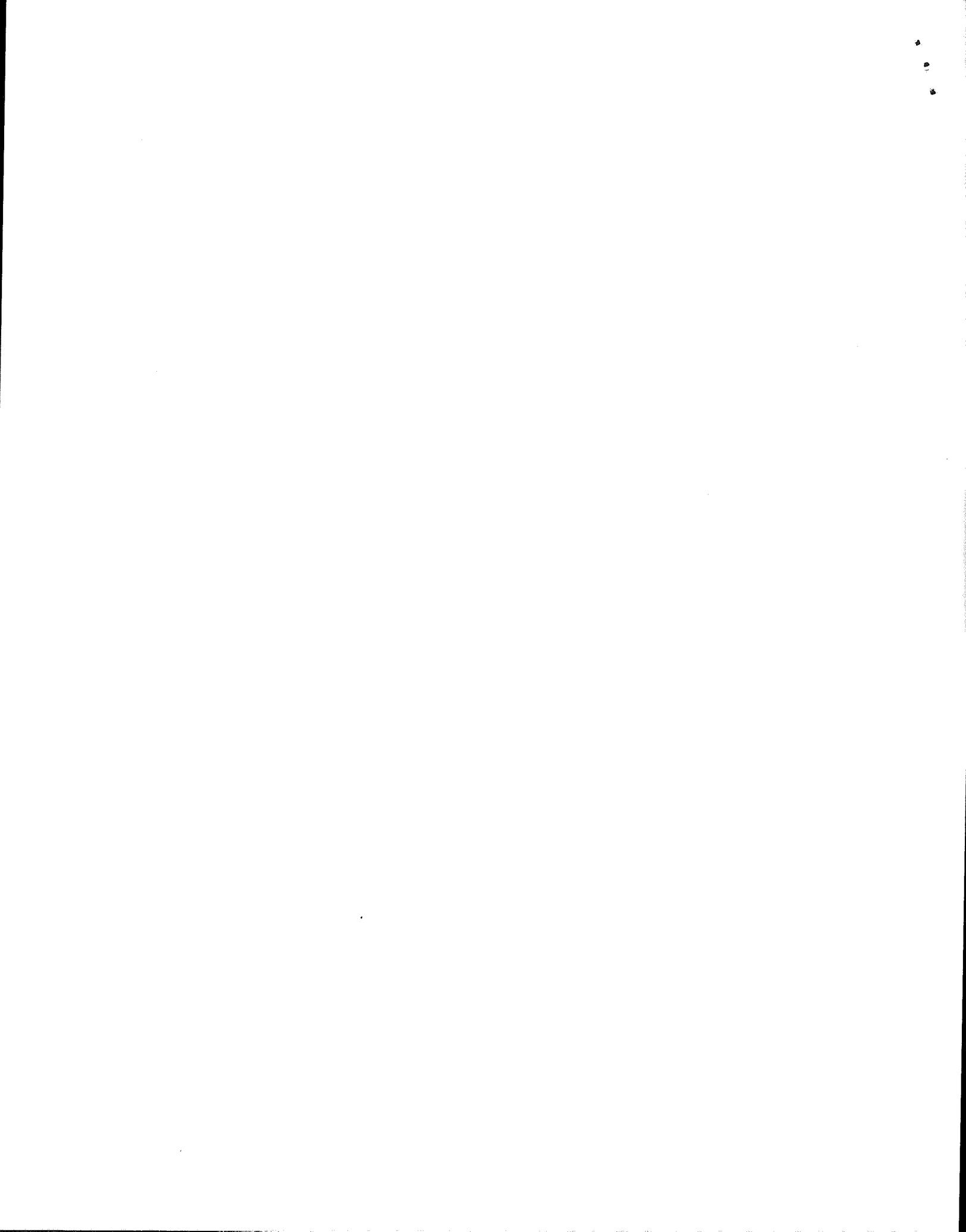
→ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



4. Grupo Objetivo

Sobre tus clientes, un poco de su perfil, comportamiento, lo que buscan...



→ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



5. Estrategia Creativa: (argumentos para apoyarla)

Ideas base para crear ¿Qué vendes realmente? ¿cuál es el beneficio?
Seguro no es solo tu producto o servicio...

→ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



6. Respuesta deseada por el consumidor

Que quieres que provoque tu imagen? Esto va muy asociado al perfil del cliente ¿Quieres una imagen moderna? ¿Clásica? ¿Trasgresora?

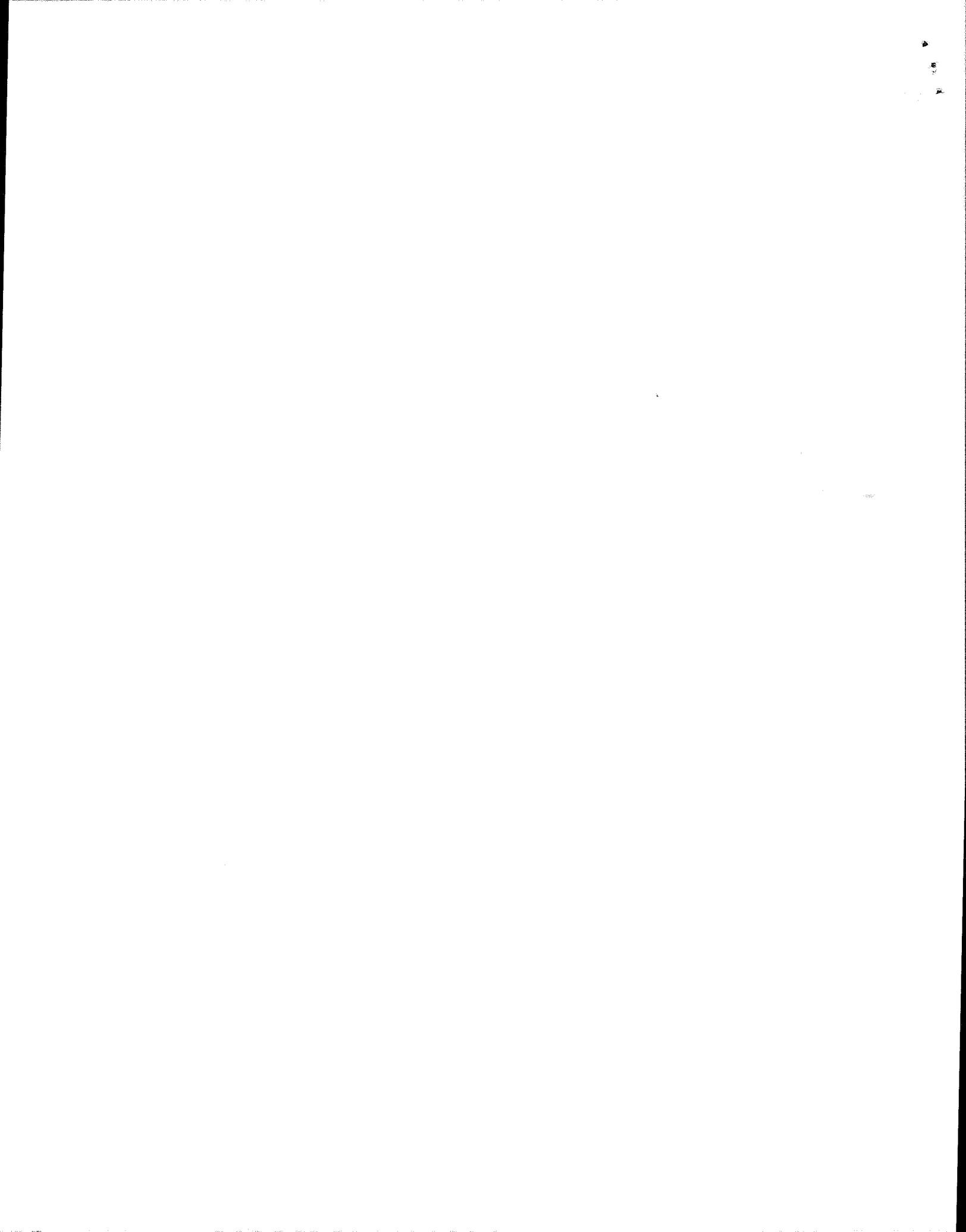
→ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



6. Respuesta deseada por el consumidor

Que quieres que provoque tu imagen? Esto va muy asociado al perfil del cliente ¿Quieres una imagen moderna? ¿Clásica? ¿Trasgresora?



➔ Taller de Identidad corporativa

1. BRIEFING



7. ¿Para cuando debe estar listo el trabajo?

➔ Taller de Identidad corporativa

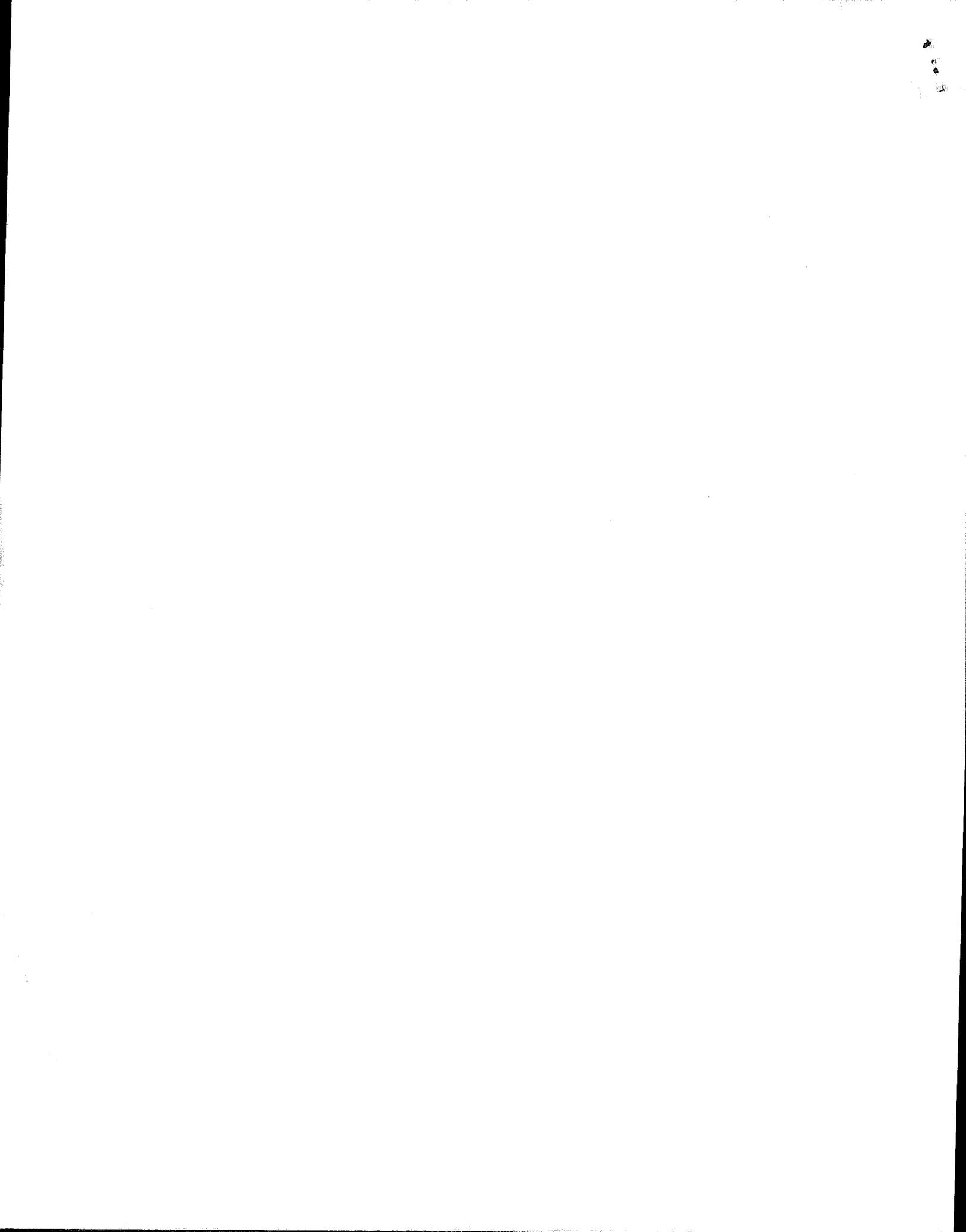


**AHORA ME TOCA CREAR...
PRONTO ENVIARÉ PROPUESTAS**

→ Taller de Marketing

¡MUCHAS GRACIAS!







ASOCIATIVIDAD y COOPERATIVISMO

Relator: Francisco de Borja García García

ÍNDICE DE LA PRESENTACION



- Las cooperativas: ¿qué son?
- Beneficios de los sistemas cooperativos
- Experiencias exitosas cooperadas
- Situación de las cooperativas en Chile
- Diagnóstico de la región de Los Ríos
- Oportunidades y debilidades
- Estrategias a sugerir

Orígenes del cooperativismo (A.C. - G.M. - C.O.M. - P.A. - C.A.S.)

Diferencia entre cooperativa y cooperación:

La cooperación es innata en la humanidad

La cooperativa es un tipo de empresa que surge por un contexto económico



Contexto en el que nacen las cooperativas (S. XVIII)



La Revolución Industrial; Inglaterra (S. XVIII)

Obras de los autores clásicos capitalistas; Adam Smith (Mano invisible) y David Ricardo (Ventaja comparativa, el valor)

Surgimiento de los primeros movimientos obreros; Sindicalismo

Necesidad de proteger a la población más necesitada.

Karl Marx (y El cooperativismo

Su obra, el capital, detecta las principales fallas del capitalismo

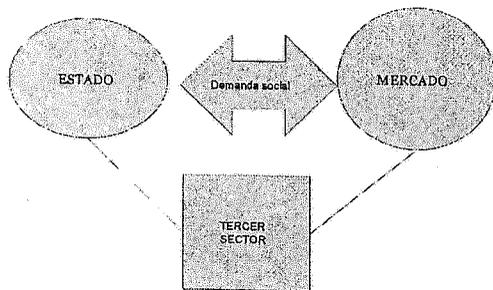
El cooperativismo no es el comunismo

Marx, se muestra reacio al cooperativismo

Destaca su participación en Ginebra 1864, donde se posiciona.



el tercer sector



BENEFICIOS DE LOS SISTEMAS COOPERATIVOS: Industrial

- Eficacia del desarrollo endógeno
- Tendencia al cluster
- Conocimientos de Innovación territorial
- Mejor respuesta ante actividades del entorno
- Mayor flexibilidad organizativa y estabilidad operativa
- Mayor contribución a las prestaciones sociales
- Destacada capacidad redistributiva
- Capacidad para movilizar recursos
- Mayor facilidad de interlocución y cooperación con otros agentes

Ventajas cooperativas: Local

- Ayuda a la comunidad
- Favorecen la economía local
- No hay riesgo de fugas de capitales
- Creación de empleo digno
- Hay justicia social
- Es una alternativa complementaria al capitalismo

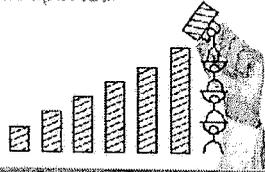
La conferencia de Manchester 1995

1. MEMBRÉSIA ABIERTA
2. DEMOCRACIA INTERNA
3. PARTICIPACIÓN ECONÓMICA
4. EDUCACIÓN, FORMACIÓN E INFORMACIÓN
5. AUTONOMÍA E INDEPENDENCIA
6. COOPERACIÓN ENTRE COOPERATIVAS
7. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

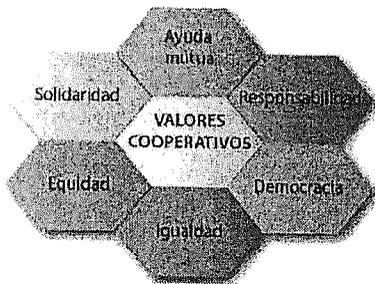


¿Qué son las cooperativas?

"Asociaciones que de conformidad con el principio de ayuda mutua tiene por objeto mejorar las condiciones de vida de sus socios. Los socios tienen igualdad de derechos y obligaciones, y sólo responden hasta el monto de sus aportes."



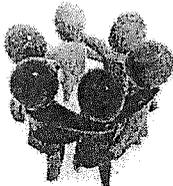
CONCEPTOS ANCLA



PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Primer Principio: Membresía Abierta y Voluntaria

Las Cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.



ZONA LIBRE DE DISCRIMINACIÓN

PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Segundo Principio: Control Democrático de los Miembros

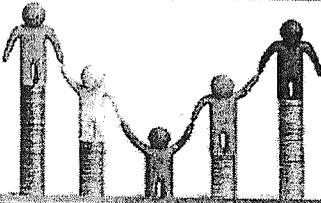
Las Cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su Cooperativa responden ante los miembros. En las Cooperativas de primer nivel los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras en las Cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.



PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Tercer Principio: La Participación Económica de los Miembros

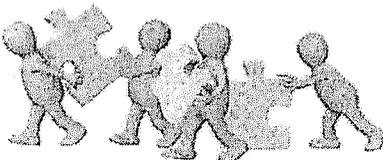
Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la Cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la Cooperativa. Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía.



PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Cuarto Principio: Autonomía e Independencia

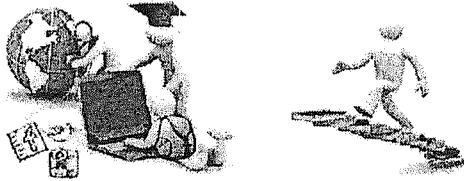
Las Cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la Cooperativa.



PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Quinto Principio: Educación, Formación e Información

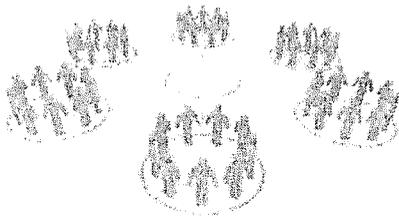
Las Cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, directores y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus Cooperativas. Las Cooperativas informan al público en general -particularmente a jóvenes y cuadros de personal- acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.



PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Sexto Principio: Cooperación entre Cooperativas

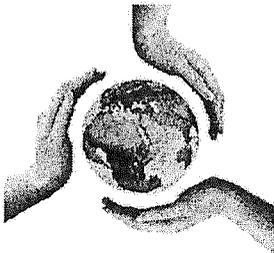
Las Cooperativas sirven a sus socios lo más eficazmente posible y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.



PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Séptimo Principio: Compromiso con la Comunidad

La Cooperativa trabaja para el desarrollo sostenido de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.



¿Qué son las cooperativas?



Independientemente del país en el que estemos, la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) consideran que deben tener estos principios:

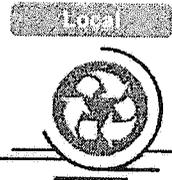
PRINCIPIOS SEGÚN MANCHESTER (1995)

- Puertas abiertas
- Colaboración mutua
- Democracia Interna
- Compromiso con la comunidad
- Educación y formación continua
- Autonomía e Independencia

Beneficios de los sistemas cooperados



INDUSTRIAL



Modelos exitosos a nivel Internacional

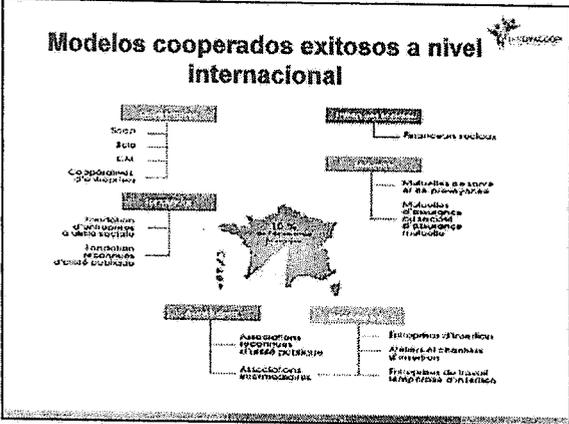


COVAP

- 16.000 socios.
- Organización en red.
- Internacionalización.
- Solidaridad cooperada.
- Control de procesos de producción.
- Diversidad de producción.



COVAP
cuidamos lo nuestro



Conclusiones

Oportunidades	Debilidades
<i>Gran potencial agrícola</i>	<i>Falta de medios y procedimientos</i>
<i>Evolución de nuevas tecnologías</i>	<i>Conocimientos escasos</i>
<i>Actualización de los actores</i>	<i>Desembarazo</i>
<i>Estructuración de actores competentes locales</i>	<i>Falta de trabajo mutuo</i>
<i>Formación de los cooperativos</i>	<i>Baja conectividad entre actores participantes</i>

Charla coloquio

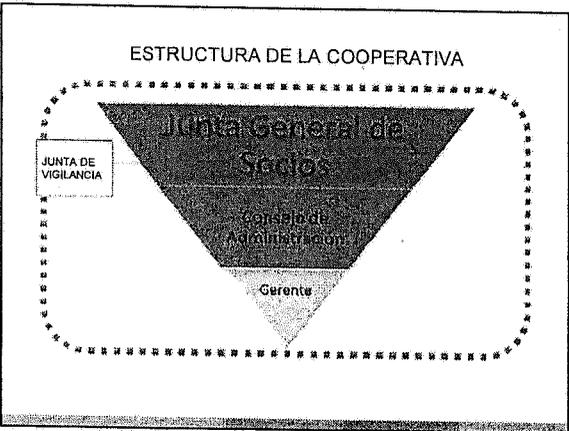
«Hay dos clases de economistas; los que quieren hacer más ricos a los ricos y los que queremos hacer menos pobres a los pobres»

José Luis Sampedro

NORMATIVAS DE LAS COOPERATIVAS

DERECHOS DE LOS SOCIOS

DERECHOS	OBLIGACIONES
Elegir y ser elegido para cargos en los órganos internos	Cumplir en tiempo y forma los compromisos pecuniarios
Gozar de los beneficios que otorgue la cooperativa, especialmente en la distribución del remanente de cada ejercicio	Asistir a Juntas de Socios
Reembolso de sus cuotas de participación	Desempeñar cargos cuando son elegidos
Asistir y participar con voz y voto en las Juntas de Socios, y los demás órganos	Mantener actualizado sus domicilio
Conocer el Balance, los estados financieros y contables antes de la Junta	Conocer el Balance, los estados financieros y contables antes de la Junta

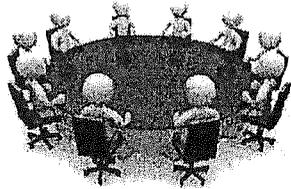


CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

FORMADO POR PRESIDENTE-
VICEPRESIDENTE Y
SECRETARIO.

DEBEN EXISTIR SUPLENTE
LOS MISMOS.

SE ENCARGAR DE LA
REPRESENTACIÓN Y
ORGANIZACIÓN DE LA
COOPERATIVA



GERENTE

ORGANIZA Y DIRIGE LO REFERENTE A
LO COMERCIAL DE LA COOPERATIVA

EJECUTA DECISIONES

CUIDA LA CONTABILIDAD

CONTRATA TRABAJADORES Y LLEGA A
ACUERDOS



JUNTA DE VIGILANCIA

CONTROLA LA GESTIÓN DEL
GESTOR

CONTROLA LA GESTIÓN DE LA
CONTABILIDAD

CONTROLA LAS AUDITORIAS Y
GESTIONES DEL CONSEJO DE
ADMINISTRACIÓN





¡MUCHAS GRACIAS!

Contacto: Francisco de Borja García García
Doctorando Universidad de Cádiz.
Correo electrónico: cisco-g2@hotmail.com
franciscoborja.garciagarcia@alum.uca.es





INNOVACCOOP
DESARROLLO · ECONOMÍA SOCIAL

Modelos de marketing para empresas de la Economía Social.

Relator: Francisco de Borja García

INDICE

- Entendemos el mercado
- Búsqueda de identidad
- Marca territorial
- Denominación de origen

ENTENDEMOS EL MERCADO

- El Mercado a tendido a la globalización y compite internacionalmente.
- Entrar en el Mercado necesita de Economía de Escala
- Sin embargo, existe la producción de Nicho.
- Necesita de una historia previa

BÚSQUEDA DE UNA IDENTIDAD

- Las cooperativas son empresas locales.
- Las localidades tienen una identificación cultural
- Esta identidad nos hace ÚNICOS
- Hay que impregnar nuestro producto a nuestra región

MARCA TERRITORIAL

Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen protegen productos originarios del país o de una región o localidad, siempre que tengan una calidad, reputación u otra característica imputable a su origen geográfico.

En el caso de las denominaciones de origen, deben presentar además factores naturales y humanos que inciden en la caracterización del producto.to

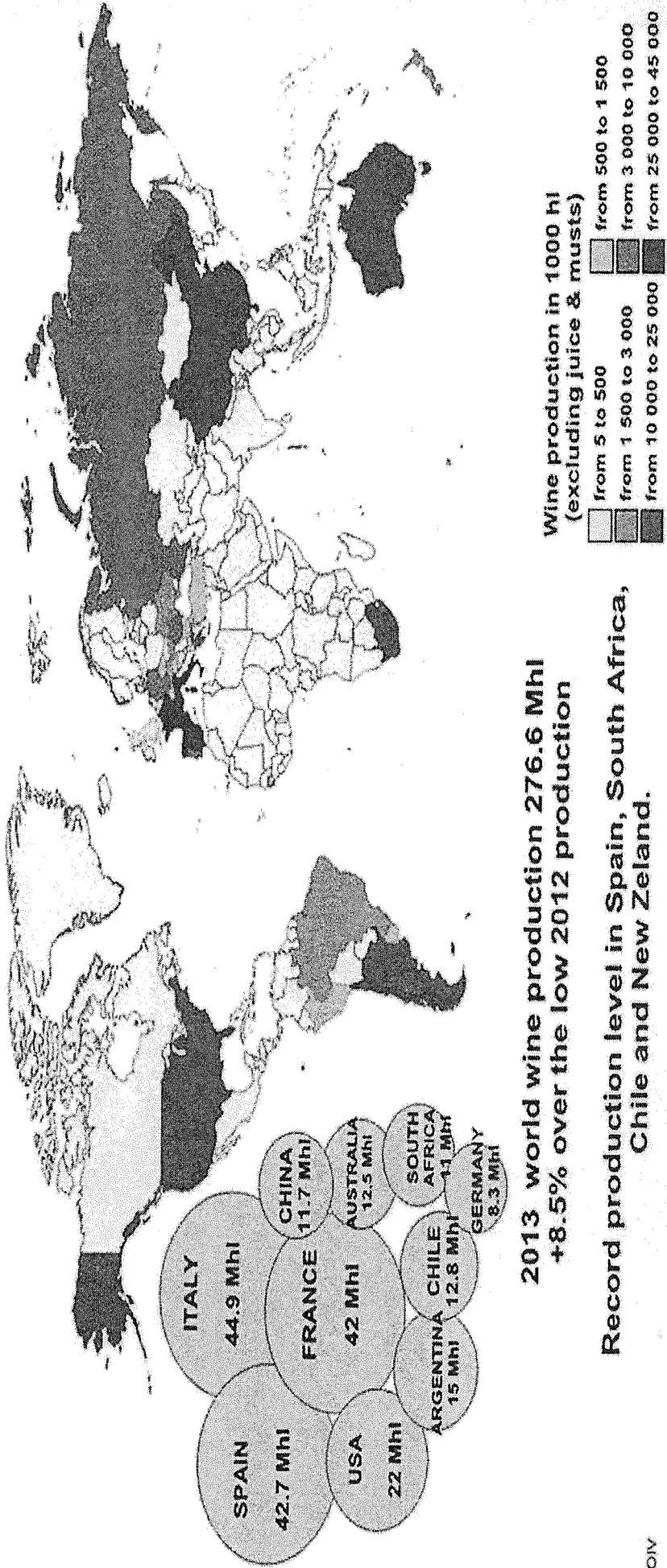
Caso del PISCO

Denominación de origen:
Chile- azul; Rojo- Perú; Morado- ambas



MAPA DE PRODUCCIÓN VINICOLA MUNDIAL

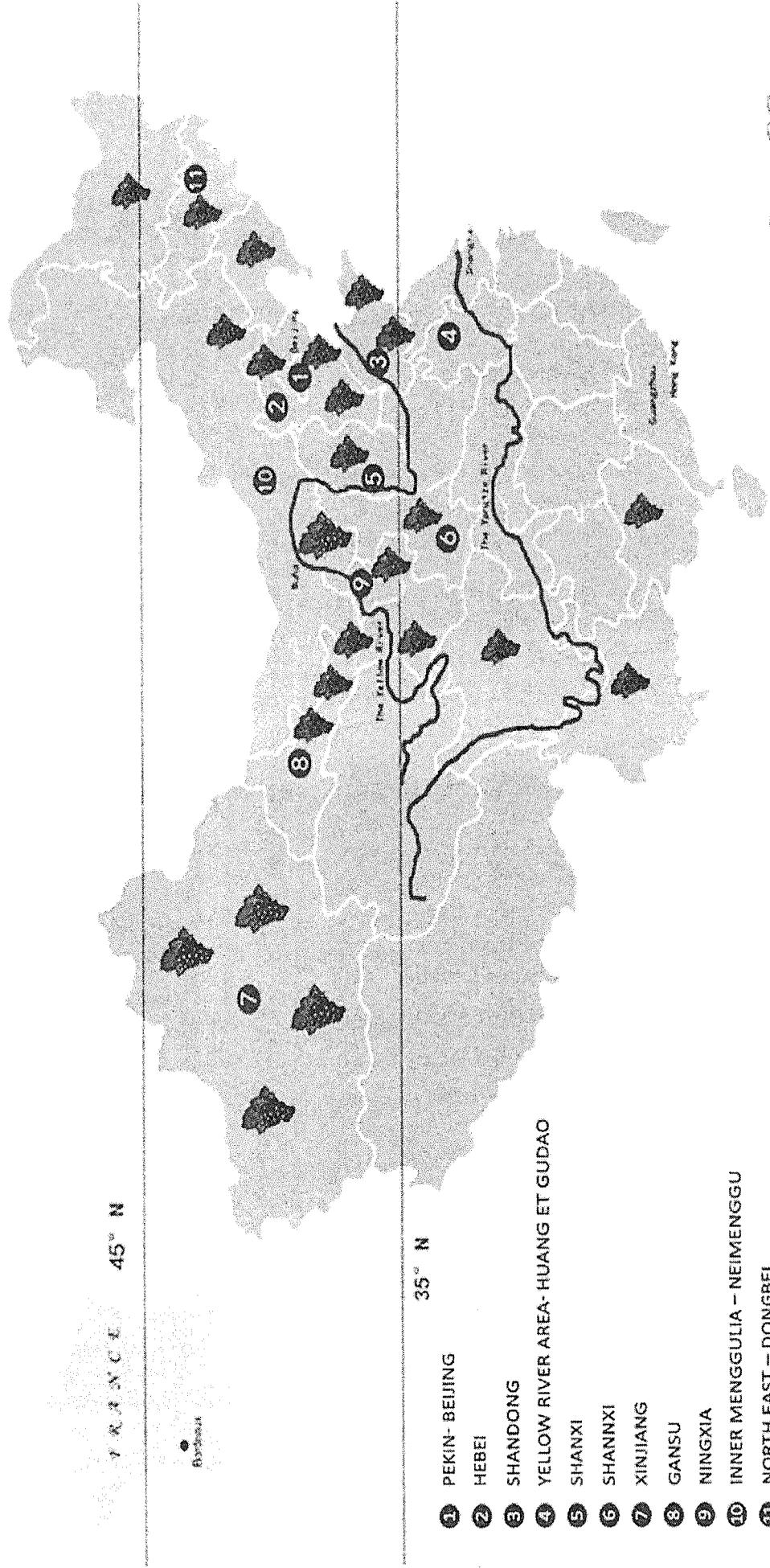
WORLD PRODUCTION OF WINE IN 2013



2013 world wine production 276.6 Mhl
+8.5% over the low 2012 production

Record production level in Spain, South Africa,
Chile and New Zealand.

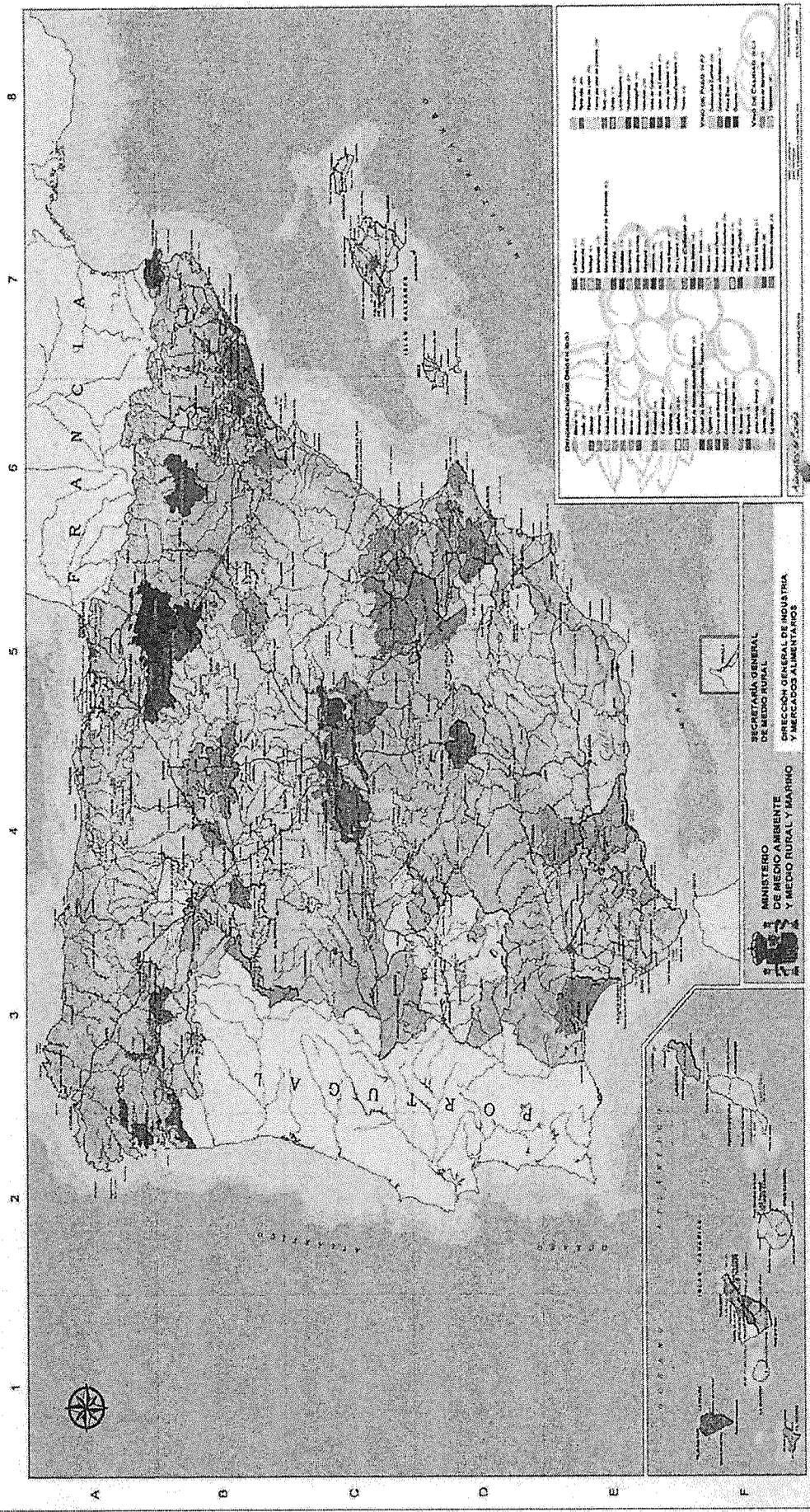
PRODUCCIÓN CHINA



Map of China

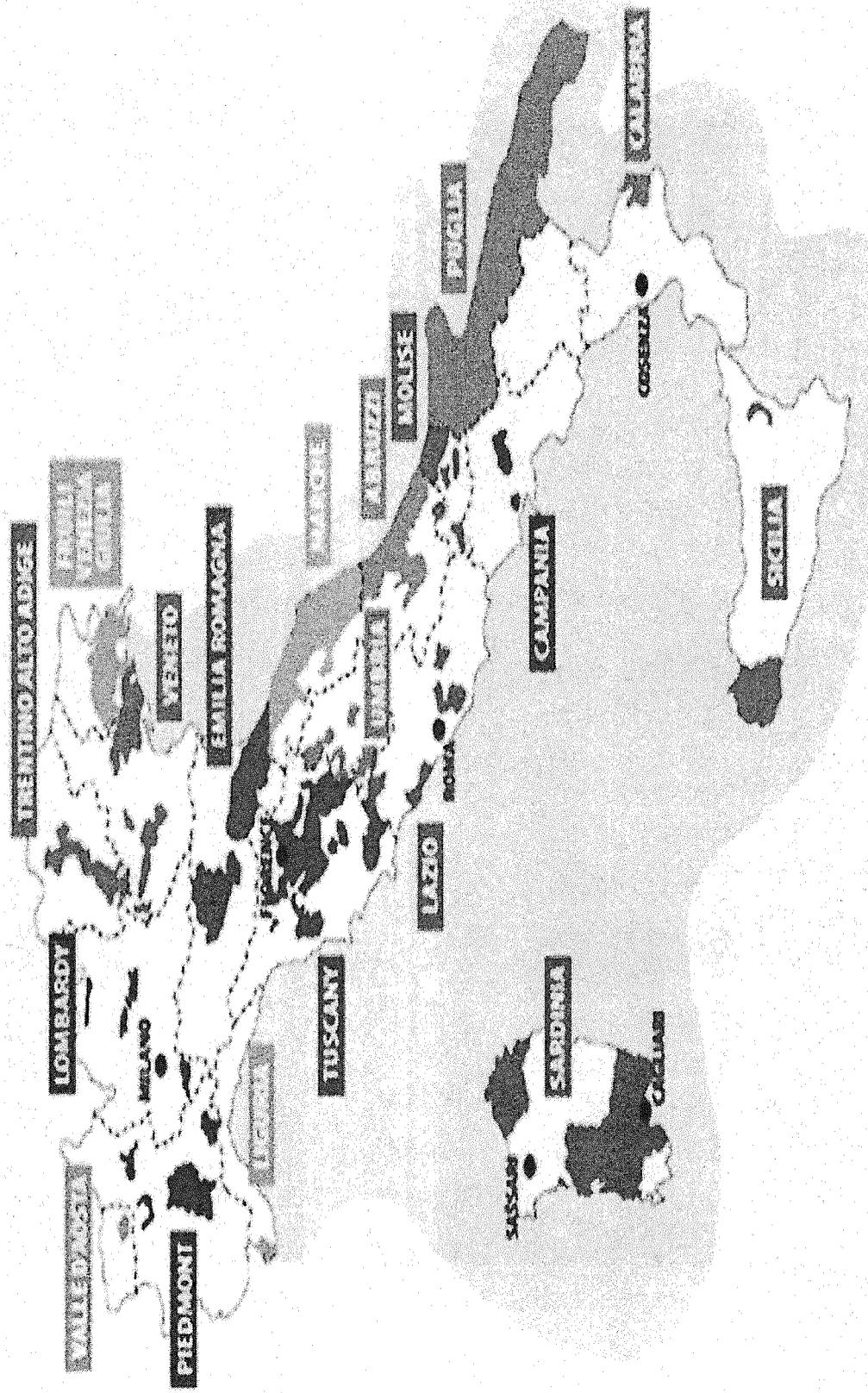
PRODUCCIÓN ESPAÑA

MAPA DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN DE VINOS DE ESPAÑA



MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO
SECRETARÍA GENERAL DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL

PRODUCCIÓN ITALIA



**iMUCHHAS
GRACIAS!**



INNOVACOOP
DESARROLLO · ECONOMÍA SOCIAL



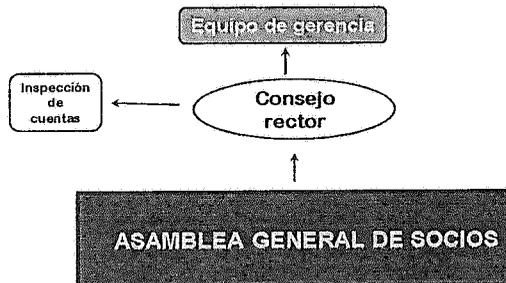
ASPECTOS CONTABLES Y LEGALES DE LAS COOPERATIVAS

Relator: Francisco de Borja García

ÍNDICE DE LA PRESENTACION

- Estructura de gobernanza de las cooperativas
- Composiciones de capital
- Cuotas de participación
- Ejercicio contable de las cooperativas

Estructura gobernanza cooperativa



Ejercicio de gobernanza

- Búsqueda de Democracia
- Control de cooperados
- Producción de calidad
- Visión de empresa social

Composición del capital social de las cooperativas

- Mínimo 5 socios (Pueden ser figuras jurídicas).
- No se puede tener más del 20% del capital
- Compuesto por cuotas de participación.
- Las participaciones varían conforme cambia el balance contable

CAPITAL



Los socios pueden elegir los nuevos regímenes de tributación

MIPYMES			
Renta Presunta (Art. 34)	Tributación simplificada (Art. 14 Ter Letra A)	Renta Atribuida (Art. 14 A)	Semi Integrado (Art. 14 B)
Régimen de tributación que paga impuesto sobre la base de una renta presunta.	Régimen simplificado que libera al contribuyente de algunas obligaciones tributarias.	Régimen de tributación en base a contabilidad completa con imputación total de crédito del Impuesto de Primera Categoría a los socios.	Régimen de tributación en base a contabilidad completa con imputación parcial de crédito del Impuesto de Primera Categoría a los socios.

Cálculo de participaciones

• ARTICULO 31 Ley General de Cooperativas.
 La participación de los socios en el patrimonio se expresa en cuotas de participación, cuyo valor será el que resulte de la suma del valor de sus aportes de capital y las reservas voluntarias, menos las pérdidas existentes, dividido por el total de cuotas de participación emitidas al cierre del periodo.

Valor Cuota: $\frac{\text{Capital} + \text{Reservas Voluntarias} - \text{Pérdidas del Ejercicio}}{\text{Nº de cuotas al cierre del periodo}}$

CÁLCULO DE LA CUOTA DE PARTICIPACIÓN

EJEMPLO

Valor Cuota: $\frac{\text{Capital} + \text{Reservas Voluntarias} - \text{Perdidas del Ejercicio}}{\text{Nº de cuotas al cierre del periodo}}$

PATRIMONIO (Caso 1: 200 cuotas)	
Capital	1.000
Reservas Voluntarias	700
Perdidas del Ejercicio	-250

Valor Cuota: $\frac{1.000 + 700}{200} = \$ 8,5$

Valor Cuota: $\frac{1.000 + 700 - 250}{200} = \$ 7,25$

Reservas voluntarias

Patrimonio mayor a 200.000 U. F.

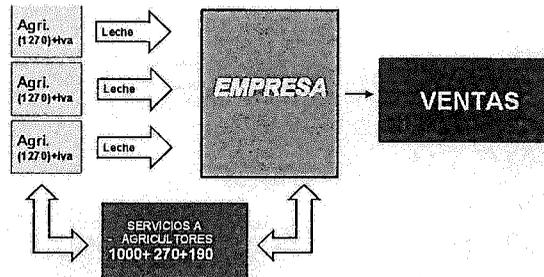
División entre patrimonio y el pasivo total sea igual o superior a 2.

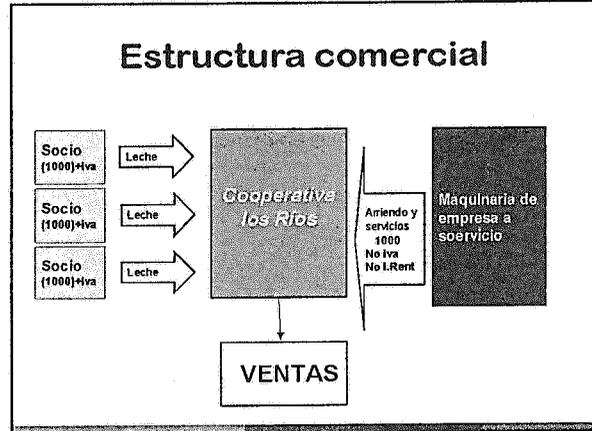
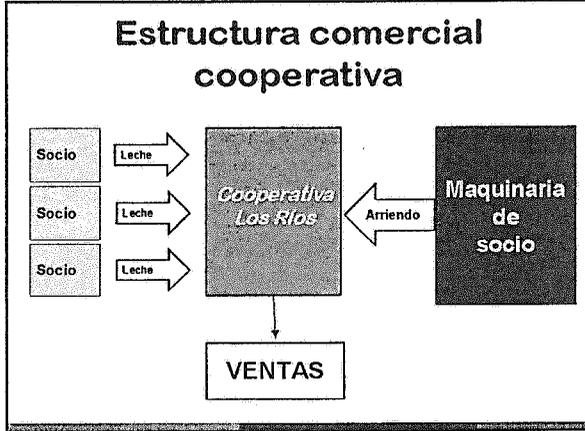
Ventajas fiscales

Decreto Ley 824 de 1974, artículo 17. Ley Nº 20.780 del 2014, Ley Nº 20.899 del 2016.

- a) No están obligadas a pagar P.P.M. (Pago Provisional Mensual) es un impuesto sobre las ventas netas anuales (sin contar el IVA), que se entrega para juntar una provisión respecto a los impuestos a la renta que deben pagarse en el año tributario respectivo)
- b) Servicios agrícolas entre la cooperativa y los socios, exento de IVA.
- c) Exento del Impuesto a la Renta por los Remanentes generados con los socios (27%).

Estructura comercial (SPA)





Ejercicio de rentabilidad comercial

REMANENTE	100.000
PAGO RES. OBLIGATORIAS	-18.000
PAGO PART.	-2.000
TOTAL	80.000
RESERVAS VOLUNTARIAS (50%)	40.000
CAPITALIZACIÓN (30%)	25.000
DISTRIBUCION DE BENEFICIOS (20%)	15.000

COMPOSICIÓN RESERVAS VOLUNTARIAS	
<u>TOTAL RESERVAS VOLUNTARIAS</u>	
40.000	
S.S. SOCIOS	50% - 20.000
FORMACIÓN SOCIOS	30% - 12.500
FINES SOCIALES	20% - 7.500



PUERTAS ABIERTAS

Entrada bajo requisitos mínimos

- Compromiso laboral
- Compromiso temporal
- Compromiso monetario

EVITAR SALIDAS Y ENTRADAS ALEATORIAS DE SOCIOS

ACTIVIDAD

Antes de continuar, dispondremos de 20 minutos para realizar la siguiente actividad. Con el material facilitado trabajar en:

- 1.- Calcular la repartición económica en la cooperativa presentada.

ESTADO DE RESULTADOS Y PUNTO DE EQUILIBRIO

El Estado de Resultados muestra las utilidades (o pérdidas) de la empresa y cómo están compuestas, es decir los ingresos, costos y gastos de un periodo determinado

Para efectos de confección del Estado de Resultados, los recursos utilizados por la empresa se clasifican en costos o gastos.

- **Costos:** son todos los recursos necesarios para la producción.
- **Gastos:** son todos los recursos destinados a los procesos de administración y ventas

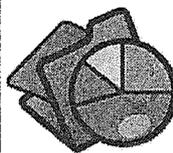
DETALLE DE COSTOS



Dependerá del giro de la Cooperativa

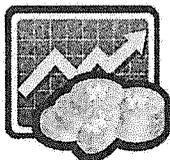
SUELDOS PERMANENTES	MATERIALES
ARRIENDOS	MANO DE OBRA EXTRA
TELEFONIA / INTERNET	FLETES
SEGUROS	MOVILIZACIÓN
SUELDO EMPRESARIAL	ARRIENDO MAQUINARIA
GASTOS GENERALES	★ DESGASTE HERRAMIENTAS

Estados de resultados



VENTAS	10.000.000
(-) COSTOS VARIABLES	3.000.000
= MARGEN BRUTO	7.000.000
(-) COSTOS FIJOS	4.000.000
= RESULTADO OPERACIONAL	3.000.000
(-) IMPUESTO 20%	600.000
= UTILIDAD / PERDIDA	2.400.000

RENTABILIDAD



Son indicadores que permiten analizar la **eficiencia de los recursos** de la empresa

INDICADORES DE RENTABILIDAD más utilizados

- **Rentabilidad sobre Ventas:** Indica la ganancia que se genera por cada peso vendido.
- **Rentabilidad sobre Costos:** Indica el resultado generado por cada peso gastado.

RENTABILIDAD SOBRE VENTAS

VENTAS	10.000.000	
(-) COSTOS VARIABLES	3.000.000	
= MARGEN BRUTO	7.000.000	
(-) COSTOS FIJOS	4.000.000	
= RESULTADO OPERACIONAL	3.000.000	
(-) IMPUESTO 20%	600.000	
= UTILIDAD	2.400.000	

$$\frac{2.400.000}{10.000.000} = 24\%$$

VENTAS	10.000.000	
(-) COSTOS VARIABLES	★ 3.000.000	
= MARGEN BRUTO	7.000.000	
(-) COSTOS FIJOS	★ 4.000.000	
= RESULTADO OPERACIONAL	3.000.000	
(-) IMPUESTO 20%	★ 600.000	
= UTILIDAD	2.400.000	

$$\frac{2.400.000}{7.600.000} = 31,6\%$$

Punto de equilibrio



Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos.

CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO

PASO 2 PASO 3 PASO 4

PORCENTAJE DE MARGEN BRUTO

VENTAS	10.000.000	MARGEN BRUTO ÷ VENTAS 70%
COSTOS VARIABLES	3.000.000	
MARGEN BRUTO	7.000.000	DIFERENCIALES PORCENTAJE DE COSTOS
COSTOS FIJOS	4.000.000	
RESULTADO OPERACIONAL	3.000.000	
IMPUESTO 20%	600.000	
UTILIDAD	2.400.000	

CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO

PASO 1 PASO 3 PASO 4

PORCENTAJE DE MARGEN BRUTO DETERMINACIÓN VENTA QUE CUBRE COSTOS

VENTAS	10.000.000	COSTOS FIJOS ÷ 70% 5.714.286
COSTOS VARIABLES	3.000.000	
MARGEN BRUTO	7.000.000	
COSTOS FIJOS	4.000.000	
RESULTADO OPERACIONAL	3.000.000	
IMPUESTO 20%	600.000	
UTILIDAD	2.400.000	

CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO

PASO 1 PASO 2 PASO 4

PORCENTAJE DE MARGEN BRUTO DETERMINACIÓN VENTA QUE CUBRE COSTOS APLICACIÓN PORCENTAJE COSTO VARIABLE

VENTAS	10.000.000	5.714.286
COSTOS VARIABLES	3.000.000	30% 1.714.286
MARGEN BRUTO	7.000.000	
COSTOS FIJOS	4.000.000	
RESULTADO OPERACIONAL	3.000.000	
IMPUESTO 20%	600.000	
UTILIDAD	2.400.000	

CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO

PASO 1 PASO 2 PASO 3

PORCENTAJE DE MARGEN BRUTO DETERMINACIÓN VENTA QUE CUBRE COSTOS APLICACIÓN PORCENTAJE COSTO VARIABLE

VENTAS	10.000.000		
COSTOS VARIABLES	3.000.000		1.714.286
MARGEN BRUTO	7.000.000		4.000.000
COSTOS FIJOS	4.000.000		4.000.000
RESULTADO OPERACIONAL	3.000.000		
IMPUESTO 20%	600.000		
UTILIDAD	2.400.000		

SESIÓN DE TRABAJO EN GRUPO

Actividad 1.- Identifique los tipos de costos según el material entregado.

Actividad 2.- Calcule la rentabilidad del proyecto según el material entregado

ÍNDICE DE LA PRESENTACIÓN

- Componentes contables de las cooperativas
- Administración de una cooperativa
- Componentes legales de las cooperativas

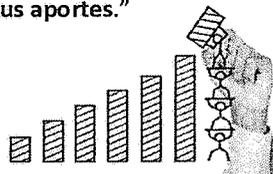
DIAGNÓSTICO INICIAL

Antes de comenzar, dispondremos de 15 minutos para responder las siguientes preguntas:

- 1.- Cómo definirías una COOPERATIVA?
- 2.- Qué elementos identifican a una COOPERATIVA?
- 3.- Cómo te imaginas la estructura administrativa de una cooperativa?

¿Qué son las cooperativas?

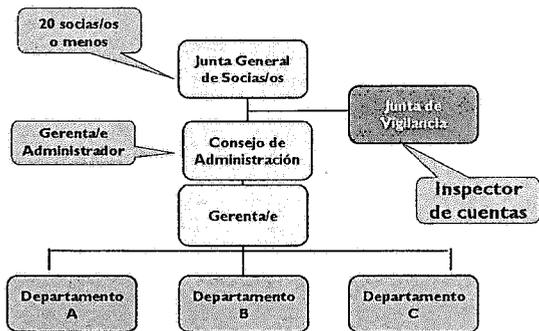
“Asociaciones que de conformidad con el principio de ayuda mutua tiene por objeto mejorar las condiciones de vida de sus socios, quienes tienen igualdad de derechos y obligaciones, y sólo responden hasta el monto de sus aportes.”



NORMATIVAS DE LAS COOPERATIVAS

Relator: Francisco de Borja García

ADMINISTRACIÓN COOPERATIVA



ESTRUCTURA DE LA COOPERATIVA



¿Cómo se toman las decisiones?

La totalidad de los socios,
a través de la Junta General de Socios.

UN SOCIO, UN VOTO

¿Cómo participan los socios en el patrimonio?

La participación en la propiedad se expresa en Cuotas de participación.

Sólo pueden tener una participación máxima de un 20% en el capital.

Tendrán derecho a la devolución del monto actualizado de las cuotas de participación.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

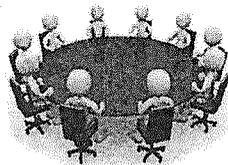
DERECHOS	OBLIGACIONES
Elegir y ser elegido para cargos en los órganos internos.	Cumplir en tiempo y forma los compromisos pactados.
Gozar de los beneficios que otorgue la cooperativa, especialmente en la distribución del remanente de cada ejercicio.	Asistir a Junta de Socios.
Reembolso de sus cuotas de participación.	Desempeñar cargos, cuando son elegidos.
Asistir y participar con voz y voto en las Juntas de Socios, y los demás órganos.	Mantener actualizado su domicilio.
Conocer el Balance, los estados financieros y contables antes de la Junta.	Conocer el Balance, los estados financieros y contables antes de la Junta.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

1. FORMADO POR PRESIDENTE-VICEPRESIDENTE Y SECRETARIO.

2. DEBEN EXISTIR SUPLENTES A LOS MISMOS.

3. SE ENCARGAN DE LA REPRESENTACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA COOPERATIVA.



GERENTE

1. ORGANIZA Y DIRIGE LO REFERENTE A LO COMERCIAL DE LA COOPERATIVA.

2. EJECUTA LAS DECISIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL.

3. CUIDA LA CONTABILIDAD.

4. CONTRATA TRABAJADORES Y LLEGA A ACUERDOS.



JUNTA DE VIGILANCIA

1. CONTROLA LA GESTIÓN DEL GESTOR (GERENTE).
2. CONTROLA LA GESTIÓN DE LA CONTABILIDAD.
3. CONTROLA LAS AUDITORIAS Y GESTIONES DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN.
4. ATIENDE SOLICITUDES DE LOS COOPERADOS



TÍTULO IV:

De la Dirección, Administración y Vigilancia de las Cooperativas

***ART. 24 párrafos 8-9-10**

- COOPERATIVAS QUE TENGAN 20 SOCIOS O PODRÁN OMITIR LA DESIGNACIÓN DE UN CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, PUDIENDO ELEGIR EN SU LUGAR UN GERENTE ADMINISTRADOR, QUIEN PODRÁ DESEMPEÑAR EL TOTAL O PARTE DE LAS ATRIBUCIONES QUE ESTA LEY Y REGLAMENTO OTORGAN A LOS C.A.D., EN CONJUNTO CON UNO O MÁS SOCIOS QUE DESIGNARÁ LA ASAMBLEA.
- DE IGUAL FORMA NO TENDRÁN OBLIGACIÓN DE ELEGIR UNA JUNTA DE VIGILANCIA, PUDIENDO DESIGNAR UN INSPECTOR DE CUENTAS CON LAS MISMAS ATRIBUCIONES DE LA J.V.
- DEBE ASEGURAR LA REPRESENTACIÓN DE GENEROS EN PROPORCIÓN A LA CANTIDAD DE SOCIOS Y SOCIAS QUE CONFORMEN LA COOPERATIVA. EL ESTATUTO DEBE ESTABLECER EL MECANISMO DE PONDERACIÓN QUE PERMITA DAR CUMPLIMIENTO.

TÍTULO V:

Del Capital y de los Excedentes

***ART. 38°**

- LAS COOP. DEBERÁN CONSTITUIR E INCREMENTAR UN FONDO DE RESERVA LEGAL CON EL EQUIVALENTE AL 18% DE SU REMANENTE ANUAL, EL QUE SE DESTINARÁ A CUBRIR LAS PÉRDIDAS QUE SE PRODUZCAN Y TENDRÁ EL CARÁCTER DE IRREPARTIBLE MIENTRAS DURE LA VIGENCIA DE LA COOPERATIVA.

TÍTULO V:

Del Capital y de los Excedentes

***ART. 38°**

- Sobre cómo se distribuye el saldo favorable del ejercicio económico, que se denomina **REMANENTE**:
 - > Pérdidas acumuladas
 - > Constitución e incremento de fondos de reserva (obligatorias y/o voluntarias)
 - > Pago de intereses al capital (si estatuto lo indica)
- EXCEDENTE**:
 - > Distribución en dinero entre los socios
 - > Emisión liberada de cuotas de participación

ANTECEDENTES ADMINISTRATIVOS

•REGISTROS

- CITACIONES A ASAMBLEAS
- LIBRO DE ACTAS
- REGISTRO DE FIRMAS
- REGISTROS DE SOCIOS

TRABAJO DE PROCESO

Antes de continuar, dispongamos de 15 minutos para realizar la siguiente actividad:

1.- Reunirse en parejas para elaborar ejemplos de como realizarían una "Citación a asamblea" y "ACTA" de dicha asamblea citada.

Recojan los elementos básicos que dan cuenta de ambos documentos.

EJEMPLO DE CITACIÓN FORMAL

CITACION

Señor Socio(a):

El Consejo de Administración de la Cooperativa Chilena de Capacitación Limitada, con la Junta General de Socios para el día 02 de Junio de 2011, a las 09:30 horas en primera citación y a las 10:00 horas en segunda citación, en la dirección ubicada en la Avenida Nº 228, Comuna de Valparaíso.

En caso de que usted no pueda asistir, podrá enviar como representantes a un socio de su Colección, mediante poder notario, o con un poder notarial en el caso de que se trate de un socio de tipo o honorarios o Prolongar el plazo para la entrega del poder será hasta las doce horas del día Viernes 04 de Junio de 2011, en las oficinas de la Dirección.

TABLA:

1. Orden del día o temas.
2. Minutes.
3. Informe Junta de Vigilancia.
4. Balance 2010.
5. Resoluciones de Ejecución.
6. Distribución de utilidades de la Cuenta de Costos.
7. Determinación del número de cédulas de participación a emitir a los nuevos socios.
8. Elecciones.
9. Varías.

Fecha: 14 de Junio de 2011.



CONSEJO DE ADMINISTRACION
COOPERATIVA CHILENA DE
CAPACITACION LIMITADA

•IMPORTANTE

- Tipo de reunión.
- Lugar, fecha y hora.
- Primera y segunda convocatoria.
- Tabla de puntos a tratar
- Fecha de despacho y quien convoca.

EJEMPLO DE ACTA

ACTA JUNTA GENERAL DE SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE SERVICIO DE AGUA POTABLE DE LAGUNA VERDE LTDA.

En Laguna Verde, comuna de Valparaíso, a 02 de Abril de 2011, en la Junta Vecinal Nº 137, se llevó a efecto la Junta General de Socios de la Cooperativa de Servicio de Agua Potable de Laguna Verde Ltda., con la asistencia de 52 socios presentes y 6 socios representados, el cual suma un total de 58 socios presentes y representados asistentes a la junta. Para tal efecto se efectuaron dos llamados, a las 09:00 horas en primera citación y 09:30 horas en segunda citación, y se abrió la sesión a las 09:45 horas, con los socios presentes, presidida por el presidente señor Willy Forner Melo, y actuando como Vicepresidente el señor Colville Smith De Pass, Secretaria la Sra. Ernestina Ella Ahumada y como Director el señor Pedro Román Durán, y además la Junta de Vigilancia constituida por el Señor Presidente don Mario Rodríguez Berrios y el Vicepresidente señor Juan Peñalillo Becerra. También se encuentra en la mesa la Administradora Sra. Verónica Jeria Alvarado.

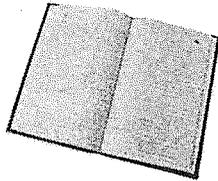
Se solicita la presencia de tres socios para que firmen el acta de la presente Junta General, y actuar como MINISTROS DE FE. Se presentan voluntariamente y son aceptados como ministros de fe por unanimidad de los socios presentes y representados a la junta, los siguientes socios: doña Oriana Quiroz Lillo, cédula de identidad número 8.177.994-5; don Mario Rodríguez Berrios, cédula de identidad número 3.850.919-5; don Rafael Carrera Oliva, cédula de identidad número 8.847.645-K.

REGISTRO DE FIRMAS

Libro paralelo que consagra las asistencias de los socios o sus representantes en las reuniones de asambleas ordinarias, extraordinarias e informativas.

SE CONSIGNA:

JUNTA GENERAL DE SOCIOS DE LA
COOPERATIVA DE SERVICIO DE
AGUA POTABLE DE LAGUNA
VERDE LTDA.
ACTA N° 25

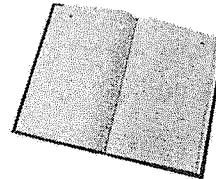


NOMINA DE ASISTENTES

NOMBRE / RUT / FIRMA

REGISTRO DE SOCIOS

Libro que debe contener toda la vida del socios como miembro de la organización. Es un libro similar al libro de actas.



Considera

- Una hoja completa para cada socio.
- Datos ACTUALIZADOS de nombre completo, RUT, fecha de nacimiento, dirección, teléfono, correo electrónico, profesión u oficio.

TÍTULO IV:

De la Dirección, Administración y Vigilancia de las Cooperativas

•ART. 24 párrafo 4

—Respecto de las personas jurídicas de derecho público o privado, NO PODRÁN PERCIBIR POR SUS CUOTAS DE PARTICIPACIÓN, INTERESES SUPERIORES U OBTENER CONDICIONES MÁS VENTAJOSAS QUE LOS QUE SE OTORGA A LA GENERALIDAD DE LOS SOCIOS.

REGISTROS CONTABLES DE LAS COOPERATIVAS

Relator: Francisco de Borja García

Cálculos de remanentes y excedentes

Cálculos de remanentes y excedentes		
	Ingresos	Gastos
Ventas del mes	\$ 240.000	
Pago materiales		600.000
Pago IVA		831.500
Pago cuentas y seguro socios		35.000
Remanente (ventas-pagos)		\$ 734.400
Reserva legal	18% de los remanentes	132.192
Reserva voluntaria	25% de los remanentes	183.600
Excedentes a repartir (remanentes-pejadas si las hubiere-reserva)		2.668.208

Conceptos contables básicos

Activos: Son los recursos con que cuenta la organización (dinero en caja, equipos, maquinaria, etc.).

Pasivos y Patrimonio: Son la fuente de recursos de la organización, lo que financia a los activos.

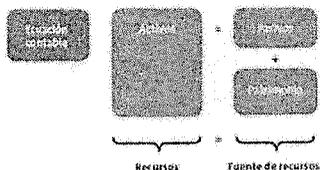
Pasivos: Son las obligaciones de la organización, es decir las deudas que esta tiene con un tercero (bancos, proveedores, etc.).

Patrimonio: Es el aporte de capital realizado por los socios a través de las cuotas de participación. Así como los pasivos (deudas a terceros) sirve para financiar los activos. El Patrimonio también es una obligación (deuda) de la organización, pero a sus propios socios.

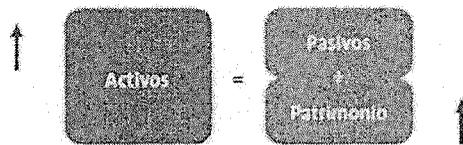
Ecuación contable

La contabilidad se rige por el principio de la partida doble, esto es, el principio de la balanza. La siguiente ecuación contable es fundamental, la cual se debe mantener siempre en equilibrio:

Activos = Pasivos + Patrimonio



Ejemplo : Si los socios hacen un aporte de capital en efectivo de 200, aumentará en 200 el patrimonio de la organización, lo que quiere decir que también aumenta en 200 sus activos. Como se trata de dinero en efectivo, la cuenta de Activos que aumentará será la cuenta de Caja.



Luego, en el asiento contable, para la cuenta de Caja se anotar4 200 en el Debe, porque aument4 la caja, es decir el activo. En la cuenta Capital pagado se anotar4 200 en el Haber porque aument4 el patrimonio.

Fecha	Cuentas	Debe	Haber
01/01/2018	Caja	200	
	Capital Pagado		200

C4culos de cuotas de participaci4n

El total de cuotas de participaci4n debe ser un n4mero m4ltiplo de 100. La forma m4s f4cil de estimar la cantidad de cuotas que corresponden a cada socio por sus aportes es fijar una cantidad total de cuotas, m4ltiplo de 100. Por ejemplo, 1000 cuotas. Luego, dividir la suma de todos los aportes de los socios por la cantidad fijada de cuotas.

Por ejemplo, si el total de aportes es de 200.000:

$$\text{Valor de la cuota} = \frac{\text{Total aportes}}{\text{N4mero de cuotas}} = \frac{200.000}{1.000} = 200$$

Luego, para calcular la cantidad de cuotas de cada socio, dividir su aporte, por el valor de las cuotas. Por ejemplo, si un socio aport4 15.000 pesos:

$$\text{Cuotas del socio} = \frac{\text{Aporte del socio}}{\text{Valor de la cuota}} = \frac{15.000}{200} = 75$$

Este socio, cuenta por tanto con un 7,5% (75/1000) de las cuotas.

BALANCE GENERAL (8 columnas)

Cuentas que integran el Balance	Activo		Pasivo		Reservados		
	Debe	Haber	Debe	Haber	Reserva	Reserva	Reserva
Caja	11.500	3.000	9.500	9.500			
Capital		10.000		10.000			10.000
Merced4s	2.500	13.000	10.500	10.500			
Ventas		8.500		8.500			8.500
Costo de ventas	3.000		3.000				3.000
TOTALES	17.500	34.500	13.000	34.500	10.500	10.500	13.500
Excedentes							
Reservas para efectos del IIR						300	300
Totales iguales (Incluye Excedentes)	17.500	34.500	13.000	34.500	10.500	10.500	13.500

Responsabilidad de los administradores

Los Consejeros, los Gerentes, los Socios Administradores y los integrantes del Comit4 Organizador y de la comisi4n Liquidadora o el liquidador, seg4n el caso, responder4n hasta de la culpa leve en el ejercicio de sus funciones, y ser4n responsables solidariamente de los perjuicios que causen a la Cooperativa por sus actuaciones dolosas o culposas.

La culpa leve, descuido leve o descuido ligero para nuestro derecho consiste en la falta de aquella diligencia y cuidado que los hombres emplean ordinariamente en sus negocios propios.

En todo caso, la Ley General de Cooperativas establece una presunci4n de responsabilidad para los administradores de la Cooperativa en los casos en que la entidad no lleve sus libros o registros; si se repartieren excedentes cuando ello no corresponde; si la Cooperativa ocultare sus bienes, reconociere deudas supuestas o simulare enajenaciones, y; si la Cooperativa no diere cumplimiento a sus obligaciones legales, reglamentarias y estatutarias, y a las instrucciones de los organismos fiscalizadores correspondientes.



REGISTRO DE VISITAS EN TERRENO COMUNIDADES PAILLACO

Nº	Comunidad	Sector	Tamaño muestral	Fecha Inicio	Fecha termino
1	Antiñir Ormero	Arco Iris	3	08-ene	14-ene
2	José Calvio	Reumén (Vilcun)	6	14-ene	15-ene
3	José Painicu	Itxopulli	4	16-ene	29-ene
4	Roman Millapan	Itxopulli	5	14-ene	29-ene
5	Eulalio Cañulef	Santa Filomena	5	15-ene	29-ene
6	Newen Che	Itropulli	8	16-ene	16-ene
7	José Leal Neiman	Santa Elena	8	17-ene	20-ene
8	Reyes Curinao	Santa Elena	4	26-ene	26-ene
9	Asociación Paillako Futa Trawun	Paillaco Urbano	6	06-feb	09-feb
10	Mapu Nasa	Sector Nasa – Aguas Negras	3	16-feb	26-feb
11	Rainun Rainun	La Paloma	3	28-feb	02-mar
12	María Antonia Marino Viuda de Antipan *	Sector San Carlos Aguas Negras	2	28-feb	28-feb
13	Mapuche Kimun La Luma	La Luna	6	28-feb	02-mar
14	Iluminado Chapuco	Reumén	8	02-mar	09-mar
15	Millapan Naguil	Itxopulli	5	02-mar	02-mar
16	Asociacion Urbana Rayenko	Paillaco Urbano	8	03-mar	06-mar
17	José Guillermo Levicoy	Paillaco Urbano	3	03-mar	03-mar
18	Asociación Urbana Mapu Mahuida	Paillaco Urbano	10	03-mar	09-mar
19	Llancamil Llancamil	Paillaco Urbano	4	14-mar	14-mar
20	José Santos Currumilla	Reumen	8	15-mar	19-mar
21	Comité Newen Suyai	Paillaco Urbano	6	06 -abr	09-abr
22	Chaipul	La Paloma	5	15-abr	27-abr
TOTAL			120		105 días

PROYECTO FIA-2017-0758

CATASTRO DE ACTORES CLAVES Y SOCIOS ESTRATEGICOS

Introducción

En la comuna de Paillaco encontramos diversos nichos productivos relativos al rubro agroalimentario, de entre los cuales podemos distinguir 2 grupos de Cooperativas, separadas según el nivel de desarrollo económico y de sus objetos sociales. Un tercer grupo compuesto por emprendedores y PYMES que desarrollan actividades agrícolas:

1. Cooperativas Consolidadas 3. Emprendedores y PYMES agrícolas (Fuente: Elaboración propia).

- APICOOP, localizada en Paillaco, dedicada a la venta de miel para exportación que cuenta con alrededor de 120 socios activos.

Representante	Correo electrónico	Fono
Erbis Guenupan		

- Cooperativa de Lecheros de Santa Rosa, ubicada en la localidad rural de Santa Rosa, dedicada al procesamiento de leche y transformación en queso. Cuenta con alrededor de 50 socios activos.

Representante	Correo electrónico	Fono
Javier Contreras	-	

2. Cooperativas Emergentes o Insipientes en distintas etapas de desarrollo (Fuente: Elaboración propia).

- BERRICOOP, ubicada en Paillaco, dedicada a la comercialización de frambuesas, compuesta por alrededor de 18 socios.

Representante	Correo electrónico	Fono
María Morin		

- CODECAP, ubicada en Paillaco, dedicada a la venta de ovinos, cuenta con alrededor de 20 socios.

Representante	Correo electrónico	Fono
Luisa Porras		

- COAGROSAR, ubicada en el sector rural de Santa Rosa Chica, dedicada a la producción y venta de frutos y hortalizas, junto a la oferta gastronómica en servicios turísticos para fines especiales, compuesta de 12 socios.

Representante	Correo electrónico	Fono
Juan Rivera Fernández		976956688

- COOPERATIVA DE QUESEROS DE SANTA ROSA, ubicada en el sector rural de Santa Rosa, dedicados a la producción y comercialización de quesos artesanales, compuesta de 25 socios.

Representante	Correo electrónico	Fono
Miguel Delgado	-	987745814

- COOPERATIVA DOMO PEUMA, ubicada en el sector rural de Los Ulmos - La Plata, dedicada a la recolección, transformación y comercialización de setas silvestres, compuesta de 13 socias.

Representante	Correo electrónico	Fono
Ximena Soto		

- FAMAGORECOOP, ubicada en sectores rurales de Paillaco, dedicada a la producción y venta de diferentes berries, compuesta de 14 socios.

Representante	Correo electrónico	Fono
Pricilla Sotomayor		

- JOPROC, ubicada en Paillaco, dedicados a entregar servicios profesionales para el desarrollo de proyectos agrícolas, compuesta de 12 socios.

Representante	Correo electrónico	Fono
Gerardo Mardones		

- KUYFI MAPUNCHE KIMUN, ubicada en sectores rurales de Paillaco, dedicada a la producción, recolección y venta de frutos del huerto mapuche y de productos forestales no madereros, compuesta de 11 socios.

Representante	Correo electrónico	Fono
Verónica Henríquez		

- NEWEN AZ MAPU, ubicada en el sector rural de Itropulli, dedicada a la producción y comercialización de berries, hortalizas y papas, compuesta de 10 socios.

Representante	Correo electrónico	Fono
Susana Marin		

3. Emprendedores y PYMES agrícolas (Fuente: UMDEL Paillaco)

Organizaciones funcionales en diversos niveles de desarrollo.

- Agrupación Agro –Berries, ubicada en el sector rural denominado La Luma.
- Agrupación de Emprendimiento e Innovación de Paillaco, Ubicado en Paillaco.
- Agrupación de Feriantes Villa El Esfuerzo, ubicada en Paillaco.
- Agrupación Emprendedoras de Paillaco Amankay, ubicada en Paillaco.
- Agrupación de Mujeres Recolectoras de Setas Silvestres DOMO PEUMA, ubicada en el sector rural denominado Los Ulmos-La Plata.
- Agrupación de Productores de Papas de Paillaco APRODEPA, ubicada en Paillaco.
- Agrupación de Productores Ovinos de Paillaco, ubicada en Paillaco.
- Agrupación Productiva Paillaco, ubicada en Paillaco.
- Comité de Agricultores de Paillaco Sta. Rosa Chica, ubicada en Santa Rosa Chica.
- Comité de Adelanto de Pequeños Comerciantes, ubicado en Paillaco.
- Comité Pequeños Agricultores Sol Naciente, ubicado en sector rural de Los Tallos.
- Comité de Pequeños Agricultores y Productores de Hortalizas y Chacareria, ubicado en Paillaco.
- Comité de Pequeños Agricultores Orgánicos, ubicado en sector rural Lumaco.
- Comité Comercializadora de Productos Forestales y Agrícolas de Paillaco, ubicado en Paillaco.
- Comité de Pequeños Agricultores – Liucura, ubicado en sector rural Liucura.
- Feria Libre La Veguita de Pichi-Ropulli, ubicado en sector rural Pichirropulli.
- Mujeres Emprendedoras, ubicadas en Paillaco.
- Taller Productiva Elpichi Llolly, ubicado en sector rural El LLolly.
- Taller Productiva Paillaco, ubicado en Paillaco.
- Taller Laboral Sayenn, ubicado en Paillaco.



Relator: Francisco de Borja García

Índice

- .Como funcionan las organizaciones asociativas
- .Cómo trabajar con organizaciones asociativas
- .Ejemplos internacionales

¿Cómo funcionan las organizaciones asociativas?

- Las organizaciones individuales tienden a la producción esporádica, lo que crea tendencia a la desconfianza.
- Las Sociedades por acciones tienden a la jerarquización y al trabajo gerencial.
- Las Asociaciones gremiales representan a un colectivo de empresarios, pero no negocian por ellos
- Las cooperativas son personas jurídicas, por lo que se trabaja con la misma. Aunque, a parte, también se puede trabajar con sus socios.

¿Cómo trabajar con las asociaciones? - Cooperativas

- El 6º principio indica que las cooperativas deben cooperar entre sí.
- Las cooperativas tienen un gerente que las representa, por lo que se tiende a negociar con el mismo.
- Las cooperativas deben cooperar entre sí, en especial la del mismo rubro.
- Existen organizaciones para asociar cooperativas (A. G), (Federación o confederación)

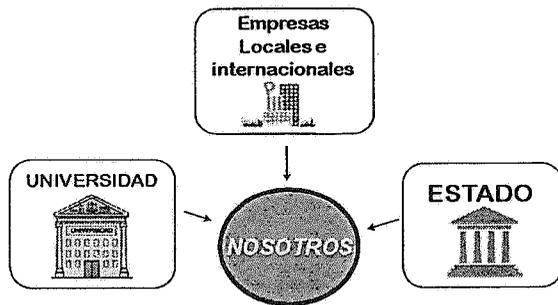
Trabajo con las asociaciones gremiales

- El trabajo gremial es la representación de un colectivo.
- La asociación gremial no tiene fines de lucros ni actividad económica.
- La negociación desde la asociación gremial tiende a ser estatal o de rubro, no comercial.

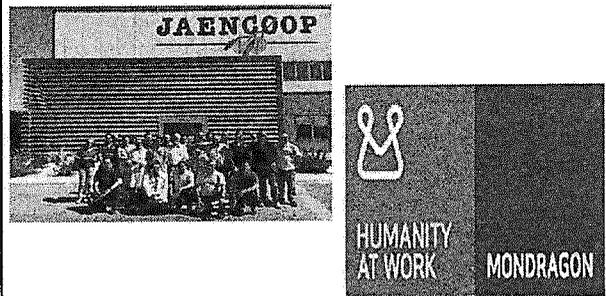
¿Cómo encadenamos las empresas cooperadas?

- Las empresas asociativas deben de trabajar con todo tipo de empresas.
- Se debe demostrar ser un proveedor fiable y un comprador rutinario.
- Se deben construir **REDES** con el entorno.

Modelos de encadenamiento de Elostdarnoff



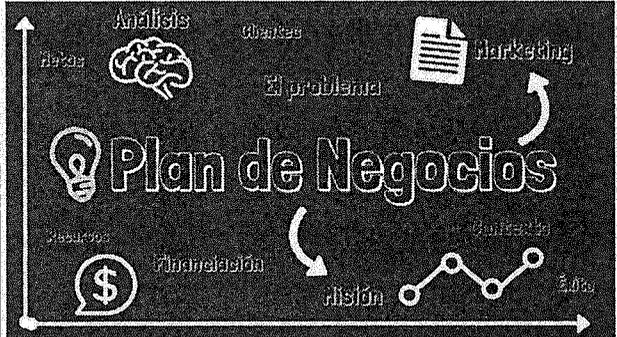
EJEMPLOS INTERNACIONALES





Relator: Francisco de Borja García

SESIÓN DE TRABAJO EN GRUPOS

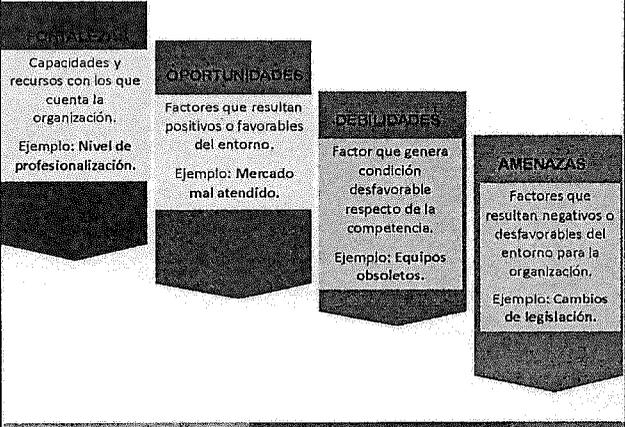


PLANES DE NEGOCIOS ESTRATÉGICOS

FODA

ESTRATEGIA EN RED

PLANIFICACIÓN

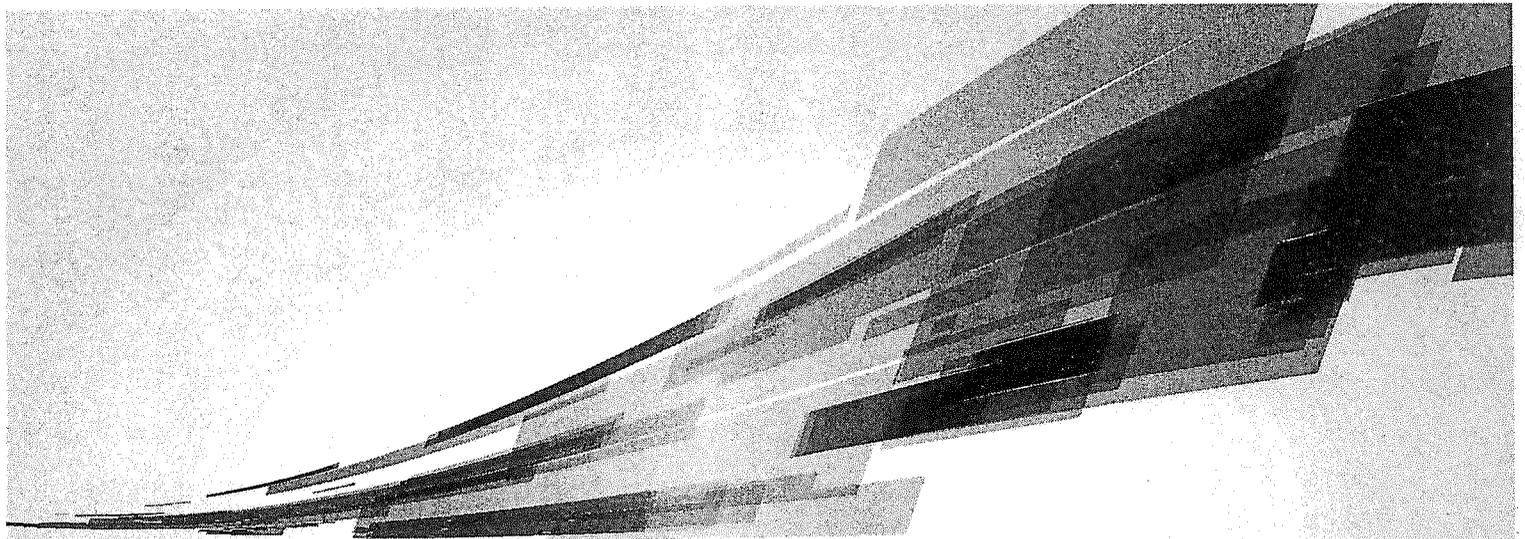


SESIÓN DE TRABAJO

- Se conformarán dos grupos:
 - A) Dedicados a actividades agrícolas y agroalimentarias
 - B) Dedicados a actividades forestales
- Se realizará un diagnóstico FODA de cada sector productivos.
- Se propondrán estrategias de trabajo en red.
- Se planificarán las próximas acciones a realizar.



INNOVACOOP
DESARROLLO · ECONOMIA SOCIAL



Identidad Trafkin KMK

El presente trabajo, tiene como objetivo presentar opciones de identidad corporativa de Trafkin KMK.

Esta propuesta pretende aportar con 10 ideas creativas para una imagen corporativa que destaque, impacte, identifique y a la vez proyecte simple y correctamente el mensaje deseado a clientes, proveedores y público masivo.

Quienes somos

EfectoVisual es una empresa Valdiviana, liderada por Boris González, publicista con más de 22 años de experiencia en temas comunicacionales.

Contamos con una red de apoyo de profesionales de gran nivel, formando un equipos de trabajo responsables, con mucha experiencia, lo que nos permite solucionar rápida y eficientemente los problemas relacionadas con nuestras diferentes áreas de especialización. Somos todos expertos en nuestras áreas y nos encanta nuestro trabajo.

Nuestra especialidad de trabajo se orienta a:

- Producción audiovisual
- Diseño y desarrollo Web
- Posicionamiento SEO / Marketing Online SEM
- Community Manager
- Imagen corporativa
- Prototipos 3D
- Producción de eventos
- Tomas aéreas con drones.













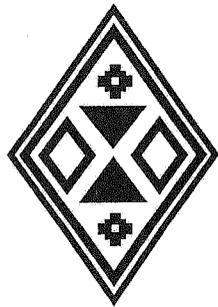




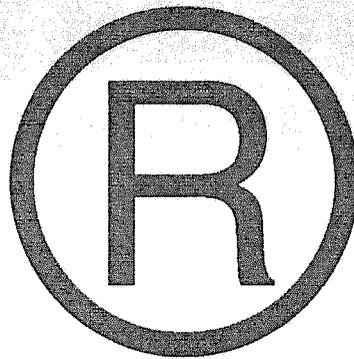


TRAFKIN
KMK

COOPERATIVA AGRÍCOLA



TRAFKIN
KMK
COOPERATIVA AGRÍCOLA



No olvides proteger tu marca

Porque hasta antes de realizado el registro ante la ley, la marca no es “tuya”, por lo tanto, cualquier otra persona puede solicitar el registro de la expresión que utilices como marca, llevándose, además de la marca en sí, todo el prestigio comercial que has dado a ese signo.

Es más, si registras tu marca, no sólo estarás convirtiéndote en su dueño o dueña, sino que además podrás oponerte a que cualquier otra persona la utilice sin tu autorización o a que otra persona inscriba una marca idéntica o similar a la tuya para identificar el mismo tipo de negocio que el tuyo.

¡PODEMOS AYUDARTE A TRAMITAR TU MARCA! CONSÚLTANOS