

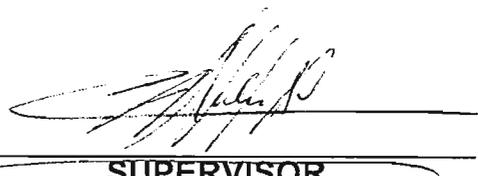


GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

PROPUESTA DEFINITIVA	“CONSULTORÍA TÉCNICO ECONÓMICA ESPECIALIZADA PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y OPERACIÓN DE UN NÚCLEO DE CRIANZA DE GANSOS PARA PRODUCCIÓN DE PLUMA, CARNE Y SUBPRODUCTOS EN EL MARCO DE UNA RED DE PEQUEÑOS PRODUCTORES”
CODIGO	FIA-CO-V-2004-1-G-007
EJECUTOR TECNICO	CORPORACION RUF
SUPERVISOR PROPUESTA	CLAUDIO SOLER
COORDINADOR EJECUCION	FRESIA ZUÑIGA
MODIFICACIONES	

INSTITUCIÓN EDUCACIONAL N.U.F
R.C. 32.503-5


COORDINADOR PROPUESTA


SUPERVISOR
FIA



FORMULARIO PRESENTACIÓN DE PROPUESTA PROGRAMA DE CONSULTORES CALIFICADOS

FOLIO DE
BASES

042

CODIGO
(Uso Interno)

CO-V-2004-1- 6 - 007

SECCIÓN 1: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

TITULO DE LA PROPUESTA:

Consultoría técnico económica especializada para la implementación y operación de un núcleo de crianza de gansos para producción de pluma, carne y subproductos en el marco de una red de pequeños productores.

ÁREA O SECTOR:

Pecuaria - Gestión

RUBRO:

Producción de Gansos

TEMA:

Alimentación y Nutrición Animal – Comercialización – Gestión – Manejo Productivo

ANTECEDENTES ENTIDAD RESPONSABLE

- Nombres y Apellidos : Corporación R.U.F.
- RUT : 81.882.500-5
- Dirección Postal : La Concepción 1369
- Región : IX Región
- Ciudad : Cunco
- Fono : 45/573259
- Fax : 45/573259
- E-mail : cocumeruf@entelchile.net
- Web :
- Cuenta Bancaria (Tipo, N°, Banco):

INSTITUCION EDUCACIONAL R.U.F.
Rut: 81.882.500-5

TIPO ENTIDAD RESPONSABLE:

• **Tipo de Entidad** :

(Señalar si corresponde a una empresa productiva y/o de procesamiento; organización o agrupación de productores pequeños, o medianos a grandes; asociación gremial de productores pequeños, o medianos a grandes; universidad; instituto de investigación, u otra entidad según punto V.1 de las Bases Generales)

• **Institución o Entidad** : Pública _____ Privada X

(Marcar con una cruz en el espacio en blanco corresponde a una pública o privada)

REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD RESPONSABLE

- Nombres y Apellidos : Fresia Zúñiga Pérez
- RUT :
- Cargo o Actividad que realiza en la Entidad Responsable : Representante Legal
- Dirección Postal : Arturo Prat 284
- Ciudad : Cuncu
- Región : IX Región
- País : Chile
- Fono y Fax : 45/573012
- E-mail : queti@entelchile.net

• Firma: _____

COORDINADOR DE LA EJECUCIÓN (Adjuntar curriculum vitae en Anexo 1)

- Nombres y Apellidos : Fresia Zúñiga Pérez
- RUT :
- Cargo o Actividad que realiza en la Entidad Responsable : Coordinadora

(Definir cargo que ocupa en la empresa o entidad responsable, si corresponde a un profesional del equipo técnico, productor, investigador, docente, empresario o consultor)

- Dirección Postal : La Concepción 1369
- Ciudad : Cuncu
- Región : IX Región
- País : Chile
- Fono y Fax : 45/573259
- E-mail : cocumeruf@entelchile.net

• Firma: _____

INSTITUCION EDUCACIONAL R.U.F
Rut: 81.882.500-5

ESPECIALIDAD CONSULTOR:

Empresa Consultora y Asesora Agropecuaria, con gran experiencia en el área de Gestión.

IDENTIFICACIÓN CONSULTOR (Adjuntar c. vitae en Anexo 2 y compromiso en Anexo 3)

- Nombres y Apellidos : Biotecnología Agropecuaria S.A.
- RUT : 96.751.440-3
- Institución/Empresa : BTA S.A.
- Dirección Postal : Eliodoro Yañez 2817 Providencia
- Ciudad : Santiago
- Región : Región Metropolitana
- Fono : 2-3355850
- Fax : 2-3356055
- E-mail : bta@bta.cl - euribe@bta.cl
- Fecha de Nacimiento : ---
- N° Pasaporte : ---

FECHA DE INICIO	(dd/mm/aaaa)	15/10/04		
FECHA DE TÉRMINO	(dd/mm/aaaa)	15/12/04		
COSTO TOTAL DE LA PROPUESTA	:\$	5.999.200		
FINANCIAMIENTO SOLICITADO A FIA	:\$	4.500.000.-	75	%
APORTE DE CONTRAPARTE	:\$	1.499.200	25	%

INSTITUCIÓN EDUCACIONAL R.U.F.P.
Rut. Nº 1582.500-5



TERMINOS DE REFERENCIA PARA EL CONSULTOR

La contratación de la empresa Biotecnología Agropecuria S.A. (BTA S.A.) como consultora, contempla el desarrollo de las siguientes actividades.

PLAN DE NEGOCIO: aspectos que se analizarán y que se definirán durante el desarrollo de la consultoría para finalizar en un plan de negocios de la empresa

1. AMBITOS DEL NEGOCIO (definiciones previas al inicio del trabajo propiamente tal)

1.1 PROGRAMA

Corresponderá a un planteamiento metodológico de un escalamiento productivo y comercial debidamente evaluado y cuyo principal objetivo es contribuir al aumento de competitividad comercial de la Unidad de Negocio.

1.2 AREA PRIORITARIA

Se entiende por área prioritaria aquella actividad productiva que será la principal beneficiaria de los impactos del escalamiento. En este caso será la producción y comercialización de carne de ganso, plumas procesadas y subproductos bajo ciertas características productivas que le confieren un grado de especialidad.

1.3 COMITE DIRECTIVO DEL PROYECTO

Corresponderá a la instancia en la cual se decidirá la pertinencia del programa estratégico. La función de este Comité será la de establecer los aspectos estratégicos y comerciales relevantes para la ejecución del proyecto así como orientar su marcha. Dicho comité deberá estar integrado por los representantes elegidos por la empresa que tengan una visión cabal de la situación actual de la empresa y sean capaces de orientar los lineamientos dentro de los ámbitos de desarrollo. Por parte de BTA estará representado por el Sr. Eduardo Uribe M. con la participación de los señores Manuel Camiruaga y Juan Pablo Avilés además del apoyo en Santiago de la Srta. Lea Canales R.

2. OBJETIVOS DE LA UNIDAD (se definirán al término del estudio y marcarán el desarrollo del plan de negocios)

2.1 OBJETIVO GENERAL

Definir los objetivos generales que definirán la estrategia comercial en su globalidad y son inmutables.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Los objetivos específicos son aquellos que definirán el proyecto comercial en cada etapa del Negocio en lo respectivo a su ámbito de acción.



2.3 RESULTADOS DE LA UNIDAD

Cada resultado esperado de la implementación de la estrategia deberá ser caracterizado cualitativa y cuantitativamente y se incluirán indicadores de éxito que permitan verificar la obtención de dichos resultados. Los resultados intermedios que se comprometan deberán permitir realizar un seguimiento frecuente del proyecto. Cabe señalar que un resultado verificable puede ser válido para el cumplimiento de diversos objetivos.

Los costos de los resultados del proyecto deberán analizarse en detalle, considerando el costo global de cada uno de ellos. Esta estimación de costos se refiere a los costos directos asociados a cada resultado.

3. FACTORES DEL ENTORNO (Trabajo propiamente tal)

Permite conocer a cabalidad el medio en el cual se debe desenvolver la empresa, su posicionamiento y definir los puntos críticos que deben ser abordados para un adecuado cumplimiento de los objetivos planteados.

3.1 ANALISIS TECNICO

3.1.1 AUDITORÍA ACTUAL DEL SISTEMA

El objetivo de esta actividad es determinar el estado actual del sistema de producción de gansos de la empresa. Se pretende analizar y describir cada una de las etapas que se están llevando a cabo en la empresa, los diagramas de flujo de información, la identificación de los agentes responsables y los planes que actualmente se están llevando a cabo para consolidar el desarrollo alcanzado.

3.1.2 ANÁLISIS DE BRECHA

En base a la auditoría entregada se procederá a efectuar un análisis de la brecha tecnológica que debe ser alcanzada por la empresa para estar a la par de sus principales competidores nacionales e internacionales. Se identificará claramente las ventajas competitivas y comparativas y sus principales debilidades y amenazas desde el punto de vista tecnológico. Cada aspecto abordado será analizado y discutido con el representante de la empresa en reuniones y/o comunicaciones personales de manera de establecer claramente los puntos que la empresa adicionalmente pudiera detectar.

4. ESCALAMIENTO COMERCIAL

4.1 RESULTADOS COMERCIALES ESPERADOS

Se caracterizarán los resultados derivados de cada Unidad de Negocio de acuerdo a la información contenida en el análisis técnico. Para ello se considerarán sólo aquellos resultados finales o parciales que pudieran transformarse en productos comerciales. Se identificará claramente los resultados que se esperan obtener de la implementación de

INSTITUCIÓN PROFESIONAL RUT
RUT: 81.032.500-9

Programa de Consultores Calificados
Ventanilla Abierta Año 2004
Formulario de Presentación



la estrategia comercial, considerando que formen parte de un paquete de desarrollo posible de implementar a escala comercial.

4.2 PRODUCTO

- i) Determinación de Segmentos Producto-Mercado (cartera de productos a desarrollar por parte de la empresa y destino o mercado en el cual puede ser competitivo)
- ii) Estrategias de evolución que se espera sigan los productos en el mercado (declaración respecto a que medidas se deberían tomar en base a resultados que se produzcan una vez que se penetre el mercado)
- iii) Segmentación de productos según su estrategia competitiva.

4.3 NEGOCIOS

Las Unidades de Negocio y otros potenciales negocios productivos o de servicios asociados y que se refieren al proyecto se analizarán en el marco de la estrategia central utilizando perfiles de competitividad que permitan evaluar la relevancia de su futura incorporación.

- i) Desarrollo de las capacidades competitivas y alcance.
- ii) Desarrollo de actividades primarias.
- iii) Desarrollo de estrategias comerciales
- iv) Definición de los productos comerciales

4.4 MECANISMOS DE EMPRENDIMIENTO

Dependiendo de la disponibilidad de activos complementarios, la familiaridad con la tecnología y el mercado que tienen los productos y la empresa, y otros factores, se propondrá la estrategia de emprendimiento.

4.5 DESCRIPCION DE LOS NEGOCIOS

Sobre la base del marco referencial contenido en el punto anterior, donde identifica los negocios derivados, estos se analizarán en forma más detallada, lo que implica establecer los ámbitos de producto, mercado, geografía y estrategia para el negocio, es decir, cuando se decide qué es lo que se va a vender. Es necesario decidir también la forma como se comercializará el producto.

INSTITUCION EDUCACIONAL R.U.F
Rut: 81.662.500-5

5. ANALISIS DE MERCADO A NIVEL DE ESCRITORIO

En esta parte se efectuará un análisis a nivel de fuentes secundarias y terciarias para definir aspectos relevantes en el ámbito del estudio.

5.1 ANALISIS DE MERCADO DE LOS SUSTITUTOS

Se identificará y caracterizará aquellas empresas u otras entidades que proveen bienes y servicios sustitutos de los productos desarrollados o requeridos por las Unidades de Negocio.



5.2 ANALISIS DE NORMAS VIGENTES (AMBIENTALES, SANITARIAS, TECNICAS, JURIDICAS, ETC.)

Se realizará una búsqueda y análisis de las normas vigentes tanto nacionales como del extranjero que estén relacionadas con el proyecto.

6. DISPONIBILIDAD Y ESPECIFICIDAD DE LOS ACTIVOS COMPLEMENTARIOS

El éxito en la comercialización y difusión de un emprendimiento comercial depende fuertemente de la disponibilidad de un gran conjunto de activos complementarios de apoyo para producir el bien y distribuirlo en los mercados que lo demanden.

Para poner un producto en el mercado se requiere disponer de estos activos y si no se los posee, contratarlos con una empresa o formar alianzas estratégicas. De cualquier manera la empresa propietaria de estos activos complementarios va a conseguir una parte del beneficio creado.

7. PLAN DE TRABAJO DEL ESCALAMIENTO COMERCIAL

Se formulará un plan de trabajo realista, claramente orientado a lograr los objetivos y resultados esperados, que refleje la metodología propuesta y que sea consecuente con la organización y el presupuesto.

8. ORGANIZACION Y ADMINISTRACION DEL PROYECTO

8.1 DEFINICION DE FUNCIONES

Se detallarán las funciones y roles desempeñados por las unidades participantes. Para ello se separará el personal en dos grupos: por una parte a aquellas personas que están directamente vinculadas con las actividades de la empresa y por otra a aquellas que desempeñan una función productiva, comercial, de apoyo, administrativo, financiero-contable, de adquisiciones, etc.

INSTITUCION FUNDACIONAL DE
500.000.000-5

8.2 ORGANIGRAMA

Se establecerá la estructura de organización comercial, apoyado de un esquema que permita visualizar de manera gráfica y simplificada el tipo de organización propuesta y las relaciones funcionales y jerárquicas que se establecerán entre las distintas unidades participantes en el proyecto. La estructura organizativa debe considerar y diferenciar las unidades de la empresa y aquellas de la planta.

Los principales criterios y procedimientos de operación que se usará para administrar el proyecto (control de avance, asignación y control de recursos, manejo del tiempo,

coordinación entre grupos, comunicación, etc.) serán identificados y caracterizados en detalle.

9. EVALUACIÓN ECONÓMICA

9.1 HORIZONTE DE EVALUACION

El horizonte de evaluación para el proyecto conforme a las características de la tecnología involucrada y, cuando sea el caso, del ciclo de vida característico del producto comercial, deberá ser compatible con el escenario utilizado en la evaluación económica. Considerando el periodo de transición de la empresa, la definición del horizonte de evaluación será una de las variables a considerar a la hora de priorizar los proyectos comerciales.

9.2 DETERMINACIÓN DE BENEFICIOS ECONOMICO NO CUANTIFICADOS

Deberán incorporarse en la evaluación aquellos aspectos no cuantificables que resulten de interés particular de la empresa, ya sea por su aplicación en un ámbito de negocio en común o por el desarrollo de nuevas áreas estratégicas.

9.3 CALCULO DE INDICADORES ECONOMICOS

Finalmente se utilizarán como indicadores económicos relevantes el valor actual neto -VAN- (utilizando una tasa de descuento ad hoc) y la tasa interna de retorno -TIR- resultante de los flujos netos por proyecto. Además se incorporarán indicadores de desempeño como recuperación de capital y de riesgo como puntos de equilibrio.


RUT: 81.123.456-7



SECCIÓN 2: PROPONENTES DE LA PROPUESTA (En caso de instituciones u otras entidades adjuntar en Anexo 4 breve resumen con sus funciones y características, en caso de personas individuales adjuntar su c. vitae resumido según pauta adjunta en Anexo 4)

Nombre de la Entidad o Persona que participa (en la organización y ejecución de la propuesta)	RUT	Tipo de Entidad o Lugar en donde trabaja (en caso de persona individual) (1/)	Actividad que realiza la entidad o la persona proponente (2/)	Región
1. Corporación RUF	81.882.500-5	-----	Educación y producción.	IX

1/ Señalar en caso de persona individual el nombre del lugar, empresa o institución donde trabaja, y en caso de institución u otra entidad, señalar que tipo de entidad es: empresa productiva y/o de procesamiento; organización o agrupación de productores pequeños, o medianos a grandes; asociación gremial de productores pequeños, o medianos a grandes; universidad no instituto de investigación entre otras)

2/ Señalar en caso de persona individual la actividad que realiza (productor, investigador, docente, empresario, etc.) y en caso de institución, organización u otra entidad, señalar la actividad a la cual está orientada principalmente (producción, asesoría, comercialización, investigación, etc.)

INSTITUCION EDUCACIONAL R.U.
RUT 81.882.500-5

SECCIÓN 3: DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

3.1. Objetivos Generales (técnicos y económicos)

El objetivo central del estudio de factibilidad técnica económica será evaluar el desarrollo de un proyecto de producción y comercialización de gansos, sustentable en el tiempo y que satisfaga los principios declarados en la Misión de la empresa.

3.2. Objetivos Específicos (técnicos y económicos)

- 1.- Analizar técnicamente los factores del entorno
- 2.- Desarrollar el sistema de escalamiento comercial
- 3.- Realizar un análisis de mercado a nivel de escritorio
- 4.- Determinar la disponibilidad y especificidad de los activos complementarios
- 5.- Desarrollar un plan de trabajo para el escalamiento comercial.
- 6.- Establecer la organización y administración del proyecto.

INSTITUCIÓN FONDECORP CHILE
Rut: 80.002.500-5

Programa de Consultores Calificados
Ventanilla Abierta Año 2004
Formulario de Presentación

3.3. Justificación de la necesidad y oportunidad de contar con el apoyo de un consultor

Actualmente la Corporación RUF cuenta con una producción de gansos desde un plantel de reproductores hasta la planta de faena, pasando por los procesos de producción de huevos, incubación, crianza, faena y venta tanto de carne de gansos como de subproductos, es decir tienen las capacidades logísticas para llevar a cabo la etapa productiva.

Esta empresa trabaja con pequeños productores y se orienta en la producción de un producto de excelencia como es la carne de ganso y sus subproductos. Dentro del funcionamiento del sistema de producción y venta se detectan una serie de debilidades:

- Falta de gestión tecnológica de sistema de información administrativa
- Necesidad de una adecuada gestión contable y de costos
- Carencia de un plan de promoción y marketing
- Deficiente gestión comercial
- Poco conocimiento del mercado actual y futuro de los productos de la empresa.

Se puede decir entonces que la Corporación RUF posee las capacidades técnicas y productivas para la producción y comercialización de carne de ganso y subproductos, en el mercado nacional en una primera etapa y de exportación en una segunda, pero requiere de apoyo externo para la elaboración de un estudio técnico económico de producción y comercialización de gansos y subproductos que permita consolidar la empresa en su mercado objetivo. Con este fin surge la idea de contratar la empresa consultora Biotecnología Agropecuaria (BTA S.A.).

BTA S.A., es una empresa consultora que cuenta con experiencia en el sector agropecuario, que tendrá como actividades el desarrollar un programa de análisis de costo y apoyo técnico comercial que permita orientar y priorizar las acciones de corto y mediano plazo tendientes a consolidar a la empresa en su mercado objetivo.

INSTITUCIÓN EDUCACIONAL RUF
Rect. A. [illegible]

3.4. Antecedentes técnicos y viabilidad de incorporación al sistema productivo nacional de la(s) tecnología(s) involucrada(s)

En Chile la agricultura tradicional está pasando por una fuerte crisis que afecta particularmente a la pequeña y mediana agricultura, lo que obliga a los productores e investigadores a buscar nuevas alternativas productivas para el desarrollo sustentable del sector.

Dentro de estas alternativas productivas, los gansos han despertado un particular interés en los últimos años, quizás como consecuencia de las expectativas de comercialización de productos no tradicionales, algunos de los cuales tienen buena demanda y un alto precio en los mercados externos, particularmente la producción de carne, plumas e hígado graso.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados, en general la producción de gansos no ha logrado establecerse como un sistema productivo comercial. La población de gansos en nuestro país no supera los 358.965 individuos (INE, 2000), de los cuales el 30% se concentran en la Novena Región y un 31.5% en Décima Región de nuestro país.

En cuanto a la comercialización de productos de gansos en Chile, la situación no es mucho mejor, dado que no existe un hábito de consumo de carne de ganso por parte del consumidor y en cuanto a la pluma, el precio pagado a productor en la actualidad es muy bajo, además de tener que competir con la pluma sintética, no existiendo conocimiento sobre la demanda y oferta real de este mercado. Adicionalmente, el volumen que cada productor logra obtener en sus sistemas es tan pequeño que no le permiten, en forma individual, lograr adecuadas oportunidades de comercialización.

Sin embargo, para poder acceder a mercados europeos, es necesario considerar el interés creciente que existe por adquirir productos naturales, provenientes de sistemas donde el proceso productivo es limpio y orientado hacia el bienestar animal, normativas que son reguladas por cada país y llevadas a cabo a través de convenios entre productor y comprador.

Por las razones antes descritas la realización de esta consultoría permitiría mejorar aspectos de gran relevancia, como el mejorar los sistemas de producción y comercialización de gansos, lograr conocer la demanda y oferta real del mercado, establecer un sistema comercial que integre los pequeños productores de manera que puedan mejorar sus oportunidades de comercialización, etc.

INSTITUCIÓN EDUCACIONAL B.I.F.
Fut: B.Y. 4.1

3.5. Coherencia de la propuesta con las actividades innovativas que los proponentes desean desarrollar en el corto plazo

El desarrollo de la presente propuesta se enmarca dentro de las actividades que realiza la Corporación RUF y la Cooperativa de Trabajo Cadeprom Ltda.. de manera de abordar un nicho de mercado de productos de ganso. Es por esto que todos los antecedentes productivos y técnicos serán obtenidos de las experiencias ya realizadas por la corporación y la cooperativa, complementados con el expertise técnico comercial de la consultora.

El objetivo general del estudio de factibilidad técnica económica estará centrado en evaluar el desarrollo de un proyecto de producción y comercialización de gansos, sustentable en el tiempo y que satisfaga los principios declarados en la Misión de la Fundación. Para lograr este objetivo la base de la sustentabilidad del negocio se focalizará en utilizar el desarrollo tecnológico como fuente de competitividad, a través del desarrollo de productos y procesos.

Esta propuesta considera también el desarrollo del escalamiento productivo y comercial, el cual se centrará en el uso de activos complementarios y la posibilidad de generar alianzas estratégicas; y un análisis de resultados que incluirá el análisis de oportunidades de generación de unidades de negocio complementarias.

De esta forma se detecta una coherencia con las actividades de carácter innovador que la empresa espera desarrollar en el corto plazo, las que se refieren a:

- Consolidación del sistema de producción de carne y subproductos de gansos
- Desarrollo de un adecuado sistema de comercialización de carne y subproductos de gansos.
- Determinación de la fuente de competitividad
- Escalamiento comercial de la empresa

Para obtener los resultados esperados se utilizará como base el plan estratégico actual de la Corporación y de la cooperativa de pequeñas productoras, estableciendo énfasis en los principios básicos que rigen su funcionamiento.



INSTITUCIÓN EDUCACIONAL RUF
RUT. 81.271.140-7



3.6. Resultados o productos esperados con la realización de la propuesta

1. Ámbitos de Negocios

1.1 Programa

Se realizará un planteamiento metodológico de un escalamiento productivo y comercial debidamente evaluado y cuyo principal objetivo es contribuir al aumento de competitividad comercial de la Unidad de Negocio.

1.2 Área Prioritaria

Se entiende por área prioritaria aquella actividad productiva que será la principal beneficiaria de los impactos del escalamiento. En este caso será la producción y comercialización de carne de ganso, plumas procesadas y subproductos bajo ciertas características productivas que le confieren un grado de especialidad.

1.3 Comité Directivo del Proyecto

En esta etapa se decidirá la pertinencia del programa estratégico. La función de este Comité será la de establecer los aspectos estratégicos y comerciales relevantes para la ejecución del proyecto así como orientar su marcha. Dicho comité deberá estar integrado por los representantes elegidos por la empresa que tengan una visión cabal de la situación actual de la empresa y sean capaces de orientar los lineamientos dentro de los ámbitos de desarrollo. Por parte de BTA estará representado por el Sr. Eduardo Uribe M. con la participación de los señores Manuel Camiruaga y Juan Pablo Avilés además del apoyo en Santiago de la Srta. Lea Canales R.

2. Objetivos de la Unidad

2.1 Objetivo General

Se identificarán los objetivos generales que definirán la estrategia comercial en su globalidad y son inmutables.

2.2 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos son aquellos que definirán el proyecto comercial en cada etapa del Negocio en lo respectivo a su ámbito de acción.

2.3 Resultados de la Unidad

Cada resultado esperado de la implementación de la estrategia será caracterizado cualitativa y cuantitativamente y se incluirán indicadores de éxito que permitan verificar la obtención de dichos resultados. Los resultados intermedios que se comprometan permitirán realizar un seguimiento frecuente del proyecto. Cabe señalar que un resultado verificable puede ser válido para el cumplimiento de diversos objetivos.

Los costos de los resultados del proyecto se analizarán en detalle, considerando el costo global de cada uno de ellos. Esta estimación de costos se refiere a los costos directos asociados a cada resultado.

3. Factores del Entorno

Permitirá conocer a cabalidad el medio en el cual se debe desenvolver la empresa, su posicionamiento y definir los puntos críticos que deben ser abordados para un adecuado cumplimiento de los objetivos planteados.

3.1 Análisis Técnico

3.1.1 Auditoria actual del sistema

El objetivo de esta actividad es determinar el estado actual del sistema de producción de gansos de la empresa. Se analizará y describirá cada una de las etapas que se están llevando a cabo en la empresa, los diagramas de flujo de información, la identificación de los agentes responsables y los planes que actualmente se están llevando a cabo para consolidar el desarrollo alcanzado.

Se precederá a cuantificar cada una de las actividades referidas principalmente a flujos de masa, flujos de caja, identificación de costos y estratificación en sus respectivos centros, estructura organizacional, alcance social y economías de ámbito si es que las hubiere.

La auditoría entregará como resultado verificable un informe detallado del accionar actual de la empresa el cual será discutido en terreno con los responsables que la empresa establezca.

3.1.2 Análisis de Brecha

En base a la auditoría entregada se procederá a efectuar un análisis de la brecha tecnológica que debe ser alcanzada por la empresa para estar a la par de sus principales competidores nacionales e internacionales. Se identificará claramente las ventajas competitivas y comparativas y sus principales debilidades y amenazas desde el punto de vista tecnológico. Cada aspecto abordado será analizado y discutido con el representante de la empresa en reuniones y/o comunicaciones personales de manera de establecer claramente los puntos que la empresa adicionalmente pudiera detectar.

4. Escalamiento Comercial

4.1 Resultados Comerciales Esperados

Se caracterizarán los resultados derivados de cada Unidad de Negocio de acuerdo a la información contenida en el análisis técnico. Para ello se considerarán sólo aquellos resultados finales o parciales que pudieran transformarse en productos comerciales. Se identificará claramente los resultados que se esperan obtener de la implementación de

INSTITUTO NACIONAL DE Fomento Rural
Rut. 12.500-5



la estrategia comercial, considerando que formen parte de un paquete de desarrollo posible de implementar a escala comercial.

4.2 Producto

- i) Determinación de Segmentos Producto-Mercado (cartera de productos a desarrollar por parte de la empresa y destino o mercado en el cual puede ser competitivo)
- ii) Estrategias de evolución que se espera sigan los productos en el mercado (declaración respecto a que medidas se deberían tomar en base a resultados que se produzcan una vez que se penetre el mercado)
- iii) Segmentación de productos según su estrategia competitiva.

4.3 Negocios

Las Unidades de Negocio y otros potenciales negocios productivos o de servicios asociados y que se refieren al proyecto se analizarán en el marco de la estrategia central utilizando perfiles de competitividad que permitan evaluar la relevancia de su futura incorporación.

i) Desarrollo de las capacidades competitivas y alcance.

- Definición de la amplitud del objetivo de la empresa en el sector (nichos a los que se debe ingresar y a cuales no)
- Alcance de sus productos comerciales (grado de penetración de los nichos predeterminados).

ii) Desarrollo de actividades primarias.

- Producción (flujo de masa, programación de adquisiciones, sistema de producción, desarrollo de productos, control de calidad)
- Logística interna (Recepción, almacenaje, manejo materias primas, bodegaje, control de inventario, programación de transporte y devolución de proveedores)
- Operación (Sistema de BPG, trazabilidad, control de calidad y funcionamiento servicios de apoyo)
- Marketing y Venta (Políticas de promoción, capacitación de personal de venta, cotizaciones, selección de canales de distribución, relación con estos canales y determinación de precios)
- Servicios de post venta (Asesorías para el uso, desarrollo de actividades de capacitación a clientes, servicios complementarios de análisis, información técnica)



iii) Desarrollo de estrategias comerciales

- Será definido en conjunto con la empresa una vez terminado el diagnóstico productivo, determinación de capacidades y actividades primarias.

iv) Definición de los productos comerciales

- Determinación de beneficios esperados del mix producto (carne, plumas, productos elaborados y/o subproductos)
- Determinación de principales atributos del producto
- Líneas de productos
- Calidad del producto
- Combinación de productos propios y con terceros

4.4 Mecanismos de Emprendimiento

Dependiendo de la disponibilidad de activos complementarios, la familiaridad con la tecnología y el mercado que tienen los productos y la empresa, y otros factores, se propondrá la estrategia de emprendimiento.

4.5 Descripción de los Negocios

Sobre la base del marco referencial contenido en el punto anterior, donde identifica los negocios derivados, estos se analizarán en forma más detallada, lo que implica establecer los ámbitos de producto, mercado, geografía y estrategia para el negocio, es decir, cuando se decide qué es lo que se va a vender. Se decidirá también la forma como se comercializará el producto.

5. Análisis de Mercado a Nivel de Escritorio

En esta parte se efectuará un análisis a nivel de fuentes secundarias y terciarias para definir aspectos relevantes en el ámbito del estudio.

5.1 Análisis de Mercado de los Sustitutos

Se identificará y caracterizará aquellas empresas u otras entidades que proveen bienes y servicios sustitutos de los productos desarrollados o requeridos por las Unidades de Negocio.

5.2 Análisis de Normas Vigentes (Ambientales, Sanitarias, Técnicas, Jurídicas, etc.)

Se realizará una búsqueda y análisis de las normas vigentes tanto nacionales como del extranjero que estén relacionadas con el proyecto.

6. Disponibilidad y Especificidad de los Activos Complementarios

El éxito en la comercialización y difusión de un emprendimiento comercial depende fuertemente de la disponibilidad de un gran conjunto de activos complementarios de apoyo para producir el bien y distribuirlo en los mercados que lo demanden.

Para poner un producto en el mercado se requiere disponer de estos activos y si no se los posee, contratarlos con una empresa o formar alianzas estratégicas. De cualquier manera la empresa propietaria de estos activos complementarios va a conseguir una parte del beneficio creado.

Se realizará un diagnóstico de los activos con los cuales la empresa cuenta en forma permanente o eventual, la posibilidad de acceder a ciertos bienes y servicios en forma externa de manera de poder determinar la magnitud real de las inversiones a realizar.

7. Plan de Trabajo del Escalamiento Comercial

Se formulará un plan de trabajo realista, claramente orientado a lograr los objetivos y resultados esperados, que refleje la metodología propuesta y que sea consecuente con la organización y el presupuesto.

8. Organización y Administración del Proyecto

8.1 Definición de Funciones

Se detallarán las funciones y roles desempeñados por las unidades participantes. Para ello se separará el personal en dos grupos: por una parte a aquellas personas que están directamente vinculadas con las actividades de la empresa y por otra a aquellas que desempeñan una función productiva, comercial, de apoyo, administrativo, financiero-contable, de adquisiciones, etc.

8.2 Organigrama

Se establecerá la estructura de organización comercial, apoyado de un esquema que permita visualizar de manera gráfica y simplificada el tipo de organización propuesta y las relaciones funcionales y jerárquicas que se establecerán entre las distintas unidades participantes en el proyecto. La estructura organizativa debe considerar y diferenciar las unidades de la empresa y aquellas de la planta.

Los principales criterios y procedimientos de operación que se usará para administrar el proyecto (control de avance, asignación y control de recursos, manejo del tiempo,

coordinación entre grupos, comunicación, etc.) serán identificados y caracterizados en detalle.

9. Evaluación Económica

9.1 Horizonte de Evaluación

El horizonte de evaluación para el proyecto conforme a las características de la tecnología involucrada y, cuando sea el caso, del ciclo de vida característico del producto comercial, deberá ser compatible con el escenario utilizado en la evaluación económica. Considerando el período de transición de la empresa, la definición del horizonte de evaluación será una de las variables a considerar a la hora de priorizar los proyectos comerciales.

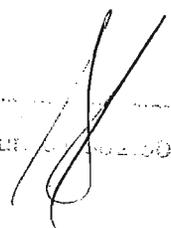
9.2 Determinación de Beneficios Económicos no Cuantificados

Se incorporarán en la evaluación aquellos aspectos no cuantificables que resulten de interés particular de la empresa, ya sea por su aplicación en un ámbito de negocio en común o por el desarrollo de nuevas áreas estratégicas.

9.3 Cálculo de Indicadores Económicos

Finalmente se utilizarán como indicadores económicos relevantes el valor actual neto -VAN- (utilizando una tasa de descuento ad hoc) y la tasa interna de retorno -TIR- resultante de los flujos netos por proyecto. Además se incorporarán indicadores de desempeño como recuperación de capital y de riesgo como puntos de equilibrio.

RECEBIDO EN EL REGISTRO DE
RUT 15.000.000-5





SECCIÓN 4: COMPROMISO DE TRANSFERENCIA

Al término de la consultoría se generarán los documentos en los que se entrega todo el trabajo desarrollado, la cual será complementada con las siguientes actividades de difusión:

Charla: orientada a los proveedores actuales y potenciales, a los cuales se les indicará la alternativa de integrarse como proveedor al sistema de acuerdo a las necesidades de Corporación RUF. La charla se realizará el día 4 de Noviembre de 2004 (fecha tentativa) en la Corporación RUF, en la cual se entregará información mediante la exposición, se espera contar con una asistencia de al menos 25 productores.

Plan de Comercialización: orientado al sector directivo de la empresa y al personal profesional. La actividad se realizará el día 4 de Noviembre de 2004 (fecha tentativa) en la Corporación RUF, en la cual se entregará información mediante la exposición y entrega del documento escrito.

PROGRAMA DE CONSULTORES CALIFICADOS
VENTANILLA ABIERTA AÑO 2004
FORMULARIO DE PRESENTACIÓN

Programa de Consultores Calificados
Ventanilla Abierta Año 2004
Formulario de Presentación



SECCIÓN 5: BENEFICIARIOS

Los beneficiarios directos de la realización de la presente consultoría son los productores de la Corporación RUF (6 productores) y los productores de la Cooperativa de trabajo Cadeprom (35 productores).

Los beneficiarios indirectos de la realización de la presenta consultoría son los pequeños productores de la zona que puedan incorporarse como proveedores, para los cuales se abre una alternativa real de diversificación productiva. (100 productores aproximadamente).

INSTITUCION EDUCACIONAL R.U.F
Rut: 87.682.600-6



SECCIÓN 6: IMPACTOS ESPERADOS

Los impactos esperados se pueden resumir en cuatro resultados de la presente consultoría

- Mejorar el posicionamiento y participación de la empresa en el mercado de productos de ganso
- Contar con un plan estratégico para abordar las oportunidades de mercado existente
- Escalamiento comercial de la empresa
- Conocimiento del mercado de los productos de ganso

Impactos Económicos

Los impactos económicos se refieren por un lado al aumento de rentabilidad para la Corporación RUF debido al mejoramiento del sistema de comercialización y posicionamiento de la empresa en el mercado, y por otra parte al aumento de ingresos de los productores de gansos que se incorporen al sistema.

Impactos Sociales

Los impactos sociales de la consultoría son los que surgen del aumento de ingresos de los productores de la Corporación RUF (6), pequeños productores de la Cooperativa Cadeprom (35) y los pequeños productores de gansos que se incorporen al sistema.

Impactos Ambientales

Debido a la naturaleza de la consultoría, no hay impactos ambientales. Los predios ya están produciendo, el matadero y planta de faena cuenta con todos los permisos y certificados sanitarios y ambientales, y no hay incorporación de nuevos procesos que puedan tener impactos en el medio ambiente.

INSTITUCIÓN FONDO AGRARIO RUF
FUT: 01.482.300.0



SECCIÓN 7: PROGRAMA DE ACTIVIDADES					
FECHA (Día-mes-año)	LUGAR (Institución/ Empresa/Productor)	ACTIVIDAD	OBJETIVO	N° y TIPO DE PARTICIPANTES	INFORMACIÓN A ENTREGAR
04 Nov 2004	Corporación RUF	Charla	Difundir los resultados de la consultoría	50 participantes Productores	Material Gráfico
04 Nov 2004	Corporación RUF	Plan de Comercialización	Dar a conocer la estrategia comercial que se efectuará en la empresa	10 participantes Personal directivo y profesional	Exposición

INSTITUCION INNOVACIONAL RUF
RUT: 870092500-5

SECCIÓN 8: COSTO TOTAL Y APOORTE SOLICITADO (En Pesos) (En disquete adjunto se encuentran los archivos con los cuadros de costos en Microsoft Excel, para ser trabajados en planilla de cálculo)

ÍTEM	COSTO TOTAL	APOORTE PROPIO	APOORTE SOLICITADO	Número de cotización adjunta (Anexo 5)
Pasajes aéreos internacionales (aporte FIA)	-	-	-	
Pasajes aéreos nacionales (aporte FIA)	-	-	-	
Tasas de embarque (aporte FIA)	-	-	-	
Seguro de viaje	-	-	-	
Honorarios consultor	1.150.000	1.150.000	-	
Gastos u honorarios intérprete	-	-	-	
Pasajes terrestres nacionales	-	-	-	
Viático Movilización	-	-	-	
Alojamiento	-	-	-	
Viático Alimentación	-	-	-	
Material de difusión	180.000	180.000	-	
Servicios Terceros	4.500.000	-	4.500.000	1
Gastos emisión de pagaré	79.200	79.200	-	
Gastos teléfono y fax	90.000	90.000	-	
TOTAL	5.999.200	1.499.200	4.500.000	

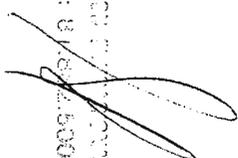
FONTOA FORMULARIO PRESENTACION
 FOLIO 81-0325005

SECCIÓN 8.1: PROCEDENCIA DE APOORTE DE CONTRAPARTE (En Pesos) (Cartas respaldo Anexo4)				
ÍTEM	APOORTE ENTIDAD RESPONSABLE	APOORTE DIRECTO PROPONENTES	APOORTE OTRA PROCEDENCIA	APOORTE TOTAL DE CONTRAPARTE
Pasajes aéreos internacionales (aporte FIA)	-			-
Pasajes aéreos nacionales (aporte FIA)	-			-
Tasas de embarque (aporte FIA)	-			-
Seguro de viaje	-			-
Honorarios consultor	1.150.000			1.150.000
Gastos u honorarios intérprete	-			-
Pasajes terrestres nacionales	-			-
Viático Movilización	-			-
Alojamiento	-			-
Viático Alimentación	-			-
Material de difusión	180.000			180.000
Servicios Terceros	-			-
Gastos emisión de pagaré	79.200			79.200
Gastos teléfono y fax	90.000			90.000
TOTAL	1.499.200	-	-	1.499.200

(*) Se debe ingresar en dicha celda el nombre de la otra fuente de financiamiento



INSTITUCIÓN FINANCIERA
 FURT: 0/00000005



SECCIÓN 8,2: DETALLE COSTOS EN PESOS (En Pesos)				
ÍTEM	COSTO UNITARIO	Nº DE UNIDADES	COSTO TOTAL	Nº COTIZACIÓN
Pasajes aéreos internacionales (aporte FIA)				
Pasajes aéreos nacionales (aporte FIA)				
Tasas de embarque (aporte FIA)				
Seguro de viaje				
Honorarios consultor			1.150.000	
Sra. Fresia Zuñiga	600.000	1	600.000	
Prof 2	550.000	1	550.000	
Gastos u honorarios intérprete				
Pasajes terrestres nacionales				
Viático Movilización				
Alojamiento				
Viático Alimentación				
Material de difusión			180.000	
Fotocopias	30.000	1	30.000	
Material de oficina	25.000	1	25.000	
Material audiovisual	25.000	1	25.000	
Arriendo Sala de Reuniones	100.000	1	100.000	
Servicios Terceros			4.500.000	
Asesoría BTA	4.500.000	1	4.500.000	1
Gastos emisión de pagaré			79.200	
Pagaré	79.200	1	79.200	
Gastos teléfono y fax			90.000	
Gastos teléfono fijo	30.000	1	30.000	
Gastos teléfonos celulares	30.000	2	60.000	
TOTAL			5.999.200	

(**) Los montos señalados en este cuadro deben ser explicados con detalle en la sección 8.3



INSTITUCIÓN EDUCACIONAL RUF
 RUT 9.189.4500-5

SECCIÓN 8.3. DETALLE DE CALCULO DE COSTOS

En esta sección se debe entregar toda la información necesaria que explique detalladamente los cálculos realizado para determinar la estructura de costos de la consultoría y los montos indicados en el cuadro anterior de la sección 8.2.

- **Pasajes terrestres internacionales, tasas de embarque y seguros de viaje (sobre los valores referenciales entregados por la agencia de viaje):**

No aplica debido a las características de la asesoría

- **Pasajes terrestres nacionales (sobre los valores referenciales entregados por la agencia de viaje)**

No aplica debido a las características de la asesoría

- **Honorarios Consultor (debe incluir la retención de impuesto correspondiente)**

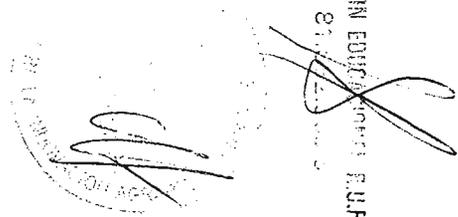
Los honorarios de los profesionales se calcularon según su sueldo mensual y el tiempo dedicado al estudio. Los honorarios de BTA se calcularon de la misma manera, según el costo mensual y la cantidad de trabajo a realizar.

- **Honorarios Intérprete (debe incluir la retención de impuesto correspondiente)**

No aplica debido a las características de la asesoría

- **Viático Movilización (Gastos menores de traslados terrestre: peajes, bencina, pasajes tren, entre otros)**

No aplica debido a las características de la asesoría



INSTITUCIÓN EDUCACIONAL F.I.A.
FONDO DE INNOVACIÓN AGRARIA

- **Servicios de Terceros**

Los honorarios de BTA (\$4.500.000) corresponden a lo cobrado por la empresa según el costo mensual de su asesoría y el tipo y la cantidad de trabajo a realizar.

- **Gastos de Difusión y Transferencia**

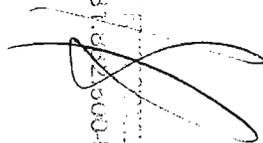
Corresponden a los gastos en fotocopias (\$30.000), material de oficina (\$25.000), material audiovisual (\$25.000) y arriendo de la sala de reuniones (\$100.000); gastos necesarios para la transferencia de los resultados de la consultoría.

- **Gastos de Teléfono y Fax**

Corresponden a los gastos de teléfono fijo (\$30.000) y dos teléfonos celulares (\$30.000 cada uno) durante la duración del proyecto.



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES AGRARIAS
Rut: 81.622.500-5



Consultoría BTA a Fundación RUF

ID	Task Name	Duration	Start	September					October					No		
				W-2	W-1	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8		W9	W10
1	Inicio Consultoria	0 days	01-09-04		◆	01-09										
2	1. Ámbitos de Negocio	30 days	01-09-04		■											
3	1.1 Programa	10 days	01-09-04		■											
4	1.2 Área prioritaria	10 days	15-09-04			■										
5	1.3 Comité directivo del proyecto	30 days	01-09-04		■											
6	2. Objetivos de la Unidad	21 days	01-09-04		■											
7	2.1 Objetivo general	7 days	01-09-04		■											
8	2.2 Objetivos específicos	7 days	10-09-04			■										
9	2.3 Resultado de la unidad	7 days	21-09-04				■									
10	3. Factores del Entorno	20 days	01-09-04		■											
11	3.1 Análisis Técnico	20 days	01-09-04		■											
12	Auditoría actual del sistema	10 days	01-09-04		■											
13	Análisis de brecha	10 days	15-09-04			■										
14	4. Escalamiento Comercial	27 days	01-09-04		■											
15	4.1 Resultados comerciales esperados	7 days	01-09-04		■											
16	4.2 Producto	7 days	08-09-04			■										
17	4.3 Negocios	7 days	15-09-04				■									
18	4.4 Mecanismos de emprendimiento	7 days	22-09-04					■								
19	4.5 Descripción de los negocios	7 days	29-09-04						■							
20	5. Análisis de Mercado a Nivel de Escritorio	30 days	01-09-04		■											
21	5.1 Análisis mercado de los sustitutos	15 days	01-09-04		■											
22	5.2 Análisis normas vigentes	15 days	22-09-04			■										
23	6. Disponibilidad y Especificidad Activos Complementarios	10 days	29-09-04				■									
24	7. Desarrollo Plan de Trabajo del Escalamiento Comercial	10 days	29-09-04					■								
25	8. Organización y Administración Proyecto	10 days	30-09-04						■							
26	9. Evaluación Económica	10 days	29-09-04							■						
27	Fin Proyecto	0 days	13-10-04								◆	13-10				
28																
29	Elaboración Informe Final	15 days	14-10-04									■				
30	Entrega Informe Final	0 days	03-11-04													◆
31	10. Actividades Transferencia	1 day	04-11-04													■
32	Charla a productores	1 day	04-11-04													■
33	Plan de comercialización	1 day	04-11-04													■

INSTITUCIÓN EDUCACIONAL
 FON: 0892 50045

Condiciones

1. Revisar y ajustar estructura de costos, considerando que se señala en ella que los honorarios del consultor serán aportados por Corporación RUF y los servicios a terceros corresponderían a la participación de BTA. Precisar detalle y justificar monto solicitado por BTA S.A.
2. Se solicita un cronograma detallado de las actividades en terreno y oficina que se realizarán en el lapso de tiempo estimado para la consultoría.

Respuestas

1.1 Detalle de ítem honorarios consultor (Aporte Corp RUF y solicitado a FIA)

Ítem Honorarios Aporte Corporación RUF

	\$ unitario	unidades	\$ total
Honorarios consultor			5.650.000
Sra. Fresia Zuñiga (Corp RUF)	600.000	1	600.000
Profesional 2 (Corp RUF)	550.000	1	550.000
Consultores BTA	4.500.000	1	4.500.000

1.2 Justificación del monto solicitado por la empresa BTA S.A.

En la tabla que se entrega a continuación se detallan los gastos de BTA para el desarrollo de las actividades, de manera de justificar el monto solicitado por esta empresa.

INSTITUCION EDUCACIONAL R.U.
Rut: 81.682.500-5



ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	\$/UNIDAD	TOTAL
1. AMBITO DE NEGOCIO, OBJETIVOS UNIDAD, FACTORES DEL ENTORNO				
1.1 PROFESIONALES				
Consultor Principal MCL	HH	25	12.000	300.000
Médico Veterinario JPAR	HH	25	10000	250.000
Ingeniero Agrónomo EUM	HH	10	10.000	100.000
Ingeniero Agrónomo LCR	HH	10	10.000	100.000
1.2 PERSONAL DE APOYO				
Digitadores	HH	10	3.000	30.000
Secretaria	HH	10	3.000	30.000
1.3 MATERIALES, VIAJES Y VIÁTICOS				
Materiales de escritorio	Set	1	50.000	50.000
Servicios conexión base de dato	Servicio	1	50.000	50.000
Pasajes	unidades	3	120.000	360.000
Viáticos	días	6	30.000	180.000
Gastos grales administración	servicio	1	425.000	425.000
SUBTOTAL				1.875.000
2. ANÁLISIS MERCADO NIVEL ESCRITORIO, ESCALAMIENTO COMERCIAL				
2.1 PROFESIONALES				
Ingeniero Agrónomo EUM	HH	15	10.000	150.000
Ingeniero Agrónomo LCR	HH	15	10.000	150.000
2.2 PERSONAL DE APOYO				
Digitadores	HH	15	3.000	45.000
Secretaria	HH	10	3.000	30.000
2.3 MATERIALES, VIAJES Y VIÁTICOS				
Servicio Telefónico	Servicio	1	80.000	80.000
Servicio Conexión Base de Datos	Servicio	1	50.000	50.000
Gastos grales administración	servicio	1	425.000	425.000
SUBTOTAL				930.000
3. ACTIVOS COMPLEMENTARIOS, PLAN DE TRABAJO ESCALAMIENTO COMERCIAL, EVALUACIÓN ECONÓMICA				
3.1 PROFESIONALES				
Consultor Principal MCL	HH	20	12.000	240.000
Ingeniero Agrónomo EUM	HH	25	10.000	250.000
3.2 PERSONAL DE APOYO				
Digitadores	HH	10	3.000	30.000
Secretaria	HH	10	3.000	30.000
3.3 MATERIALES, VIAJES Y VIÁTICOS				
Elaboración Informe final	Set	1	180.000	180.000
Pasajes exposición final	unidades	3	120.000	360.000
Viáticos exposición final	días	6	30.000	180.000
Gastos grales administración	servicio	1	425.000	425.000
SUBTOTAL				1.695.000
TOTAL ESTUDIO (\$)				4.500.000

INSTITUCIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

Rut: 87.682

[Handwritten signature]

INSTITUCIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

INFORME DE

INSTITUCIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

INSTITUCIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS

2. El detalle de las actividades a realizar es el siguiente:

1. Ámbitos de Negocio

Esta actividad será realizada por el experto Manuel Camiruaga y Juan Pablo Aviléz (médico veterinario) con apoyo de Eduardo Uribe (Ing Agrónomo) y Lea Canales (Ing Agrónomo), quienes realizarán parte de la actividad en oficina y parte en terreno, se consideran en esta actividad las siguientes sub-actividades:

- 1.1 Programa
- 1.2 Área prioritaria
- 1.3 Comité directivo del proyecto.

2. Objetivos de la Unidad

Esta actividad será realizada por el experto Manuel Camiruaga y Juan Pablo Aviléz (médico veterinario), quienes realizarán trabajo de oficina y viajarán a terreno para poder realizar alguna de las siguientes sub-actividades:

- 2.1 Objetivo general
- 2.2 Objetivos específicos
- 2.3 Resultado de la unidad

3. Factores del Entorno

Esta actividad será realizada por el experto Manuel Camiruaga, Eduardo Uribe y Juan Pablo Aviléz (médico veterinario), quienes viajarán a terreno para poder realizar las siguientes sub-actividades:

- 3.1 Análisis Técnico
 - 3.1.1 Auditoría actual del sistema
 - 3.1.2 Análisis de brecha

4. Escalamiento Comercial

Esta actividad será realizada por los Ingenieros Agrónomos Eduardo Uribe y Lea Canales, quienes realizarán un trabajo de escritorio que incluye las siguientes sub-actividades:

- 4.1 Resultados comerciales esperados
- 4.2 Producto
- 4.3 Negocios
- 4.4 Mecanismos de emprendimiento
- 4.5 Descripción de los negocios

5. Análisis de Mercado a Nivel de Escritorio

INSTITUCION EDUCACIONAL I
Rut: 81.052.500-5

Esta actividad será realizada por Eduardo Uribe y Lea Canales (Ingenieros Agrónomos), quienes realizarán un trabajo de escritorio que incluye las siguientes sub-actividades:

5.1 Análisis mercado de los sustitutos

5.2 Análisis normas vigentes

6. Disponibilidad y Especificidad Activos Complementarios

Esta actividad será realizada por el experto Manuel Camiruaga y Eduardo Uribe (Ing agrónomo).

7. Desarrollo Plan de Trabajo del Escalamiento Comercial

Esta actividad será realizada por el experto Manuel Camiruaga y Eduardo Uribe (Ing agrónomo).

8. Organización y Administración del Proyecto

Será realizada por la empresa BTA, considerando la participación de los profesionales que la integran.

9. Evaluación Económica y difusión de los resultados

Esta actividad será realizada por el experto Manuel Camiruaga y Eduardo Uribe (Ing agrónomo). Quienes viajarán para realizar una exposición de los resultados obtenidos, y entregar el informe final.

INSTITUCION EDUCACIONAL P
RUC: 918925005