



OFICINA DE PARTES 2 FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	02 JUL 2019
Hora	15:05
Nº Ingreso	57364

## Informe técnico final

Nombre del proyecto	Implementación de un Nuevo Modelo de Negocios y Plan Estratégico para el fortalecimiento organizacional de la Cooperativa Agrícola Newen Berries Pitrufrquen
Código del proyecto	PYT – 2017 - 0790
Nº de informe	2
Período informado	desde el 01/06/2018 hasta el 30/01/2019
Fecha de entrega	30-05-19

## INSTRUCCIONES PARA CONTESTAR Y PRESENTAR EL INFORME

- Todas las secciones del informe deben ser contestadas, utilizando caracteres tipo Arial, tamaño 11.
  
- Sobre la información presentada en el informe:
  - Debe estar basada en la última versión del Plan Operativo aprobada por FIA.
  - Debe ser resumida y precisa. Si bien no se establecen números de caracteres por sección, no debe incluirse información en exceso, sino solo aquella información que realmente aporte a lo que se solicita informar.
  - Debe ser totalmente consistente en las distintas secciones y se deben evitar repeticiones entre ellas.
  - Debe estar directamente vinculada a la información presentada en el informe financiero y ser totalmente consistente con ella.
  
- Sobre los anexos del informe:
  - Deben incluir toda la información que complemente y/o respalde la información presentada en el informe, especialmente a nivel de los resultados alcanzados.
  - Se deben incluir materiales de difusión, como diapositivas, publicaciones, manuales, folletos, fichas técnicas, entre otros.
  - También se deben incluir cuadros, gráficos y fotografías, pero presentando una descripción y/o conclusiones de los elementos señalados, lo cual facilite la interpretación de la información
  
- Sobre la presentación a FIA del informe:
  - Se deben entregar tres copias iguales, dos en papel y una digital en formato Word (CD o pendrive).
  - La fecha de presentación debe ser la establecida en el Plan Operativo del proyecto, en la sección detalle administrativo. El retraso en la fecha de presentación del informe generará una multa por cada día hábil de atraso equivalente al 0,2% del último aporte cancelado.
  - Debe entregarse en las oficinas de FIA, personalmente o por correo. En este último caso, la fecha válida es la de ingreso a FIA, no la fecha de envío de la correspondencia.

## CONTENIDO

1.	ANTECEDENTES GENERALES .....	4
2.	EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO .....	4
3.	RESUMEN DEL PERÍODO ANTERIOR .....	5
4.	RESUMEN DEL PERÍODO INFORMADO .....	6
5.	OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO .....	6
6.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) .....	6
7.	RESULTADOS ESPERADOS (RE) .....	7
8.	CAMBIOS Y/O PROBLEMAS .....	11
9.	ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERÍODO .....	12
10.	HITOS CRÍTICOS DEL PERÍODO.....	13
11.	CAMBIOS EN EL ENTORNO .....	14
12.	DIFUSIÓN .....	14
13.	CONCLUSIONES .....	15
14.	ANEXOS.....	17

## 1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	Cooperativa Agrícola Newen Berries Pitrufrquen
Nombre(s) Asociado(s):	
Coordinador del Proyecto:	Francisco Oyarzo
Regiones de ejecución:	Novena Región de la Araucanía
Fecha de inicio iniciativa:	01/12/2017
Fecha término Iniciativa:	30/01/2019

## 2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

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

Acumulados a la Fecha	
Aportes FIA del proyecto	
1. Aportes entregados	Primer aporte
	Segundo aporte
	Tercer aporte
2. Total de aportes FIA entregados (suma N°1)	
3. Total de aportes FIA gastados	
4. Saldo real disponible (N°2 – N°3) de aportes FIA	
Aportes Contraparte del proyecto	
1. Aportes Contraparte programado	Pecuniario
	No Pecuniario
2. Total de aportes Contraparte gastados	Pecuniario
	No Pecuniario
3. Saldo real disponible (N°1 – N°2) de aportes Contraparte	Pecuniario
	No Pecuniario

### 2.1 Saldo real disponible en el proyecto

Indique si el saldo real disponible, señalado en el cuadro anterior, es igual al saldo en el Sistema de Declaración de Gastos en Línea (SDGL):

SI	
NO	X

### 2.2 Diferencia entre el saldo real disponible y lo ingresado en el SDGL

En el caso de que existan diferencias, explique las razones.

No hay diferencias

### 3. RESUMEN DEL PERÍODO ANTERIOR

Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos en el período anterior a éste informe. Entregar valores cuantitativos y cualitativos.

En el periodo anterior se redefinió el modelo de negocios, así como el desarrollo de plan comercial y se hicieron las actualizaciones legales respectivas.

Además, se realizó la compra del equipamiento (cámara de frio), para la implementación de la nueva unidad de negocios de la Cooperativa que corresponde a la comercialización de frambuesa congelada, considerando el layout de la sala de acopio.

Dada la fecha de inicio real del proyecto no hubo más actividades en este periodo.

#### 4. RESUMEN DEL PERÍODO INFORMADO

Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos en el período informado. Entregar valores cuantitativos y cualitativos.

En este periodo se implementó la nueva unidad de negocios, considerando el diseño del sistema de control de gestión para la unidad de negocios de comercialización de frambuesa y la nueva unidad de congelado; dada la fecha de ejecución no se alcanzó a poner en marcha, sin embargo se concretará en la próxima temporada.

Asimismo se realizó una reforma de los estatutos de la Cooperativa y se capacitó en la administración de cooperativas.

Se realizaron talleres de fomento a la creatividad e innovación para ir implementando de a poco procesos internos de innovación; así como también se fortaleció a la cooperativa en el tema de capital social y humanos, generando mayores lazos y confianza entre los socios.

Y para finalizar se difundió el modelo de negocios de la Cooperativa, mediante la inauguración de la cámara de frío y el diseño de productos de promoción

#### 5. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Implementar el Nuevo modelo de Negocios y Plan Estratégico diseñado para la Cooperativa y superar las debilidades y brechas detectadas en el fortalecimiento estratégico (etapa1), potenciar desarrollo de capacidades cooperativas, desarrollar el capital social y humano, y facilitar en la cooperativa una cultura de gestión de la innovación transversal en su modelo de negocios, transformándose en un actor relevante en su territorio.

#### 6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE)

##### 2.1 Porcentaje de Avance

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

Nº OE	Descripción del OE	% de avance a la fecha
1	Validar e implementar el modelo de negocios de la cooperativa y su plan estratégico, re-diseñados en la primera etapa de fortalecimiento.	100%
2	Ajustar organizacionalmente a la cooperativa junto a su modelo de gobernanza, superando las brechas detectadas, en adecuada	100%

	alineación al nuevo modelo de negocios y plan estratégico, entregando capacidades y herramientas en diferentes ámbitos, sumados al fortalecimiento del capital social como motor del modelo de negocios.	
3	Desarrollar e implementar el Sistema de Control de Gestión en la Cooperativa, que propicie prácticas internas de proyección y seguimientos del desempeño del negocio y controle los resultados esperados y proyectados en cada temporada.	100%
4	Desarrollar e implementar un Comité de Gestión de la Innovación en la Cooperativa, que propicie una cultura transversal en este ámbito estratégico con actores tanto internos como externos.	100%
5	Difusión del Proceso de fortalecimiento organizacional de la Cooperativa.	100%

## 7. RESULTADOS ESPERADOS (RE)

### 3.1 Cuantificación del avance de los RE a la fecha

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
1	1.1	Marco Estratégico validado y publicado	Marco Estratégico	N° de Marcos Estratégicos	0	1	May-18	100%
	1.2	Plan Comercial en funcionamiento	Plan Comercial	N° Acciones que integran el Plan Comercial	0	1	Oct-18	100%
	1.3	Oficinas operativas	Oficina operativa	N° de oficinas	0	1	Nov-18	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha								
<p>En cuanto a este punto el punto le plan estratégico fue presentado a la Cooperativa, asociando las actividades ante el cual los socio realizaron algunas sugerencias que fueron consideradas y establecidas en el plan. Asimismo se rediseño el modelo de negocios asociado a la línea de frambuesas congeladas, este último se anexa al presente informe. Se realizó una visita a la empresa Framberry para negociar la entrega de fruta en la temporada, se anexa informe de las condiciones de comercialización.</p>								
Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)								

Anexo N°1: Modelo de Negocios  
 Anexo N°2: Negociación Framberry

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
2	2.1	Estructura Organizacional según modelo de negocios	Cargos definidos	N° de cargos	0	3	Ago-18	100%
	2.2	Plan de Capital Social y Humano	Focos de capital social y humano	N° de horas	0	4	Nov-18	100%
	2.3	Estatutos Ajustados a requerimientos de la estrategia y propuesta de valor	Estatutos	N° de estatutos ajustados	0	1	Ene-19	100%
	2.4	Desarrollo de capacidades de cooperativismo competitivo	Desarrollo de capacidades	N° horas de reforzamiento	0	10	Nov-19	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha								

Una vez redefinido el modelo de negocios, no hubo necesidad de realizar modificación de estatutos, ya que estatutos actuales cumplen con los requerimientos para el nuevo modelo de negocios. Sin embargo durante la ejecución del Proyecto se decidió realizar una reforma de estatutos asociada a temas tributarios y de administración, es decir, se modificaron artículos sobre reservas y número de miembros del consejo de administración.

Se realizó una capacitación en administración de cooperativas, la cual fue muy bien recepcionada por los socios, ya que fue muy explicativa y didáctica.

Además, se realizó un taller asociada al capital social de la Cooperativa, si bien existe gran confianza entre los socios, es importante reforzar estas líneas de trabajo con los socios.

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

Anexo N° 3: Asignación de cargos

Anexo N°4: Lista de asistencia y registro fotográfico (Taller Capital Social y Humano)

Anexo N°5: Acta Reforma de Estatutos y lista de asistencia

Anexo N°6: Lista de asistencia y registro fotográfico (Taller Gobernabilidad de Cooperativas)

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
3	3.1	Sistema de Control de Gestión Implementado	Sistema de Control de Gestión	N° de Sistemas	0	1	Ene-19	100%

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

Se adquirió e implementó un software de control de gestión para la Cooperativa, donde se identificaron las unidades de negocios y su respectivo plan de cuentas. Se trabajó con algunos socios para transferir los conocimientos, sin embargo, aún falta reforzar su uso.

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

Anexo N°7: Informe de Sistema de Control de Gestión

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
4	4.1	Comité de Innovación Implementado	Comité	Nº de iniciativas	0	1	Oct-18	100%
	4.2	Técnica (metodología) Sistematizada de Gestión de la Innovación en la cooperativa.	Técnicas sistematizadas	Nº de metodologías para innovar	0	1	Dic-18	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
Se realizaron talleres con los socios para implementar metodologías de innovación, en las cuales se realizaban dinámicas de trabajo a fin de fomentar la creatividad e intentar implementar procesos de innovación como practica permanente de la Cooperativa; sin embargo no fue un proceso fácil, ya que los socios por si solos les cuesta implementar dichos procesos. Se implementó un libro de actas, donde quedaban registradas las reuniones y/o talleres y resultados de los mismos.								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
Anexo N°8: Lista de asistencia y registro fotográfico del taller Anexo N°9: Lista de asistencia y registro fotográfico del taller								

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
5	5.1	Difusión del nuevo modelo de cooperativa con énfasis en la innovación.	Eventos de difusión	Nº de eventos de difusión	0	1	Ene-19	100%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								

Se diseñó un set de implementos de difusión como lápices, pendón, rediseño de logo, bolsas ecológicas, llaveros y jockey, y se diseñó la Pagina Web con el nic. [www.newenberries.cl](http://www.newenberries.cl)

Además, se realizó una actividad de cierre del proyecto, asociada a una asamblea de todos los socios de la Cooperativa.

Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)

Anexo N°10: Lista de asistencia

Anexo N°11: Registro fotográfico

## 8. CAMBIOS Y/O PROBLEMAS

Especificar los cambios y/o problemas en el desarrollo del proyecto durante el período informado.

Describir cambios y/o problemas	Consecuencias (positivas o negativas), para el cumplimiento del objetivo general y/o específicos	Ajustes realizados al proyecto para abordar los cambios y/o problemas
Los cambios están asociados principalmente a la fecha de inicio, ya que se estaba terminando el proyecto en su primera etapa	No hay consecuencias ni positivas ni negativas a los objetivos del proyecto	Se ajustaron las actividades en los tiempos de duración del proyecto.

## **9. ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERÍODO**

### **9.1 Actividades programadas en el plan operativo y realizadas en el período del informe**

- 1.1 Validación del modelo de negocio
- 1.2 Definición del lay out de la planta de acopio
- 1.3 Adquisición de equipamiento adecuado
- 2.1 Definición de estructura organizacional asociada al modelo de negocio
- 2.2 Taller de desarrollo de Capital Humano y Social
- 2.3 Ajuste legal estatutario
- 2.4 Plan de capacitación y gobernanza en cooperativas
- 3.1. Validación del diseño y clasificación del negocio
- 4.1 Diseño de la estructura y plan de comité de innovación
- 4.2 Socialización entre los socios de los procesos de innovación y sistematización de sesiones de creatividad y desarrollo de innovación
- 5.1 Ajuste de material de difusión, sitio Web
- 5.2 Evento de cooperativismo e innovación

### **1.4 Actividades programadas y no realizadas en el período del informe**

Se realizaron todas las actividades programadas

### **1.5 Actividades programadas para otros períodos y realizadas en el período del informe**

No existen

### **1.6 Actividades no programadas y realizadas en el período del informe**

No existen

## 10. HITOS CRÍTICOS DEL PERÍODO

Hitos críticos	Fecha programada de cumplimiento	Cumplimiento (SI / NO)	Documentación de respaldo (indique en que n° de anexo se encuentra)
Marco Estratégico validado y publicado.	Febrero de 2018	SI	Anexo N°1
Reforma de estatutos	Enero 2019	SI	Anexo N°

### 10.1. En caso de hitos críticos no cumplidos en el período, explique las razones y entregue una propuesta de ajuste y solución en el corto plazo.

En cuanto el ajuste de estatutos, no fue necesario modificarlos, ya que se ajustan al nuevo modelo de negocios, de la nueva unidad de fruta congelada. Sin embargo, se han realizado apoyo en los procedimientos legales como asambleas, reunión de consejo de administración, entrada y salida de socios, entre otros.

## 11. CAMBIOS EN EL ENTORNO

Indique si han existido cambios en el entorno que afecten el proyecto en los ámbitos tecnológico, de mercado, normativo y otros

A la fecha no han existido cambios en el entorno.

## 12. DIFUSIÓN

### 12.1 Describa las actividades de difusión programadas durante el período:

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Documentación Generada
15-11-18	Acopio de la Cooperativa	Inauguración cámara de frío	35	Fotografías y lista de asistencia

### 12.2 Describa las actividades de difusión realizadas durante el período:

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes*	Documentación Generada*
15 -11-18	Acopio de la Cooperativa	Inauguración cámara de frío	35	Fotografías y lista de asistencia

\*Debe adjuntar en anexos material de difusión generado y listas de participantes

### **13. CONCLUSIONES**

#### **13.1 ¿Considera que los resultados obtenidos hasta la fecha permitirán alcanzar el objetivo general del proyecto?**

En una primera etapa la Cooperativa validó el modelo de negocios y su planificación asociada a la Nueva Unidad de negocios, siendo esto de base para la operación del negocio. Y en la segunda etapa del proyecto la cooperativa comenzó con el diseño de la nueva unidad de negocios (congelado de frambuesa), su implementación aún no se ha concretado, debido a la fecha de ejecución del proyecto, pero en la próxima temporada se pondrá en marcha.

#### **13.2 ¿Considera que el objetivo general del proyecto se cumplirá en los plazos establecidos en el plan operativo?**

Si se cumplirán los objetivos planteados.

#### **13.3 ¿Ha tenido dificultades o inconvenientes en el desarrollo del proyecto?**

No han existido dificultades en el desarrollo del proyecto, solo hubo retrasos en el inicio, sin embargo, estas serán zanjadas en el transcurso del proyecto.

El principal inconveniente de la Cooperativa fue el fallecimiento del presidente y a su vez el coordinador de la iniciativa, generando retrasos en las actividades y desorden organizacional, sin embargo se logró realizar las actividades en el periodo de ejecución.

**13.4 ¿Cómo ha sido el funcionamiento del equipo técnico del proyecto y la relación con los asociados, si los hubiere?**

No han existido problemas con el equipo técnico, y no hay asociados al proyecto.

**13.5 En relación a lo trabajado en el período informado, ¿tiene alguna recomendación para el desarrollo futuro del proyecto?**

No hay recomendaciones

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

No hay nada que informar a la fecha.



# Modelo de Negocios Cooperativa Agrícola Newen Berries Pitrufquen

---

Taller Modelo de Negocios

Elaborado por: Equipo CEGE Chile



Mayo 2018

## INDICE

INDICE	2
INTRODUCCIÓN	3
MODELO CANVAS	4
CLIENTES	5
PROPUESTA DE VALOR	6
RECURSOS CLAVES	7
SOCIOS CLAVES	8
ACTIVIDADES CLAVES	10
RELACION CON LOS CLIENTES	11
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	12
ESTRUCTURA DE COSTOS	13
ESCTRUCTURA DE INGRESOS	13

Canvas Business Model.

# Modelo de Negocio Cooperativa Agrícola Newen Berries Pitrufquen

La metodología Canvas fue diseñada por Alexander Osterwalder y es en la actualidad una de las más utilizadas para trazar modelos de negocios. Su auge reside en la simplicidad que propone para el trazado de un cuadro completo de los principales aspectos que inciden en el negocio de una determinada empresa. Es una herramienta estratégica de gestión y emprendimiento que busca establecer el proceso en el cual las empresas crean, entregan y capturan valor, aterrizado todo a una estructura de costos e ingresos.

Se ha considerado de vital importancia realizar el modelamiento de negocios bajo la metodología del canvas business model con la Cooperativa Agrícola Newen Berries Pitrufquen, de cara a disminuir el nivel de incertidumbre respecto de las iniciativas de negocio que se desean establecer y al mismo tiempo, desarrollar en cada uno de los socios, el pensamiento empresarial en un nivel más directivo. Este ejercicio permitió que los participantes exploraran el mundo del diseño de un negocio de forma sencilla y accesible; y al mismo tiempo sembramos la inquietud de aprender y capacitarse aún más en lo que concierne a la gestión, y no sólo la ejecución de un listado de actividades.

De esta manera se analizaron las opciones comerciales, las oportunidades de mercado, el potencial y los recursos en la misma organización a partir de la opción de negocio: **Comercialización de Frambuesas Congeladas**. A partir de esta definición, se desarrolló entonces el ejercicio de diagramado del modelo Canvas para la Cooperativa.

**CANVAS BUSINESS MODEL EXPLORATION. COOPERATIVA AGRÍCOLA NEWEN**

**BERRIES PITRUFQUEN.**

Línea de Negocios Comercialización de Frambuesas Congeladas.

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con los clientes	Clientes Segmento.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• INDAP</li> <li>• CORFO</li> <li>• SERCOTEC</li> <li>• SAG</li> <li>• Cámara de comercio</li> <li>• Fosis</li> <li>• Bancos</li> <li>• FIA</li> <li>• Socios</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Clientes</li> <li>• Universidades</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Servicio de Salud</li> <li>• Competencia</li> <li>• CEGE</li> <li>• Municipalidad</li> <li>• Gobierno regional</li> <li>• Otras Cooperativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación productiva</li> <li>• Identificar fuentes de financiamiento</li> <li>• Capacitaciones</li> <li>• Articulación organizacional</li> <li>• Presentar muestras a potenciales clientes</li> <li>• Obtener resolución sanitaria</li> <li>• Diseño de Plan Comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos saludables</li> <li>• Frescura</li> <li>• Calidad</li> <li>• Nutritivos</li> <li>• Pequeños agricultores</li> <li>• Trabajo familiar</li> <li>• Agua limpia</li> <li>• Denominación de origen</li> <li>• Cercanía</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Baja carga química</li> <li>• Tranquilidad</li> <li>• Estacionalidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega directa</li> <li>• Llamado Post Venta</li> <li>• Invitación a días de campo</li> <li>• Negociaciones previas</li> <li>• Avisos radiales o en el diario</li> <li>• Página Web</li> <li>• Redes Sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supermercados</li> <li>• Pastelerías</li> <li>• Heladerías</li> <li>• Restaurantes</li> <li>• Fábricas de Mermeladas</li> <li>• Hoteles</li> <li>• Particulares (PYMES)</li> </ul>
	<p><b>Recursos Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cámara de frío</li> <li>• Medio de transporte</li> <li>• Generador de electricidad</li> <li>• Centro de acopio</li> <li>• Semillas e insumos</li> <li>• Sala de proceso</li> <li>• Envases y etiquetas</li> <li>• Oficina administrativa</li> <li>• Resolución sanitaria</li> <li>• Sistema de riego</li> <li>• Frambuesas</li> <li>• Mobiliarios</li> <li>• Recursos Humanos</li> <li>• Recursos Financieros</li> <li>• Recursos Intelectuales</li> </ul>	<p><b>Problemas latentes:</b> "existen altos niveles de obesidad en los chilenos"</p> <p><b>Necesidad potencial:</b> "satisfacer la necesidad de consumir productos saludables, frescos y nutritivos"</p>	<p><b>Canales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega directa en el local comercial</li> <li>• Redes Sociales</li> <li>• Boca a Boca</li> <li>• Página Web</li> </ul>	
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos de Venta: Mano de obra productiva, mantención de los vehículos de transporte, mantención sala de procesos.</li> <li>• Gasto administración y venta: Publicidad, transporte, mano de obra administrativa.</li> <li>• Gastos generales: luz, agua, gas, planes telefónicos a nombre de la Cooperativa.</li> </ul>		<p><b>Estructura de Ingresos</b></p> <p>La estructura de ingresos estará determinada principalmente por la venta de Frambuesas congeladas a empresas mayoristas de la región de La Araucanía.</p> <p>Los pagos en su mayoría son al contado o mediante transferencia electrónica a la cuenta corriente de la Cooperativa.</p>		

A continuación, se pasan a detallar cada uno de los ejes que conforman la matriz del Modelo de Negocio Canvas y de esta forma poder entregar una información más entendible de este modelo.

### **1.- CLIENTES**

En el modelo de negocios nos es de suma importancia saber quiénes serán nuestros clientes y en base a esta interrogante es que debemos enfocarnos, además necesitamos saber cuál es el valor agregado que queremos entregarles a los clientes de nuestros productos. Según el Modelos de Negocios Canvas realizado con los miembros de la Cooperativa Agrícola Newen Berries Pitrufquen se identificó el segmento de clientes mayoristas para poder abordar, los cuales están enfocados en producciones a gran volumen, un valor agregado a los productos y negociar buenos precios con cada uno de sus proveedores.

En Chile el cambio hacia una alimentación más saludable y un consumo responsable con el medio ambiente se ha ido incrementando notoriamente, a pesar que no se refleja aún un aumento gradual en la demanda se observa un futuro promisorio.

Los clientes mayoristas buscan principalmente productos frescos y es en estas características que la Cooperativa tiene puntos a favor, ya que se encuentra en constante preocupación de que sus productos tengan un alto nivel de calidad, fresca y de esta forma lograr que sean productos totalmente saludables para el consumo de los clientes finales.

Es por esta nueva tendencia y en base al constante requerimiento del mercado en productos nutritivos que se han identificado a los siguientes clientes de la Cooperativa:

- Supermercados
- Pastelerías
- Heladerías
- Restaurantes
- Fábricas de Mermeladas
- Hoteles
- Particulares (PYME)

## **2.- PROPUESTA DE VALOR**

Al conocer nuestro segmento de mercado podemos identificar cuáles son las necesidades y problemas que aquejan a nuestros clientes y de esta forma entregarles el valor necesario para que puedan satisfacerlas y solucionarlas.

La necesidad que se quiere satisfacer es de una alimentación saludable, adquisición de productos frescos y de calidad y una buena nutrición, por otro lado, se ha detectado un gran problema en la población chilena con más del 60% con un grado de exceso de peso, es mediante el consumo de productos saludables como lo son los Berries y con un alto porcentaje de aporte nutritivo, antioxidante, bajo en calorías, y neuroprotector que se quiere contrarrestar este índice de obesidad y enfermedades degenerativas. Esto se puede lograr, ya que la Cooperativa posee un amplio margen de producción de Berries de calidad y saludables los cuales van en directo beneficio de esta causa.

También se quiere hacer referencia a que los productos son directos de pequeños agricultores miembros de una Cooperativa y en base a trabajo en su mayoría familiar, regados con agua de vertiente, asegurando la calidad y estandarización de los productos, de esta forma se quiere entregar un sello de denominación de origen de los Berries de Pitrufrquen. Con estas características se quiere entregar además un sentido de responsabilidad y cercanía de parte de los agricultores, dar a conocer que los productos poseen baja carga química en los procesos agrícolas, buena presentación e información en la entrega de los productos demostrado por su etiquetado e información nutricional, un abastecimiento constante de gran volumen y el compromiso de ir mejorando día a día en la innovación de los procesos agrícolas entregando una tranquilidad a los clientes de que están consumiendo productos a la altura de los mejores que existen en el mercado con una resolución sanitaria al día y cumpliendo con todas las exigencias legales, de esta forma la Cooperativa asegura entregar productos de altísima calidad y sobresalientes en el medio.

Cabe destacar que al ser productos congelados estos estarán fuera de la estacionalidad y se podrán consumir durante todo el año, conservando todas sus propiedades y su sabor.

PROBLEMA LATENTE ESCOGIDO	PROPUESTA DE VALOR
Alrededor de un 60% de la población chilena posee un grado de exceso de peso y problemas de salud relacionados a este.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos nutritivos.</li> <li>• Altos en antioxidantes.</li> <li>• 0 % de colesterol.</li> <li>• El consumo de Berries reduce a la mitad el riesgo de enfermedades cardiovasculares.</li> </ul>
NECESIDAD POTENCIAL IDENTIFICADA	PROPUESTA DE VALOR
Consumir productos saludables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo en calorías.</li> <li>• Altos niveles de vitamina C.</li> <li>• Frena el estrés oxidativo.</li> <li>• Favorece el manejo de la diabetes.</li> </ul>

### **3.- RECURSOS CLAVES**

En relación a los recursos claves de la Cooperativa, estos son variados y de una gran importancia para poder cumplir a cabalidad con el objetivo propuesto para entregar el valor a cada uno de los clientes, se destacarán en negrita y cursiva los recursos que ya posee la Cooperativa.

- **Recursos físicos:** con respecto a los recursos físicos y siempre con la idea de cumplir con el objetivo de la idea de entregar productos saludables, frescos y de buena nutrición se deben considerar los siguientes:
  - ***Cámara de Frio***
  - Medio de transporte con sistema de frio para el traslado de las frambuesas congeladas.
  - Generadores de electricidad para la Cámara de Frio y eventuales cortes de energía.
  - ***Centro de acopio para el guardado de las frambuesas previo a congelar.***
  - ***Semillas e insumos agrícolas para las plantaciones.***
  - ***Sala de procesos.***
  - Envases y etiquetas para la buena presentación de los productos.
  - Oficina administrativa y Equipos de oficina (computador, impresora, mobiliario).
  - Resolución sanitaria.
  - ***Sistema de riego.***
  - ***Frambuesas.***
  - Mesones de acero inoxidable, bandejas, Selladora al vacío, Pesa industrial digital.

- **Recursos Intelectuales:** otro punto son los recursos intelectuales que posee o debe poseer la Cooperativa, entre los cuales se encuentran:
  - Conocimiento en el área de marketing para publicidad de la Cooperativa.
  - Conocimiento en el área de gestión empresarial.
  - Servicio contable para la Cooperativa.
  - Capacitaciones técnicas en el manejo de la Cámara de Frio
  - Aplicación de Sistema de Control de Gestión
- **Recursos humanos:** en lo que se refiere a Recursos Humanos podemos destacar:
  - **Administrador y encargado de las negociaciones de la Cooperativa.**
  - **Recolectores de Frambuesas.**
  - Vendedor en Terreno.
- **Recursos financieros:** se requieren de financiamiento para todas aquellas actividades e instalaciones que deban implementarse y no estén actualmente como activos de la Cooperativa, estas pueden ser financiamiento para nuevas inversiones en la línea de negocio de la Cooperativa.
  - Se pueden destacar, por ejemplo, capacitación en operación de cámaras de frio, compra de envases para la conservación y distribución de la fruta congelada, compra de implementos para el proceso y pesado de la fruta.

#### **4.- SOCIOS CLAVES**

Los socios claves son uno de los pilares fundamentales que posee la Cooperativa, ya que con estos se puede avanzar con sinergia y de esta forma poder incrementar su diferenciación frente a sus competidores y poseer productos de mejor calidad.

Podemos clasificar a los socios de la Cooperativa de la siguiente forma:

- **Optimización y economía:** en esta clasificación podemos encontrar a los socios que ayudan para obtener financiamiento y de esta forma disminuir costos para la Cooperativa y aumentar su rentabilidad.

**INDAP:** organismo del gobierno que facilita financiamientos y asesorías.

**CORFO:** organismo del gobierno que facilita financiamientos y asesorías.

**SERCOTEC:** organismo del gobierno que facilita financiamientos y asesorías.

**SAG:** encargado de apoyar el desarrollo de la agricultura.

**Cámara de frío:** Organización que apoya a personas, empresas e instituciones vinculadas al comercio establecido, a través de asesoramiento permanente

basado en la entrega de servicios de calidad e innovadores adaptándose siempre a las necesidades de cada territorio.

**FOSIS:** organismo del gobierno que facilita financiamientos y asesorías.

**Bancos:** organismos que facilitan financiamiento.

**FIA:** organismo del gobierno que facilita financiamiento y asesorías.

- **Socios estratégicos:** en cuanto a los socios estratégicos que trabajarán en conjunto con la Cooperativa y objetivos específicos serán:

**Socios Proveedores:** los socios proveedores de la Cooperativa son un pilar fundamental para el desarrollo de esta, ya que sin el apoyo de ellos no se llevarían a cabo los procesos para la recolección, apilado, selección y envasado de las frambuesas para su posterior congelado.

**Clientes:** los clientes de la Cooperativa obviamente son muy importantes, y esto queda demostrado con la propuesta de valor de la Cooperativa la cual indica que los agricultores desean tener una relación de cercanía con cada uno de sus clientes, para de esta forma entregarles un servicio íntegro.

**Universidades:** principalmente este socio aportaría en conocimiento para cumplir con la propuesta de valor en el área de innovación y conocimiento.

**Proveedores:** estos socios serán de gran ayuda en la obtención de las materias primas e insumos para el correcto desarrollo de la producción de frambuesas de la Cooperativa.

**Servicio de salud:** uno de las principales funciones que cumple el Servicio de Salud es otorgar las resoluciones sanitarias mediante la inspección y cumplimiento de cada uno de los requisitos que se solicitan a las empresas.

**Competencia:** al hablar de competencia y considerarlo un socio estratégico se refiere a que de estos se puede obtener información importante, como conocer que venden, cuál es su modelo de negocios, su valor agregado, y de esta forma generar una ventaja por sobre la competencia de parte de la Cooperativa.

- **Otros socios:** En esta sección de los socios claves se presentan otro tipo de socios con los que la Cooperativa y que son a su vez muy importante para el desarrollo del modelo de negocio.

**CEGE:** presta asesoría especializada, con especial énfasis en los temas de cooperativismo, contables, tributarios y gestión de negocios.

**Municipalidad:** es la entidad que regula y administra los territorios aledaños en donde se encuentra la Cooperativa. Además, ellos son quienes otorgan permisos de funcionamiento, algunos financiamientos y asesorías.

**Gobierno regional:** apoyo en el desarrollo de las organizaciones que componen la región.

**Otras Cooperativas:** este socio representa apoyo en relación a temas de experiencias en cooperativas del mismo u otro rubro.

## 5.- ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves son aquellas que resultan ser imprescindibles para poder entregar el valor al cliente por la Cooperativa, en este sentido se detallaran las actividades que debe desarrollar la Cooperativa para cumplir con su objetivo:

- **Planificación productiva:** planificar la producción de la Cooperativa va en directo beneficio con optimizar los recursos de esta, ya que con una planificación adecuada se puede anticipar a saber que costos, recursos y gestiones se deben hacer para cumplir con las demandas de los clientes.
- **Identificar fuentes de financiamiento para apalancar recursos:** en esta actividad se busca identificar cuáles son las fuentes de financiamiento idóneas para las necesidades de la Cooperativa, se puede destacar las compras de materiales para el proceso de acopio y envasado dentro de la cámara de frío, implementos para la sala de procesos, un generador de electricidad para evitar un descongelamiento en un posible corte de energía y un vehículo con sistema de frío para el transporte de los productos a los locales de los clientes.
- **Capacitaciones:** en esta actividad se debe contar con la experiencia del manejo de Cámaras de Frío, para que las frambuesas congeladas salgan al mercado en las condiciones óptimas que se requieren.
- **Articulación organizacional:** en esta actividad clave se busca dejar en claro cada uno de los cargos y roles de los miembros dentro de la Cooperativa, para que se contemple una dirección clara y cada uno sepa a quien recurrir en el caso de algún inconveniente.
- **Presentar muestras a potenciales clientes:** con el fin de fidelizar y atraer a nuevos clientes se pretende organizar muestras de los productos para potenciales clientes o

los clientes más fieles, de esta forma obtener información instantánea de la apreciación de los productos de parte de los propios consumidores.

- **Resolución sanitaria:** la obtención de esta autorización le permitirá a la Cooperativa poder entrar a nuevos mercados en los cuales sea estrictamente necesario contar con una resolución sanitaria para la comercialización de las frambuesas congeladas, además, otorgará un respaldo a la Cooperativa en relación a la inocuidad de las frambuesas.
- **Diseño de plan de Comercial:** es acá donde se dará a conocer a los clientes los productos que entrega la Cooperativa y los beneficios que estos entregan, se creará la marca, página web, misión y visión, objetivos estratégicos.

La estrategia de marketing que se recomienda a usar es la estrategia de fidelización la cual se sustentará en los dos pilares básicos de esta estrategia que son el marketing relacional que se centra en captar, fidelizar y recuperar clientes y además gestiona la lealtad y la gestión del valor percibido tiene como objetivo aumentar el valor de la compra realizada.

## 6.- RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Con respecto a este tema podemos indicar que es aquí también donde se les entrega valor a los clientes y se les hace saber por distintos medios que son importantes para la Cooperativa y representan pilares fundamentales para el desarrollo de esta.

La relación que se quiere tener con los clientes es muy cercana para lo cual se deberán cumplir las siguientes actividades:

- **Entrega Directa:** la relación que se quiere tener con los clientes es de cercanía, por eso es que se les quiere brindar la comodidad de que puedan recibir sus productos en su local comercial, es por esta razón que se debe contar con un vehículo propio de la Cooperativa con un sistema de frío para la mantención de las frambuesas congeladas.
- **Llamado post venta:** con esta actividad se busca obtener una retroalimentación de los productos vendidos a los clientes, ya que es un medio de comunicación efectivo y podemos mejorar en un corto plazo las falencias que se hayan detectado por alguno de los clientes.
- **Invitación a días de campo:** la invitación a días de campo busca entregar a los clientes más recurrentes una imagen de preocupación por ellos de parte de la Cooperativa, ya

que ellos se sentirían integrados con estas actividades y de esta forma llevarse otra buena impresión de los productos obtenidos.

- **Negociaciones previas:** con el fin de tener la claridad total al momento de cerrar los tratos con los clientes es que se quiere tener negociaciones previas antes de los procesos finales y de esta forma asegurarse por ambas partes que el negocio entre las partes será todo un éxito.
- **Avisos radiales o en el diario:** con el fin de que todos los clientes tengan acceso a la información entregada por la Cooperativa es que se quiere implementar avisos ya sean radiales o por medio de un diario local cada una de las actividades relevantes de la Cooperativa y de esta forma tener una relación de comunicación estrecha con cada uno de los clientes, integrando así a los que eventualmente no posean acceso a internet o medios más tecnológicos.
- **Página Web:** mediante la página se busca que los clientes puedan tener una apreciación de la Cooperativa en cualquier lugar y dispositivo que tenga acceso a internet y que puedan resolver sus dudas y requerimientos de manera casi inmediata.
- **Redes Sociales:** por todos es conocido que las redes sociales son instrumentos de consumo masivo, y es por medio de estas que la Cooperativa quiere relacionarse con sus clientes de una forma más práctica y accesible para cada uno de los clientes.

## **7.- CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Los canales de distribución serán los medios por los cuales llegará el mensaje de lo que quiere entregar la Cooperativa a cada uno de los clientes, demostrándoles el valor que se les quiere dar con productos de calidad, frescos y saludables. En los canales que se utilizarán podemos destacar los siguientes:

- **Entrega directa:** en nuestros recursos claves destacamos el transporte y es principalmente para este canal de distribución que se nombró, cabe destacar que cada socio cuenta con medio de transporte propio para poder entregar los productos de una forma directa y oportuna.
- **Redes sociales:** al saber que es una herramienta potente de medio de canalización se utilizarán las redes sociales, ya que a través de estas se puede llegar a muchos clientes de una manera rápida, sencilla y de un muy bajo costo para la Cooperativa.
- **Boca a boca:** este canal se da de una forma más recurrente al entregar buenos productos, es por esto que hay que hacer bien la tarea de entregar productos de

calidad brindando todo el valor que se les quiere entregar a los clientes y tener buenas referencias alrededor de la Cooperativa.

- **Página web:** al igual que las redes sociales esta herramienta es muy fuerte en el sentido de querer distribuir un bien o servicio, ya que de esta forma el cliente puede desde la comodidad de su casa revisar constantemente las promociones, servicios, precios y todo lo referente a lo que se les quiere brindar y se les ayuda a tomar la decisión de compra de una forma más rápida y sencilla.

## **8.- ESTRUCTURA DE COSTOS**

En este apartado del modelo de negocios se busca identificar los principales costos que tendrá la Cooperativa y en que hay que enfocarse para el correcto funcionamiento de esta, en relación a esto se determinaron los siguientes costos:

- **Costo de venta:** mano de obra del proceso de recolección, mantenciones del vehículo de transporte para las frambuesas, mantención de la sala de procesos, mantenciones de la Cámara de frío.
- **Gasto de administración y venta:** Sueldos administrativos, mantención de la página web, marketing.
- **Gastos generales:** en esta sección se encuentran los gastos básicos, como lo son la luz, agua, gas, planes telefónicos.

## **9.- ESTRUCTURA DE INGRESOS**

En esta sección del modelo de negocios la idea central es buscar las fuentes de ingreso que posee la Cooperativa para su rentabilidad y futuras inversiones. En el modelo de negocio se encuentran principalmente una línea de negocio en la cual se sostendrá la Cooperativa para obtener sus ingresos, esta es:

- La venta de las frambuesas congeladas a empresas mayoristas principalmente de la región de La Araucanía.

El principal medio de pago de los productos entregados por la Cooperativa será en efectivo y mediante transferencia electrónica.

## Negociación de la Cooperativa Newen Berries en visita a Empresa Framberry, Osorno

La Cooperativa Newen Berries de Pitrufrquén, ofrece comercializar la producción de Frambuesas Variedad Meeker producida por sus socios para la presente temporada 2018-2019 con las siguientes condiciones de venta:

1. La cooperativa cuenta con un volumen de producción estimada para esta temporada de alrededor de 70.000 kilos de frambuesa Variedad Meeker, la que podría sufrir algunas variaciones si se afectan algunas condiciones, además la cooperativa se encuentra abierta a aceptar comercializar fruta de otros productores que no sean socios con el fin de aumentar el volumen.
2. La fruta comercializada es en fresco recién cosechada, asegurando una buena calidad, pactada con la Empresa compradora y además de que cada productor cuente con sus registros SAG, que cumpla las BPA necesarias y con la utilización de productos agroquímicos permitidos al mercado exportador asegurando la trazabilidad.
3. El lugar físico de entrega o recepción será en el Centro de Acopio con que cuenta la Cooperativa ubicado en Camino a Loica km 1 Pitrufrquén, el que se facilitará a la Empresa compradora sin costo de arriendo, solo se le cobrará los gastos básicos de luz y agua que corresponden al periodo de compra.
4. Será responsabilidad de la Empresa compradora proveer del personal necesario a su cargo para la realizar los controles de calidad, registros y embalajes, así como también el retiro de la fruta y su traslado desde el acopio a la planta respectiva.
5. Será responsabilidad de la Empresa compradora proveer de las bandejas necesarias requerida para el buen funcionamiento del proceso de cosecha y venta de las frambuesas.
6. El precio pagado por kilo de fruta será el convenido con la Empresa la que establecerá según rango de las calidades y que de acuerdo a lo conversado sería el mejor precio que se encuentre en el mercado en la temporada de entrega. Al haber una modificación de precios estos serán publicados con anterioridad.
7. El pago de la Fruta por la Empresa compradora será semanal y en un solo depósito a la cuenta corriente de la Cooperativa.

Registro Fotográfico





COOPERATIVA  
**NEWEN BERRIES**  
*Pitrufquen*

Informe Gestores por Área  
Nueva Unidad de Negocios  
Cooperativa Agrícola Newen Berries  
Pitrufquen

Cámara de Frio para frambuesa congelada

## **Encargado de Bodega**

**Objetivos del puesto:** mantener un buen funcionamiento de la distribución, almacenaje y adquisición de la materia prima de la empresa.

### **Principales Funciones:**

- Realizar revisiones periódicas de las planillas de ingreso y egreso de la materia prima y productos finales.
- Coordinar los despachos de pedidos.
- Realizar el ingreso manual o digital de las entradas y salidas de productos y materias primas.
- Realizar las distribuciones de los productos a los sistemas de reparto.
- Inventariar diariamente los productos para informar sobre faltas o excesos de productos para evitar bajo stock o sobre stock.
- Supervisar que se realice la rotación de cada producto para mantener un inventario vigente y no se pierda mercadería por vencimiento.
- Registrar manual o digitalmente los cambios o devoluciones de productos.
- Mantener un orden y limpieza de la bodega en apoyo con los demás socios de la Cooperativa.
  - Emitir informes mensuales simples de los movimientos que tuvieron los productos.

## **Operario de maquinarias**

Preocuparse de mantener el correcto funcionamiento de las maquinarias que posee la Cooperativa.

### **Principales Funciones**

- Operar las maquinarias de la Cooperativa
- Revisar la calidad de los productos que procesan en las maquinarias.
- Revisar periódicamente el estado de los equipos y materiales que se utilizan en el proceso de la Cooperativa.
- Encargarse de los desechos que se acumulen en el proceso.
- Preocuparse por la seguridad del entorno de la sala de procesos

## **Secretaria (o)**

Asistir y dar soporte al Gerente de la Cooperativa en las funciones diarias y mantener en orden la documentación de la Cooperativa.

### **Principales Funciones**

- Elaborar cotizaciones, comunicados, facturas, entre otros, que sean solicitados y hacerlos llegar a las personas correspondientes.
- Atender las llamadas que tengan relación con las actividades que realiza la Cooperativa y traspasar la información a quien corresponda.
- Envío de correos con la información requerida.
- Administración del correo de la Cooperativa.
- Archivar y resguardar la información de la Cooperativa
- Acompañar cuando sea necesario a las reuniones de la Cooperativa.
- Atender a las visitas o clientes de la Cooperativa

## **Gestor de Ventas**

Encargarse de las ventas de la Cooperativa y de esta forma aumentar las ganancias.

### **Principales Funciones**

- Buscar nuevos clientes.
- Realizar visitas a potenciales nuevos clientes.
- Realizar un seguimiento post-venta
- Crear una base de datos de los clientes
- Informar a la asamblea los resultados de las ventas
- Encargarse de la venta de los productos

## **Gestor de Control de Calidad**

Supervisar y dirigir eficazmente los procesos de calidad, implementando mejoras constantes a cada uno de los procesos de la línea de productos.

### **Principales Funciones**

- Supervisar la calidad de los productos.
- Llevar a cabo las implementaciones de calidad de los procesos
- Revisar los productos finales para la aprobación
- Implementar capacitaciones de los controles de calidad a los operarios
- Elaborar los reportes de productos que no cumplan con las normas de calidad establecidos
- Supervisar cumplimiento de las prácticas ambientales
- Monitorear e informar sobre el desempeño de los procesos de calidad.

## **Gestor de Manipulación de Alimentos**

Encargarse de la correcta manipulación de los alimentos y del cumplimiento de las normas e higiene y las buenas prácticas de manipulación.

### **Principales Funciones**

- Preparar los productos de acuerdo a lo establecido por la Cooperativa
- Aplicar las técnicas de higiene personal, áreas limpias, lavado de utensilios y equipos utilizados en el proceso de deshidratado y snack.
- Recepcionar la materia prima entregada por el bodeguero
- Conocer e interpretar el cálculo de los ingredientes
- Realizar las operaciones definitivas o de cocción de alimentos, considerando los tiempos establecidos para cada uno de ellos
- Cuidar el equipamiento utilizado
- Manejar adecuadamente, con rapidez y eficiencia los distintos equipos y utensilios de la sala de procesos.

**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitrufquen**





**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitrufquen**



**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitrufquen**



**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitrufquen**





**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitrufquen**



**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitrufquen**



**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitrufquen**





**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitrufquen**



**Registro fotográfico Cooperativa Newen Berries Pitruquén**



Registro Fotográfico Inauguración Cámara de Frio



