



INFORME TECNICO Y DE GESTION FINAL

INSTITUCION EJECUTORA : CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LA REGION DE COQUIMBO, CORPADECO.

NOMBRE DEL PROYECTO : "CENTRO DE GESTION INNOVATIVO IV REGION"

CODIGO : C98-1-A-095

N° DE INFORME : INFORME TECNICO Y DE GESTION FINAL

FECHA DE PRESENTACION : 15 DE MARZO DEL 2001.

NOMBRE Y FIRMA
COORDINADOR PROYECTO :


PABLO PINTO CORNEJO

Uso Interno FIA

Fecha recepción

LA SERENA , MARZO DEL 2001

INDICE

CONTENIDO	PÁGINA
I. RESUMEN EJECUTIVO	3
II. TEXTO PRINCIPAL	4
I. Antecedentes generales	3
II. Resumen Ejecutivo	3
III. Texto Principal	4
1. Breve resumen propuesta original	4
2. Cumplimiento de los objetivos	9
3. Metodología	20
4.-5. Descripciones actividades realizadas y resultados	51
6. Problemas enfrentados	93
7. Calendario y ejecución de actividades	97
8. Actividades de Difusión	103
9. Impactos, Conclusiones y Recomendaciones del Proyecto	108
10. Anexos	112

I. ANTECEDENTES GENERALES

NOMBRE DEL PROYECTO	:	CENTRO DE GESTIÓN INNOVATIVO IV REGIÓN
CÓDIGO	:	C98-1-A-095
REGIÓN	:	IV REGIÓN DE COQUIMBO
INSTITUCIÓN EJECUTANTE	:	CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA REGIÓN DE COQUIMBO, CORPADECO
COORDINADOR	:	PABLO E. PINTO CORNEJO
COSTO TOTAL	:	
APORTE DEL FIA	:	
PERÍODO EJECUCIÓN	:	01/SEPTIEMBRE DE 1998 A 31/ENERO DEL 2001

II. RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe resume la situación del proyecto CENTRO DE GESTION INNOVATIVO IV REGIÓN, C98-1-A-095, para el período comprendido entre septiembre de 1998 y enero del 2001.

En resumen, los logros del proyecto han radicado en el desarrollo de herramientas para la toma de decisiones y para penetrar el mercado virtual, articulando el desarrollo del Centro hacia programas de mayor plazo como los establecidos con CAPEL y las organizaciones de regantes.

En cuanto a las metas, el nivel de desarrollo técnico se alcanzó en los seis objetivos evaluados, a saber: sistemas de información de precios, software de gestión, vitrina virtual, sistema de proveedores, mercado laboral y mesas de trabajo.

La consolidación de los servicios sin embargo no ha sido simétrica con ese desarrollo. El ámbito de gestión se encuentra en un nivel de avance superior, con una cartera de clientes en operación y con un plan de desarrollo de largo plazo en función de un programa que se articuló con CAPEL.

El área de los mercados virtuales, no obstante, ha carecido de una consolidación en lo que se refiere al mercado captado y requiere de mayor trabajo en la captación de potenciales clientes, que es la fase en que el ejecutor realizará en el año 2001 y en adelante.

Los sistemas de información de precios han evolucionado desde recolección de precios al concepto de información estratégica, que se está trabajando vía fuentes primarias (consultorías) y secundarias (disponibles en la red). En esta fase se espera articular un proyecto con INIA Intihuasi para desarrollar un centro de información estratégica en la región.

El ejecutor se compromete a continuar los esfuerzos y financiamiento compartido con FIA durante dos años y medio.

III. TEXTO PRINCIPAL

1. BREVE RESUMEN PROPUESTA ORIGINAL

- Resumen del Proyecto

El proyecto planteaba el desarrollo e implementación de un Centro de Gestión para la innovación agrícola que transfiera a empresarios de la IV Región, **herramientas para la toma de decisiones** de manera de potenciar su participación en los mercados locales y nacionales y, a la vez, estimular el desarrollo de proyectos innovativos.

El proyecto partía de la premisa básica que en mercados globalizados, el liderazgo empresarial está cimentado en una gestión con visión estratégica, el **manejo de información oportuna y precisa**, la calidad de los productos, la capacidad de innovar permanentemente y los contactos claves. El Centro de Gestión pretende asegurar el éxito de las empresas asociadas en los actuales mercados competitivos, a la luz de integrar estos cinco elementos.

Para tales fines, el proyecto se planteaba en cuatro etapas fundamentales, correlativas en su desarrollo y que tienen relación con los productos esperados. Estas son:

1. Desarrollo de un sistema interactivo de información de los mercados locales (La Serena, Ovalle e Illapel-Salamanca) y de Santiago.

La información de los mercados locales sería recopilada por el propio Centro por medio de una encuesta tipo aplicada semanalmente por recolectores de específicamente contratados para tal efecto y se validará con la información regional que administra Odepa. En relación con Santiago, ésta se obtendrá directamente de Odepa y/o de otros centros de información (Universidad de Chile)

2. Implementación de un **software de control de la gestión agrícola**, que le permita al empresario evaluar el desempeño de su empresa a través de indicadores económico-productivos y mejorar su productividad.

3. Establecimiento de una **vitrina "virtual"** a través de una red abierta, en la cual los productores exhiban antecedentes de su empresa, tipo de productos ofertados, variedades, atributos, precios, condiciones de entrega y dirección de contacto, de manera de mejorar el acceso a nuevos clientes y reforzar los lazos con clientes actuales.

El Centro, además, mantendría un registro de los clientes que consulten la base, de manera de estimular nuevos contactos para los asociados al Centro.

4. Desarrollo de un sistema de **información de proveedores de bienes de capital e insumos**, mediante el cual el productor acceda a las mejores ofertas del mercado y disminuya los tiempos de búsqueda de productos y mejore la administración de inventarios.

Adicionalmente, el Centro entregaría antecedentes del **mercado laboral y financiero**, y desarrollaría contactos con homónimos nacionales y extranjeros, de manera de potenciar los servicios entregados al empresario y gestionar el intercambio comercial, tecnológico y de conocimientos entre la IV Región y otras regiones.

Las organizaciones y empresarios asociados al Centro podrán acceder a toda o parte de la información existente mediante una red computacional (abierta o cerrada) y telefónicamente, mediante una clave de ingreso. El Centro basa su funcionamiento en la entrega de información flexible, oportuna y precisa, adecuada a las necesidades de cada empresario asociado, de manera de facilitar y agilizar la toma de decisiones.

- **Objetivo**

Desarrollar una unidad estratégica de gestión externa a las empresas involucradas, que **vincule mediante modernos sistemas computacionales**, los distintos eslabones de la cadena productiva y de comercialización, potenciando la gestión de la empresa, la transferencia de información oportuna y permanente y los contactos directos entre proveedores de bienes de capital e insumos, productores agrícolas y clientes actuales y potenciales

- **Duración y alcances**

Este proyecto contempla un financiamiento del FIA para 2,5 años y una cobertura de **40 empresarios** a modo de plan piloto, después de los cuales será administrado en conjunto por **CORPADECO**.

Las provincias involucradas incluyeron Elqui y Limarí en la Región de Coquimbo.

- **Justificación y metodología del proyecto**

En términos de la justificación del proyecto, ésta emanaba de dos elementos claves para explicar las distorsiones y dificultades del mercado agrícola:

1. La inexistencia de: contactos comerciales permanentes y lugares comunes de encuentro entre productores y demandantes finales (que reduzcan la longitud de la cadena distributiva y produzcan economías de escala), sean de insumos, productos intermedios o finales; de información oportuna y pertinente; del apoyo profesional en la elección de nuevos rubros productivos; del conocimiento de nuevas experiencias y tecnologías, de nuevas alternativas de financiamiento (joint-ventures, alianzas estratégicas, créditos internacionales, fondos de desarrollo tecnológico y/o promoción del intercambio comercial); y del desarrollo de nuevos negocios, sea en mercados nacionales o internacionales.
2. El precario trabajo a nivel de mejoramiento y aseguramiento de la calidad de los productos. Por calidad se entenderá la satisfacción del cliente en términos de productos adecuados y adaptados a los requerimientos del mercado específico, a precios competitivos, obtenidos mediante procesos eficientes y en condiciones de entrega en el momento oportuno y en las cantidades acordadas.

En términos generales, lo que subyacía a esta justificación era la necesidad de contar con:

1. Instrumentos capaces de controlar la gestión del negocio agrícola, abordando indicadores de desempeño como la rentabilidad comparativa de los rubros utilizados tanto dentro de la

unidad empresarial como dentro del sector, crecimiento, tamaño, capital, rotación de inventarios, niveles de endeudamiento y liquidez.

2. Reconocer las múltiples necesidades del mercado en cuanto a atributos del producto (tamaño, peso, color, textura, variedad, etc.), packaging, mecanismos de entrega y lugares, tasa y frecuencia de compra y consumo de los productos comercializados.
3. Constituir un espacio en el cual los productores en forma "virtual" puedan acceder a información que permita generar nuevos negocios, entreguen información de sus productos y volúmenes actuales y futuros, de manera tal que permita generar el nexo proveedor-productor-cliente.

- **Metodología**

El proyecto se planteaba en seis etapas sucesivas, relativas a la generación de un sistema integral de resolución de problemas de información y control de la gestión de las empresas involucradas. Las etapas eran:

1. **Elaboración de un sistema interactivo de información de mercado**

Definir la información requerida y los productos deseados, las fuentes utilizadas (primarias y secundarias), el mecanismo de acceso a la base (red, teléfono y claves de ingreso), la estructura y configuración del sistema de soporte del sistema, las modalidades de presentación de la información y la coordinación para las mesas de negocios.

En términos estrictos, se trabajaría con información primaria proveniente de dos de los principales mercados mayoristas de la IV Región (Las Palmeras, en La Serena; y la Feria Modelo y Sociedad del Agro, en Ovalle). La información se recopilaría directamente por intermedio de una encuesta.

Esta información se contrastaría con la información centralizada que cada mercado maneja y con los antecedentes proporcionados por organismos tales como Odepa.

La información obtenida y verificada, se procesaría en un sistema que le permita al empresario requerir antecedentes del mercado en cualquier momento. Esta información, a diferencia de parte importante de la que circula actualmente, estará presentada por variedades para los principales cultivos de la zona.

La información de Santiago (La Vega, Lo Valledor y Mersan), se obtendrá directamente de Odepa, previo convenio.

Para el proyecto, se considera trabajar con un máximo de 30 productos, con sus principales variedades para el mercado local y de Santiago.

2. Diseño, elaboración e implementación de un **software de control de la gestión** empresarial.

En esta etapa se incluye la definición de la arquitectura del sistema, el diseño y desarrollo del software y/o adquisición y adaptación de un software ya estructurado (1), la definición de los datos a recolectar, los tiempos y de los productos deseados del sistema y las pruebas pilotos con las empresas involucradas.

Por medio del código de identificación, únicamente conocido por la empresa, el empresario podrá compararse con otros del sector que participan como socios del sistema, de manera de evaluar su posición en los ranking de rentabilidad y productividad, sin perder el anonimato, dado que su código es de conocimiento exclusivo (los datos aparecerán por código y no por nombre de la empresa).

3. **Diseño e implementación** del sistema de oferta de productos y captación de clientes (**comercialización "virtual"**)

Es clave en el mercado, mantener fuentes de información veraces, de bajo costo y rápido acceso. El sistema se plantea como una vitrina de los tipos de productos actuales, de las especificaciones y atributos, precios, condiciones de entrega, plazos de pago, direcciones, etc., en el cual clientes podrán hacer contacto con la oferta local regional.

Esta fase estipula, además, incluir una cartera de clientes que sirva a los empresarios para ofertar sus productos.

4. **Diseño e implementación de un sistema de proveedores**

El aspecto central de esta etapa es proporcionar al empresario los mejores antecedentes de precios, especificaciones, existencia en stock y otras condiciones de productos ofertados por los proveedores, tanto de bienes de capital como de insumos.

En esta etapa, se seleccionarán en conjunto con los empresarios, los principales proveedores y productos del cual requieren contar con información permanente y actualizada, exclusivamente de los mercados de La Serena y Ovalle. A partir de esto, se diseñará una ficha computacional de conexión con las empresas, que semanalmente será actualizada por parte de las empresas proveedoras. En aquellas que no cuenten con computador, la ficha será enviada vía fax a la oficina central de La Serena por las empresas asociadas, cada día lunes, de manera de actualizar en el transcurso del día las variaciones necesarias.

La información provista por sistema computacional, se actualizará automáticamente y el ingreso al sistema estará codificado por una clave secreta, únicamente conocida por la empresa proveedora y la Central en La Serena, para evitar manipulaciones del sistema. Los empresarios podrán acceder directamente al sistema por medio de su clave de identificación.

5. Diseño e implementación de un sistema de información del mercado laboral

Para evitar distorsiones y la habitual urgencia de los empresarios de contar con mano de obra adecuada a sus labores, se montará un sistema con antecedentes de posibles candidatos, clasificados según calificación (título), especialización, experiencia, expectativas, lugar de residencia, contacto, etc., de manera de agilizar el proceso de contratación de personal por parte de las empresas. Este será un sistema permanente de apoyo al empresariado, quienes podrán acceder a la base de datos de acuerdo a sus requerimientos.

6. Proyectos de innovación

Esta etapa se caracteriza por establecer reuniones de trabajo con empresarios respecto de proyectos de innovación, orientando su acceso a fuentes de financiamiento. Se considera realizar reuniones trimestrales.

Adicionalmente a esta etapas, en el proyecto se organizarán mesas de trabajo con empresarios y mesas de negocios para acercar productores con clientes. El objetivo final de esto, es que el centro se transforme en un lugar de encuentro entre oferentes y demandantes, sea de forma personal o de forma "virtual-interactiva".

Para este sistema, se utilizará la siguiente distribución:

- Programas CORFO : 36 empresas
- Programas FIA : 4 empresas

2. CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

El proyecto original comprendía seis objetivos, que se detallan a continuación:

- 2.1. Establecer un sistema de conexión computacional para proporcionar información oportuna y en tiempo real de precios, volúmenes transados y variedades de frutas y hortalizas de los principales mercados de la IV Región y de Santiago, a los productores agrícolas asociados al centro de gestión.
- 2.2. Desarrollar e implementar un software para controlar la gestión de negocios agrícolas, a partir de la determinación de indicadores económicos de rentabilidad y productividad, con cobertura de 20 empresarios para el primer año, llegando escalonadamente a 40 en el tercer año.
- 2.3. Desarrollar una vitrina en Internet mediante la cual los productores entreguen información sobre sus productos, los volúmenes a transar, condiciones de venta, plazos de entrega, precios actuales y futuros, especificaciones, direcciones y contactos, para estimular nuevos negocios.
- 2.4. Mantener una base de datos actualizada semanalmente de los principales proveedores de bienes de capital e insumos de la región y del país, con una nómina de productos categorizados en semillas, fertilizantes, productos fitosanitarios, materiales para riego y maquinarias e implementos agrícolas.
- 2.5. Incorporar la oferta y demanda del mercado laboral (mano de obra especializada y no especializada), de manera de reducir los tiempos de búsqueda de personal idóneo y corregir las distorsiones de mercado (excesos de oferta y demanda en zonas geográficas distintas).
- 2.6. Apoyar la generación de proyectos de tipo innovativos, a desarrollar con las empresas socias del centro.

El presente informe detallará las actividades realizadas para la consecución de dichos objetivos.

2.1. Sistema de información de precios de productos agrícolas (SIP)

El proyecto estableció un sistema de recopilación directa de las ferias locales, y como fuente secundaria ferias mayoristas de la región metropolitana de Lo Valledor y Mapocho, en Santiago.

Los resultados del proyecto correspondieron en lo técnico a lo establecido, en cuanto se creó una base de datos de productos (Access 97) y se diseñó un sistema de consulta en Internet. El sistema permitía conocer precios de productos agrícolas por feria y día de transacción y hacer comparaciones. En tal sentido, los resultados del proyecto fueron:

- a. Establecimiento de una metodología de recolección y estandarización de los criterios de recolección, basado en criterios base recogidos de la experiencia de ODEPA en la ferias de la R.M.
- b. Validación de la información local con la presentada por ODEPA, lo que permitió establecer comparaciones para diversos productos.
- c. Base de datos interactiva para consulta de información. Esta base de datos está disponible a nivel local y vía Internet para los años 1999 y 2000, lo que constituye un input básico para las actividades de consultoría que el Centro de Gestión está operando a nivel de mercados regionales.
- d. Establecimiento de una red de apoyo e integración con otras oficinas regionales para la captura y entrega de datos (INDAP V Región), y para la formación de un área especializada de análisis de datos y redes de información.
- e. Catalizador de información de mercado disponible. Uno de los resultados indirectos ha sido la transformación hacia un área de información más agregada, a nivel primario, con estudios que se están realizando para la región, y a nivel secundario, con estudios existentes en la red, que vía permiso previo, están complementando la información local.

Las consultas recepcionadas vía Internet, sin embargo, no cumplieron con las expectativas del proyecto, pudiendo, entre otras razones, destacarse lo siguiente:

- a. La planificación agrícola varía según el tipo de empresa (especialmente tamaño) y el rubro al que pertenece. Esto afecta la toma de decisiones en lo siguiente:
 - i. En el caso de empresas pequeñas, la información estructurada y periódica de precios no es considerado un input valioso para la toma de decisiones. Estas empresas tienden a utilizar por sobre series de datos, datos aislados que entregan información de la situación presente en el momento de comercializar sus productos y bajo esa perspectiva, para los agricultores basta con la recepción por una sola vez de los precios de Lo Valledor, asunto que reciben sin costo por ODEPA-FAX. En cuanto a precios locales, a los productores no les interesa como antecedente para tomar decisiones, dado que los precios de ferias locales como las de la IV Región los fija las transacciones en Lo Valledor.
 - ii. En el caso de empresas medianas y grandes, utilizan información mixta: proporcionada por sistemas de información como el de ODEPA, pero fundamentalmente de informantes claves en los mercados de transacción. El mercado local es irrelevante para la comercialización de sus productos y los precios en estos mercados son reflejo de las tendencias de la R.M.
- b. La disponibilidad Internet en predios es mínima, por lo que se debieron articular centros de consulta en las oficinas del Ejecutor. En tal sentido, operativamente era más interesante consultar datos desagregados como los de ODEPA o la Revista del Campo, en contra de series de datos o datos en tiempo real.

especificar
 → ↓

El ejecutor considera, no obstante, que existe un nicho en lo referente a información estratégica (estudios de mercado) e informantes claves en por ejemplo ferias mayoristas de Santiago. Basado en esto último, los resultados finales del sitio WEB se han apuntado más hacia estudio agregados en contra de datos diarios.

CORPADECO - Corporación para el Desarrollo de Coquimbo - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Historial Correo Imprimir Modificar

Dirección http://www.corpadeco.cl/

CORPADECO
 CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COQUIMBO

FIA

Jueves 18 de enero del 2001

MERCADO LABORAL INFO-MERCADO

Situación Actual y Perspectivas de las Exportaciones de Tomate hacia el mercado argentino

Situación hortícola Argentina

Pese a que las hortalizas no están entre los cultivos de mayor importancia en términos de superficie ocupada, durante los últimos años se ha visto un aumento sostenido en la superficie destinada a este tipo de cultivos, destacando el aumento experimentado por algunas especies como el pimiento y el tomate. En términos de volúmenes de producción también se ha tenido el consiguiente aumento, explicado en parte por este aumento de superficie cultivada pero, además, por un mejoramiento general en el manejo técnico de estas especies lo que ha resultado en un aumento de los rendimientos obtenidos. A lo anterior debe agregarse el aumento constante de la superficie de producción bajo

http://www.corpadeco.cl/mercadolaboral.html Intranet local

2.2. Desarrollo e implementación de un software de gestión (SIG)

El ámbito con mayor desarrollo en el Centro, correspondió al Sistema de Gestión SIG, que incluyó un software en versión Access y Visual Basic. La Versión Access se encuentra instalada en varios predios de la región, mientras la versión Visual Basic se ofrece como una alternativa de apoyo a equipos que no cuentan con Access 97.

El Software Integral de Gestión (SIG) es un sistema administrativo-contable y empresarial, con módulos de registro y análisis de información para compras, ventas, administración de inventarios, contabilidad, producción y maquinarias, en un sistema diseñado en plataforma Windows, de fácil acceso y entrega de reportes contables y de gestión para mejorar eficientemente la toma de decisiones.

- Compras
- Ventas
- Bodega de Compra y venta
- Producción
- Maquinaria
- Contabilidad
- Remuneraciones
- Honorarios

En anexos se presenta un completo manual del programa.

En términos de clientes, la utilización de sistemas de apoyo a empresarios fue decantando hasta incluir una lista final de:

- a. 11 empresas atendidas en forma individual, en su mayoría de rubros como uva pisquera y de mesa.
- b. 24 clientes individuales y 14 clientes asociados de CAPEL. Se opera con empresas en un programa integral de apoyo a la gestión, que incluye tres PDP (Programas de Desarrollo de Proveedores), iniciados en diciembre de 2000, y la utilización del software de gestión.

En términos de número de empresas participantes, se logró el objetivo de incorporar las 40 empresas. No obstante se debieron sacrificar aspectos relativos a la cobranza individual de cuotas mensuales. En tal sentido, se debieron articular programas vía financiamientos mixtos (usuarios-empresas demandante, caso de CAPEL). Estos financiamiento permiten operar al centro por cuanto significan cuotas promedios de \$20.000 por agricultor en el caso de CAPEL, y \$50.000 por empresas en el caso de los individuales.

Los resultados con cada empresa han sido diferente, debido a la dinámica interna de cada una. Sin embargo, con todas se ha trabajado en un programa integral de apoyo a la gestión, que ha incluido alianzas con otros actores como la Universidad de La Serena. De acuerdo al trabajo realizado con CAPEL, es factible que durante el año se reúnan más empresas, como una forma de integrar al 100% de las empresas que componen el PDP, que en total suman 87 a nivel de los tres valles. El trabajo, no obstante, ha resultado más lento de lo estimado, se continuará con el proyecto de trabajar en gestión con un horizonte de 3 años.

Paralelamente, durante el proyecto se avanzó fuertemente en dos aspectos:

- Programa de Capacitación de empresarios y profesionales del área
- Estructuración de un modelo de gestión para viñedos.

No obstante lo avances con CAPEL, el programa más avanzado en gestión integral, se ha realizado con el grupo de productores de Rapel. En el marco de este programa, se ha realizado un fuerte trabajo en gestión, creándose una sucursal en Rapel del Centro, en donde los productores entregan sus datos y un digitador los ingresa directamente al programa. Mensualmente se realiza una supervisión y los estados de avance han sido adecuados en el manejo de compras, mano de obra y en época de liquidación, del módulo de ventas. Problemas se han derivado con el manejo de bodega, dado el retraso en que la información se traspasa del predio a la oficina.

Con este programa se espera desarrollar una gira internacional para captura tecnológica y de gestión, además de continuar una relación de al menos tres años con un programa PROFO, lo que otorgaría recursos adicionales para financiar el Centro de Gestión, estudiándose la alternativa que **el Centro se transforme en un Profo de Gestión**, situación que ha sido efectiva en otros casos a nivel nacional.

Los resultados en este ámbito son concordantes con los establecidos, sin embargo, es necesario puntualizar:

- a. Los programas de gestión son de mediano y largo plazo, dado que en el sector agrícola significa un cambio cultural en relación a los sistemas de administración y toma de decisiones. Los ejemplos de Europa y los programas más locales, muestran la necesidad de trabajar programas de al menos cinco años para recién contar con una masa crítica. En tal sentido, durante el proceso existe un alto grado de deserción producto que los resultados no son inmediatos y significan nuevas estructuraciones al interior de las empresas. Por ello, los programas ahora estipulados tienen la ventaja de tener un horizonte de al menos tres años adicionales, lo que permitirá ir madurando esta área y cada vez mejorar más el control en la toma de datos y en el análisis.

*no se cumplió
en la práctica.*

2.3. Vitrina en Internet

El objetivo de la vitrina en Internet era abrir un espacio de consulta en la cual los productores exhiban antecedentes de su empresa, tipo de productos ofertados, variedades, atributos, precios, condiciones de entrega y dirección de contacto, de manera de mejorar el acceso a nuevos clientes y reforzar los lazos con clientes actuales. **Técnicamente este objetivo se cumplió**, sin embargo la gestión de clientes no fue exitosa y será una etapa que el ejecutor deberá seguir en adelante.

La vitrina en Internet se desarrolló en la última fase del proyecto y como resultado se articuló un espacio denominado InfoEmpresa, cambiando la estructura desde un portal de tipo corporativo a uno de negocios, integrando las funciones que durante la propuesta original se habían estimado de proyección. Este supuso un análisis del mercado y una redefinición del sitio WEB.

Los clientes conseguidos no obstante han sido menores a los planificados, dado que el supuesto original era contar con al menos igual número de clientes en esta área que en la gestión de empresas.

Las razones que explican esta discrepancia se refiere a dos aspectos:

- a. La disposición de pago de las empresas a promociones en Internet en el área agrícola es baja. Por las características de su mercado, estiman que Internet no es una vía interesante de captar nuevos clientes y además su mercado objetivo (mayoristas, supermercados, cadenas alimenticias, industrias alimenticias), ciertamente tiene un retraso en su presencia en Internet en relación a otros sectores de la economía como los servicios financieros.
- b. Publicidad. Dado que recién el rediseño se terminó a finales del proyecto (diciembre-enero), **no se realizó una estrategia promocional idónea para captar clientes**. Adicionalmente, por razones de estacionalidad de la producción de los principales clientes (uva pisquera y de mesa), durante los meses estivales hasta marzo-abril (vendimia, en el caso de clientes de CAPEL), los productores están preocupados exclusivamente de su producción. Por tal razón se espera retomar estos esfuerzos ya con recursos del agente a partir de marzo-abril, de manera de aumentar la cobertura de clientes.

*se subieron al internet
pero...*

De acuerdo a las visitas contabilizadas en la página, se tiene un un promedio de casi 300 visitas/mes, que se distribuyen de acuerdo al siguiente cuadro:

Visitas por dominio/pais

1 Chile	125	56.56 %
2 Singapur	13	5.88 %
3 Estados Unidos	5	2.26 %
4 Suecia	2	0.9 %
5 Eed	2	0.9 %
6 España	2	0.9 %
7 Argentina	2	0.9 %
8 Alemania	1	0.45 %
9 Venezuela	1	0.45 %
10 Costa Rica	1	0.45 %
11 EEUU Comercial (com)	1	0.45 %
12 México	1	0.45 %
Desconocido	65	29.41 %

Visitas por dominio/pais

1. Sudamérica	128	57.92 %
---------------	-----	---------

2.4. Base de datos de proveedores

De acuerdo a lo informado en los diferentes informes de avance y los comentarios del Supervisor del proyecto, la base de datos de proveedores no se completó de acuerdo a los requerimientos iniciales y más aún no se prevee en el corto ni mediano plazo continuar en esta área.

Los resultados más interesantes en esta área fueron:

- a. Base de datos de proveedores. En total se encuestaron a 62 proveedores de la región, separados en rubros de:

N°	Categoría	Ítem
1	Maquinarias Agrícolas y Herramientas	
2	Insumos	Fertilizantes Fungicidas Insecticidas Herbicidas Acaricidas Desinfectantes de semilla Fumigantes Molusquicidas Misceláneos Rodenticidas Nematicidas Humectantes Reguladores De Crecimiento Especiales
3	Materiales	Envases Mallas Plásticos Alambre Madera
4	Riego	
5	Viveros Y Semillas	Viveros Semillas

- b. Base de datos de clasificación de productos. En base a los listados de los proveedores y de la Revista del Campo, se creó una base de datos con los productos agrícolas, de manera de contar con información base para la recopilación de precios de productos y facilitar la consulta vía Internet.

La razones de la discrepancia de los resultados en relación a los objetivos planteados se debió a:

- a. Las empresas encargadas de entregar información, se manifestaron reticentes a enviar datos de precios que pudieran ser "copiados" por la competencia. Esto se liga no sólo a factores de confidencialidad, sino también a diferencias en relación con los precios ofertados, ya que mayoritariamente el precio final es resultado de una negociación directa entre el cliente y el proveedor, y en lo que incide su historia, el volumen demandado y las condiciones de pago. Esos requerimientos no estaban incluidos en la base de datos y las empresas proveedoras preferían negociar directamente con cada cliente.

- b. No obstante tales restricciones, tres empresas decidieron incluir información de precios en la base de datos, sin embargo la demanda por tal información fue baja, dado que **no era usual para agricultores contar a esa fecha con acceso a Internet desde el predio**. Se siguió utilizando el sistema de teléfono.
- c. A principios del año 2000, se intentó la primera cotización electrónica por medio de un Profo Hortofrutícola, sin embargo, dado el volumen requerido, los proveedores hicieron negociaciones por separado con cada cliente (en total, seis) y la operación abortó.

En resumen, consistente con lo señalado en la Vitrina de Internet, el desarrollo agrícola de sistemas de soporte de información no tiene todavía un mercado definido y dispuesto a reemplazar actividades cotidianas como son promocionar sus productos y cotizar en línea.

2.5. Oferta y demanda del Mercado Laboral

Uno de los elementos en que se puso énfasis en la fase final del proyecto, tiene relación con la construcción de un sitio de interés para potenciales empleadores y empleados. En base a una revisión de otros sitios nacionales, se diseñó un sistema sencillo de ingreso de antecedentes tanto para las empresas como para los potenciales trabajadores.

Durante la última fase del proyecto se han realizado las pruebas técnicas que aseguran su funcionamiento. En tal sentido, se ha **cumplido técnicamente** el objetivo de contar con un sistema de bolsa de trabajo electrónica, asunto que era novedoso cuando se ideó el proyecto, pero que en el año 2000 se masificó con sistemas como laborum.com, recursoshumanos.cl (local en la región) y paneles en varios portales nacionales.

Los resultados más interesantes de esta área son:

- a. Establecimiento de un área específica para el desarrollo de la oferta y demanda laboral, bajo formato de ingreso de información vía internet. El sitio contiene dos consultas: a nivel de buscadores de empleo y ofertantes de empleo. Para los buscadores, la opción le permite ingresar su curriculum on-line y revisar la las ofertas laborales.
- b. Los datos son enviados a través de e-mail y llegan directamente al servidor de CORPADECO, para su actualización, lo que se produce en tiempo real.
- c. Creación de una base de datos de empresas con las cuales se iniciará la fase operativa del mercado laboral.

Este espacio está dirigido a trabajadores y empleados interesados en contactar nuevas formas de vínculos de forma virtual.

Mercado Laboral ofrece la oportunidad de fomentar el empleo de mano de obra especializada de una forma muy simple, a continuación tiene dos opciones:

- Una para Personas que buscan Empleo.
- Y otra para Empleadores o personas que necesitan de algún Servicio Especializado.

Para continuar elija una de la opción deseada, de lo contrario para salir presione aquí.

Sin embargo, si bien en lo técnico esta fase ha sido completada, se observa un retraso en lo referente a la operación del sistema. De acuerdo con nuestros antecedentes, este retraso se deriva de los siguientes elementos:

- Durante la temporada 2000, la contratación de mano de obra bajo considerablemente y las empresas agrícolas, contra recurrir a externos para captación de personal, aprovecharon disponibilidades internas.
- Los sitios dedicados al mercado laboral, se especializan no sólo en la recopilación de CV, sino en la selección de perfiles profesionales más idóneos para los cargos requeridos. Esta tarea no estaba dentro de los lineamientos del Centro y si bien se estima no es la estrategia de desarrollo futura del Centro, debería ser considerado en el mediano y largo plazo, como una forma más eficaz de ofrecer servicios de calidad a las empresas. Una forma de resolver este factor, tiene relación con establecer alianzas por ejemplo con universidades para que contribuyan en la evaluación del sistema.

2.6. Mesas de trabajo y proyectos innovativos

Durante el proyecto se logró mejorar la integración de elementos de gestión en el quehacer agrícola. En particular se logró:

- a. Incorporar a más de 87 empresas de CAPEL en un programa PDP en el cual se les ha capacitado en gestión empresarial. Este trabajo fue fuertemente impulsado por el Curso de Contabilidad de Gestión realizado por el Centro en diciembre de 1999.
- b. Capacitación y estudios estratégicos en la Provincia del Choapa, que dará origen a un sistema de apoyo integral a la gestión administrativa y comercial a pequeños productores.
- c. Misión Tecnológica a Israel, organizada para grupo de productores del Profo Pimientos (agosto 1999)
- d. Exposiciones y Charla a productores, entre otras:
 - i. Mercados Virtuales, Expo-Rural, noviembre 1999.
 - ii. Agricultores de República Dominicana, julio 2000
 - iii. Productores asociados a Organizaciones de riego, mayo 200
- e. Elaboración Proyecto Integral de control de Gestión para organizaciones de riego

El proyecto con Organizaciones de Regantes cobra importancia por cuanto significó estructurar un desarrollo integral con agentes tales como Organizaciones de Regantes (9 en total), Universidad de La Serena, INIA Intihuasi y Seremi de Agricultura, proyecto que se presentó a FIA 2000, y pese a no ser aprobado, será repostulado a Obras Hidráulicas y potencialmente al concurso 2001.

En cuanto a recursos, el trabajo realizado por el Centro de Gestión significó colocar en la región los siguientes recursos:

- M\$114 731 en programas de gestión para CAPEL, logrando un aporte de la empresa del 40% de eso recursos (M\$45.593). Este programa involucra a 87 productores de uva pisquera.
- M\$174.560 en programas de apoyo a la gestión en empresas agrícolas (en total, 27 empresas), con un aporte del 40% de las empresas beneficiadas (M\$68.745).
- M\$19.000 en apoyo directo al plan estratégico de la Provincia del Choapa y a productores caprinos de la planta Camisas.

3. METODOLOGÍA

3.1. Sistema de Información de precios de productos agrícolas (SIP)

El sistema comenzó supuso desarrollar las etapas de:

- *Análisis y Conexión de Sistemas Externos de Base de Datos*

El proyecto definió el uso del sistema ODEPA-fax, desde donde se obtiene datos de ferias de Santiago (Lo Valledor y Mapocho).

- *Diseño lógico*

El sistema se basó en un diseño de la encuesta de recolección y de los lugares a encuestar. La muestra definida incluyó:

- Terminal agropecuario Las Palmeras de La Serena
 - Mayoristas con 125 locales, en la salida norte de La Serena (Las Vegas s/n, en la ruta 5).
 - Información recolectada de 34 locales, al inicio del proyecto tres veces por semana, y en la etapa final, de manera semanal.
- Terminal Feria Modelo en Ovalle
 - Mayoristas, en calle Benavente, sector Maestranza, con administración municipal. Se dividen en 100 posturas y 24 bodegas establecidas.
 - Información recolectada de 19 locales, al inicio del proyecto tres veces por semana, y en la etapa final, de manera semanal.
- Terminal Feria del Agro en Ovalle
 - Sociedad Limarí Comercializadora del Agro S.A., con 95 locales en funcionamiento, de los cuales sólo un 10% realiza venta directa en el terreno, fundamentalmente de granos, en Carlos Condell 152, Ovalle.
 - Información recolectada de 4 locales, al inicio del proyecto tres veces por semana, y en la etapa final, de manera semanal.

- **Las Palmeras**

La actividad de La Palmera se realiza en dos modalidades: pre-feria y feria. La feria es un sistema de comercialización donde se transan productos agrícolas en base a precios libres. La Feria se lleva a cabo los días lunes, miércoles y viernes desde las 16 hrs a las 21 hrs. Cuenta con 124 espacios para la ubicación de los comerciantes y/o productores.

La pre-feria es un sistema de comercialización en el cual se transan los productos agrícolas que no se comercializaron durante la Feria el día anterior. Se cuenta con un total de 124 espacios para la ubicación de los comerciantes y/o productores, los cuales son los mismos locatarios o arrendatarios que forman parte de la Feria. Esta pre-feria diferencia principalmente porque los

volúmenes que se transan son menores que los que participan en desarrollo de la Feria el día anterior y las calidades son inferiores. La pre – feria se lleva a cabo los días martes, jueves y sábado desde las 5 hrs A.M. hasta las 9 hrs A.M. .

La actividad de medición de los precios se realizó con los locales de atención permanente, dado que era posible mantener una uniformidad de criterios en la medición. Esto implica mediciones cada dos días, esto es, lunes, miércoles y viernes.

La actividad de medición de los precios se realizó con los locales de atención permanente, dado que era posible mantener una uniformidad de criterios en la medición. Esto implica mediciones cada dos días, esto es, lunes, miércoles y viernes.

En términos formales, en La Palmera existen 126 módulos de atención permanente. No obstante, 95 de ellos se encuentran ocupados por un mismo feriante (en total 55 propietarios independientes) y algunos no tienen propietario o no se han instalado de forma permanente (31 locales).

La encuesta se aplica en razón 1 por propietario, independiente del número de locales que posea. Por tanto, el universo a considerar son 55 puntos de medición.

Para efectos de la construcción de la muestra, se prefirió en una primera etapa incluir a todos los punto de medición que voluntariamente entregaran datos. En total, accedieron a participar en la encuesta 35 dueños de locales (63,6%). A continuación se presenta un listado completo de los propietarios, detallado por local, rubro y participación en la encuesta (SI= encuestado; NO= no encuestado).

Nº de local	Locatario	RUT	Rubros	Encuesta
2	Oswaldo Toledo		Zapallo	SI
3 - 4	Felix Tabilo		Acelga Repollo Coliflor Betarraga Zanahoria Choclo Zapallo Lechuga Rábano Blanco Cilantro Perejil Poroto granado	SI
5	Oswaldo Tabilo		Acelga Repollo Coliflor Betarraga Zanahoria Choclo Zapallo Lechuga Rábano Blanco Cilantro Perejil Poroto granado	SI

6 - 7	Daniel González		Durazno Melón Sandía Plátano Ciruela Pera Manzana Naranja	SI
8 - 9	Juan Esquivel		Limón Cebolla Durazno Palta Pep. Ensalada Morrón Aji	SI
10	Fernando Avalos		Uva Blanca Uva Negra	SI
11 - 12	Primitivo Pizarro		Tomate Durazno Ciruela Cebolla Palta Morrón Sandía	SI
14	Hernán Villarroel		Durazno Pasas Nueces Pasas Legumbres	NO
15	Flavio Contreras		Melón Pep. Ensalada Morrón Zapallo	NO
16	Rubén Flores		Zanahoria Zapallo	NO
19	Mario González		Lechuga	NO
22 - 24	Adrián Varas		Papa	NO
25	Rodolfo Zarricueta		Poroto granado Poroto verde Arveja Haba Arveja	SI
26	Enrique Marambio		Trigo Maíz Poroto seco Afrecho Cebada	SI
27	Héctor Guamán		Espinaca Albahaca Perejil Cilantro	SI

28	Jorge Gómez		Limón Cebolla Zapallo Choclo Tomate	SI
29 - 30	Juan Valencia		Papa Tomate Aji Choclo Morrón Poroto Granado Poroto Verde	SI
32	Rigoberto Pizarro		Fardo de pasto	SI
35 - 38	Rolando Rodríguez		Papa Cebolla Melón Zapallo	SI
39 - 40	Juan Campaña		Lechuga Acelga Betarraga Coliflor Lechuga Poroto Verde Repollo Zanahoria	SI
42	Ana San Martín		Queso Aceituna Durazno Manzana Papaya Palta Ciruela	NO
43 - 45	Enrique Ceballos		Zapallo Cebolla Ajo Maiz Sandía Melón	SI
50	Laura Alvarado		Ensalada preparada	NO
51 - 52	Carlos Contreras		Papa	NO
55	Raúl Alvares		Palta	SI
59	Héctor Araya		Fardo de Pasto Cebolla	SI
61- 62	Melo Araya		Pepino Zapallo italiano Morrón Pepino dulce Aji Limón Lechuga Cebollín	SI

63 - 65	Alex Flores		Poroto Seco Arveja Garbanzo lenteja Trigo Mote Maíz majado Chuchoca Pasas Huesillo Comino Aji color Alpiste Descarozados Orégano	SI
66	Cindy Catalán		Plátano	NO
67 - 71	Jorge Zamora		Durazno Sandía Melón Manzana Pera Plátano Maíz Trigo Palta	SI
72	Juan Flores		Cebolla Ajo Palta Tomate Uva	SI
73	Pedro Cerda		Zanahoria Morrón Tomate	SI
74	José Encina		Betarraga Acelga Repollo Coliflor Brócoli Poroto verde Poroto granado Pepino ensalada Morrón Aji Limón	NO

75	Manuel Mujica		Betarraga Brócoli Repollo Zanahoria Lechuga Cilantro	NO
76			Zanahoria Poroto verde Pepino	NO
77			Pepino Tomate Morrón Aji	NO
78	Sergio Moraga		Choclo	SI
79	Alex Julio		Morrón Pepino Tomate Choclo Poroto verde	SI
81	Sergio Contreras		Ají Morrón Cebolla Cebolla morada Tomate Ajo Melón Pepino Zapallo italiano	SI
82 - 86	Domingo Miles		Manzana Pera Nectarín Ciruela Naranja Durazno Palta	SI
88	Luis Gálvez		Perejil Albahaca	NO
89			Lechuga Poroto verde	NO
90	Enio Briones		Tomate	SI
91	Rosa García		Palta	SI

92 - 94	Manuel Tabilo		Repollo Coliflor Lechuga Zapallo italiano Betarraga Zapallo Zanahoria Choclo Sandía Melón Limón	SI
95	Hernán Molina		Choclo	SI
96	Juan Molina		Limón Zapallo Cebolla	NO
97	Carlos Godoy		Repollo Coliflor Brócoli Zapallo Zanahoria Acelga Lechuga Poroto verde	SI
98	Juan Aguilera		Choclo	NO
100	Julio Urizar		Tomate	NO
102	Oscar Romero		Limón	SI
103 - 107	Sergio Bravo		Durazno Nectarín Naranja Ciruela Pera Plátano Piña	SI
111 - 112	Jazmina Rosas		Palta Tomate	NO
113 - 120	Carlos Gallardo		Palta Durazno Nectarín Ciruela Piña Naranja	SI
121 - 122	Ricardo Rodríguez		Papa	NO

o **Terminal del Agro y Feria Modelo (Ovalle)**

La actividad en el Terminal del Agro (OT) y la Feria Modelo (OM) de Ovalle se realiza con locales establecidos y posturas diarias. Los locales incluyen locales de venta directa y bodegas, utilizadas para almacenar productos para comercializar en otros recintos. La Feria Modelo funciona fundamentalmente los días lunes, miércoles y viernes entre las 06:00 y 22:00 horas; mientras el terminal del Agro realiza sus actividades los días martes, miércoles y sábado en la tarde.

Para efectos de la construcción de la muestra, se prefirió incluir a todos los punto de medición que voluntariamente entregaran datos. En total, accedieron a participar en la encuesta 15 locales de la Feria Modelo (15%) y 4 del terminal del Agro (4%). Debe señalarse que el número de locales de la Feria Modelo se aumentará a 20 durante el mes en curso. El caso del Terminal del Agro es diferente, por cuanto sólo un 10% realiza actividades de venta directa y la mayoría son bodegas de almacenamiento. En tal sentido, el Terminal de Agro es un recinto más que de comercialización, de reserva para otras ferias, incluida la Modelo de Ovalle.

Nº de local	Locatario	RUT	Rubros	Encuesta
OM01	Yerko Aravena		Ajo Cebolla Zapallo	SI
OM02	Adan Codoseo		Papa Cebolla Maíz	SI
OM03	Juan Retamales		Lechuga Acelga Brócoli Espinaca Zanahoria Coliflor Betarraga Repollo Tomate Cebolla Papa Cilantro Perejil Chocho Zapallo Apio Manzana Mandarina Plátano Piña	SI
OM04	Carlos Bogueño		Pepino Tomate	SI
OM05	Alberto Valencia		Manzana Kiwi Membrillo Plátano Pera	SI

OM06	Raúl Valdivia		Papa Cebolla Zanahoria Zapallo Morrón Ajo	SI
OM07	Jorge Robles		Limón Tomate Ajo Naranja Palta Mandarina	SI
OM08	Dario Contreras		Ají de color Alpiste Comino Chuchoca Higos Huesillos Lenteja Maíz Mote Pasas Poroto Trigo	SI
OM09	Mauricio Sepúlveda		Limón Manzana Pera Plátano Kiwi Naranja	SI
OM10	Violeta López		Betarraga Coliflor Cebolla Lechuga Papa Morrón Pepino Poroto Verde Tomate Limón Zanahoria Rapollo Acelga	SI
OM11	Manuel Sepúlveda		Manzana Pera Plátano Kiwi	SI
OM12	Urbano Robles		Cebolla Limón Papa Zapallo Zanahoria Poroto Verde	SI

OM13	Alberto Pérez		Palta Tomate Naranja	SI
OM14	Sergio Vargas		Pepino Betarraga Zanahoria Poroto Verde Choclo Limón Zapallo Coliflor Cebolla Cilantro Acelga Repollo	SI
OM15	Arturo Poblete		Zapallo Limón Plátano Pera Cebolla Manzana Palta Naranja Mandarina Tomate	SI

N° de local	Locatario	RUT	Rubros	Encuesta
OT1	Raúl Maluenda		Limón Poroto Verde Pepino Aji Tomate Arveja Alcachofa	SI
OT2	Hugo Toledo		Papa Cebolla Trigo	SI
OT3	Carlos Araya Godoy		Tomate Poroto Verde Pepino Zapallo Italiano Naranja Aji Alcachofa	SI

OT4	Orlando Véliz		Alpiste Trigo Lenteja Grabanzo Arveja Cebolla Nuez Higos Miel Ciruela Pasas Almendra Cebada	SI
-----	---------------	--	---	----

- Diseño lógico del sistema computacional

El desarrollo del sistema se configuró en base de datos Access Profesional Versión 1997. El sistema se estructuró para entregar información de productos por ferias individuales o en una base comparativa para las cinco ferias recolectadas. Físicamente el sistema Access incluyó:

- Tablas del sistema

Las tablas del sistema contienen la fuente original de información. Permiten crear, modificar o eliminar el set de información base del sistema. Contempla siete tablas:

- Tabla de productos
- Tabla de Calidades
- Tabla de Origen
- Tabla de Categorías
- Tabla de Ferias
- Tabla de Locales
- Tabla de Unidades de Transacción

- Ingreso de Encuesta

Sistema utilizado para ingresar encuestas. Será transparente para el usuario, es decir, no podrá modificar dichos datos. El sistema incluye la siguiente información:

- N° encuesta
- Folio
- Fecha Encuesta
- Feria Encuestada
- Local encuestado
- Productos encuestados (por fecha, producto, origen, volumen transado, precio, calidad y unidad de transacción).

- Informes

El sistema contempló dos informes:

- Informe General de Precios
- Informe Compara por Ferias

El informe General incluye información para una Feria exclusivamente (seleccionada del las cinco) y entrega información sobre: Fecha de transacción, volumen, precio mínimo, máximo y promedio y origen del producto.

Para las ferias de Santiago, se incluye información exclusivamente de precios promedio, dado que no se digitan precios mínimos ni máximos.

En anexos se incluye un manual del sistema de Precios.

Operación Regular

El SIP operó como una base de datos para Internet, no obstante existía la alternativa de adquirir la Base de Datos desagregadas.

La operación de levantamiento de información a Internet se realizó favoreciendo al máximo la oportunidad de los datos. El timing durante el primer período del proyecto fue:

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
09:00	Lo Valledor (Sábado)	La Palmera (Lunes)		La Palmera (Miércoles)	
10:00	La Palmera (Viernes)	Revisión e Internet		Agro (Miércoles)	
11:00	Modelo (Lunes)		Modelo (Miércoles)	Revisión e Internet	Ovalle (Viernes)
12:00	Revisión e Internet		Revisión e Internet		Revisión e Internet
13:00					
14:00					
15:00					
16:00	Mapocho (Lunes)		Lo Valledor (Miércoles)		Lo Valledor (Viernes)
17:00	La Calera (Lunes)		La Calera (Miércoles)		La Calera (Viernes)
18:00	Revisión e Internet		Mapocho (Miércoles)		Mapocho (Viernes)
19:00			Revisión e Internet		Revisión e Internet

Bajo este esquema, los días lunes, miércoles y viernes se obtiene información del día para las ferias Modelo, Mapocho, Lo Valledor (el lunes no existe Feria) y La Calera (y eventualmente Valparaíso, dado que SIPRE V Región sólo recolecta datos esporádicamente). Para el día martes, antes de la 11.00 de la mañana se completa con La Palmera del día anterior, que finaliza en la tarde alrededor de las 18:30 horas.

Del terminal del Agro, se actualiza una vez por semana, dado que su funcionamiento es irrelevante (4 a 5 locales, tres días por semana).

3.2. Desarrollo e implementación de un software de gestión (SIG)

La metodología utilizada implicó el desarrollo de un software a partir de los requerimientos de las empresas piloto de la región. Los usuarios correspondieron principalmente a los **rubros de frutales y lechería-quesería caprina**, lo que permitió desarrollar un sistema flexible, según se explica en el manual de operaciones en anexos.

3.3. Vitrina Virtual

En base a la clasificación realizada de otros sitios locales ligados al sector agrícola, se definió una estructura más sencilla del sitio, que permitiera al usuario conformar la página que deseara

ingresar, aportando el texto central y las fotografías, lo que puede hacerse desde un terminal remoto conectado a Internet. El objetivo de ello, es posicionarse a nivel 2 y posteriormente subir a nivel 3. Esto significó variar de un portal de tipo corporativo a uno de negocios, integrando las funciones que durante la propuesta original se habían estimado de proyección.

CORPADECO
CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COQUIMBO

Centro de Gestión Corporativa Comercio Virtual Financiado por FIA

Sábado 20 de enero del 2001

Bolsa de Trabajo

Destacamos Nuevos Servicios

InfoEmpresa
Sistema interactivo de conexión entre empresas proveedoras, proveedores y clientes en una red de negocios para la compra, venta y/o arriendo de diversos productos.

Bolsa de trabajo
Oportunidades laborales para el nuevo siglo. Conexión empresa-trabajador con avanzado sistema de ingreso de currículum y oferta de trabajo en empresas.

Corporación Privada sin fines de lucro, cuyo objetivo es potenciar los recursos, desarrollar a las personas y proteger el medio ambiente. Es misión esencial de esta Corporación ser un medio que detecte ideas, ayude a materializarlas y desarrollarlas en el tiempo.

Noticias
SER UN ESPORTE AL NUEVA FORMA DE HACER NEGOCIOS

Intranet local

La metodología básica utilizada fue la siguiente:

- Observar otros sitios relacionados.
- Evaluar la situación del mercado
- Definir la estrategia y estructura del sitio de CORPADECO
- Medir los resultados (visitas)

a. Observar otros sitios relacionados.

La revisión implicó explorar los principales sitios WEB de empresas chilenas dedicadas al comercio electrónico. La Revisión incluyó las siguientes páginas:

- www.aba.cl
- www.agrogestion.cl
- www.agromedia.cl
- www.agrositio.com
- www.agroweb.cl
- www.altavox.cl/zoft
- www.biopol.cl
- www.cepri.cl
- www.cepri.cl/interagro
- www.chilnet.cl/fundoloreto
- www.cmet.net/sisag
- www.interaccess.cl/agroneg
- www.iris.cl
- www.tierraverde.cl

También se revisaron los sitios, pero se encontraban fuera de servicio o habían cambiado de dirección:

- www.cargill.cl
- www.cmet.net/sisag
- www.chilnet.cl/fundoloreto
- www.altavox.cl/zoft

La revisión incluyó categorizar a los sitios dentro de una escala de cuatro valores, según se detalla:

Nivel	Análisis
0	La página representa una extensión de la "p" de promoción de la empresa y el nivel de interacción del usuario es mínimo, reduciéndose a conectar exclusivamente al e-mail de la empresa. Los sitios son planos, escasamente desarrollados, sin banners y se reducen a presentar información descriptiva de la empresa o a conectar a los usuarios con otros sitios de interés. No existen antecedentes para evaluar la continua actualización de la página, pero se presume es esporádica. La página es monotemática y existen mínimas señales para indicar por donde navegar para buscar lo que se requiere. No existe un buscador interno. Presenta una página base y hasta cinco adicionales sin mayor desarrollo y en algunos casos utiliza a otro sitio como refugio.
1	El sitio constituye una herramienta de orientación hacia el cliente acerca de la empresa, muestra un nivel más sofisticado de desarrollo, un nivel básico de interacción, donde es factible responder interrogantes tipo. Existen banners de otras empresas, el sitio es levemente dinámico, con ciertas animaciones y un mapa interno o índice para guiar al usuario. No existen antecedentes para evaluar la continua actualización de la página, pero se presume es esporádica. No existe un buscador interno. Presenta una página base y hasta diez adicionales, sin un patrón muy definido y no siendo todas las páginas igualmente atractivas. En este nivel se ubican los sitios corporativos.
2	El sitio es interactivo. El usuario puede construir sus propias interrogantes y enviarla vía e-mail directamente desde la página, por medio de un formulario base. Existe un nivel adecuado de desarrollo de la página, colores atractivos, banners interactivos, animaciones y mapa interno o índice que guía al usuario en cualquier pantalla. Presenta una página base y hasta diez adicionales cada una con particularidades que la hacen atractiva. La actualización es presumiblemente más continua, con buscador interno en forma de base de datos, contador de visitas y un nivel de interacción restringido al formulario base. Existe ficha de inscripción para recibir noticias periódicas. No se aprecia conexiones inteligentes con otros sitios o empresas, de manera de intercambiar información u ordenar pedidos. Existe información múltiple y de valor agregado. Se aprecia un interés del sitio por mejorar su desarrollo futuro, indicando la próxima aparición de nuevas novedades y sistemas más interactivos.
3	El nivel máximo corresponde a un segmento amplio que incluye desde sistemas con interacción para realizar cotizaciones en línea hasta venta directa vía Internet. El sitio es atractivo, con actualizaciones periódicas, con buscador interno en forma de base de datos y por palabras, contador de visitas, banners de otras empresas. Existe información múltiple y de alto valor agregado. Existe ficha de inscripción para recibir noticias periódicas y niveles de acceso diferenciados, con password y claves de ingreso.

❖ Análisis

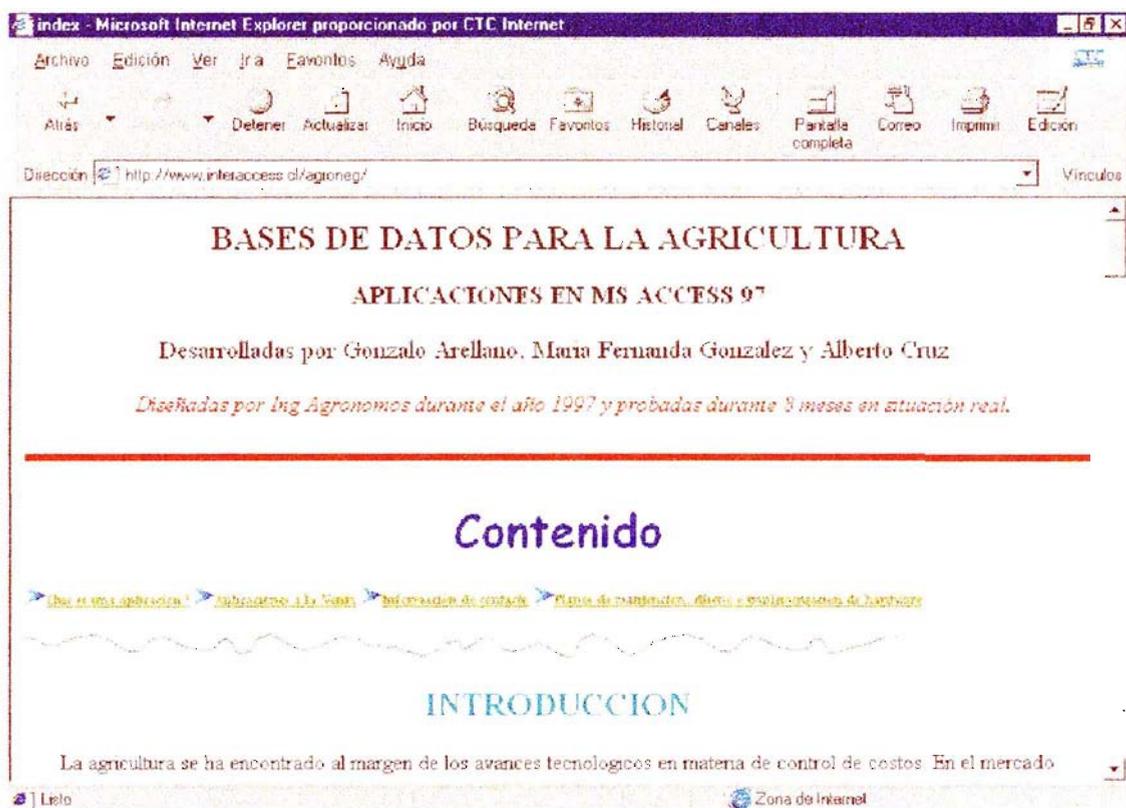
A continuación se describe cada uno de los sitios analizados y se establece su clasificación. El orden es por nivel y dentro de éste, de menor a mayor sofisticación.

❖ Nivel 0

❑ www.interaccess.cl/agroneg

Página que utiliza a otro sitio de soporte. Página descriptiva de una empresa de software agrícola, monótono, estático y con información básica del sistema. La única gracia de la página es la alternativa de bajar un demo del programa.

Mercado Objetivo: Agricultores y empresas agrícolas interesadas en sistemas de gestión.



□ www.biopol.cl

Página de difusión de la empresa, con indicaciones a los usuarios para el uso de productos. Las indicaciones no permiten interacción y son estáticas. Página rígida, poco atractiva.

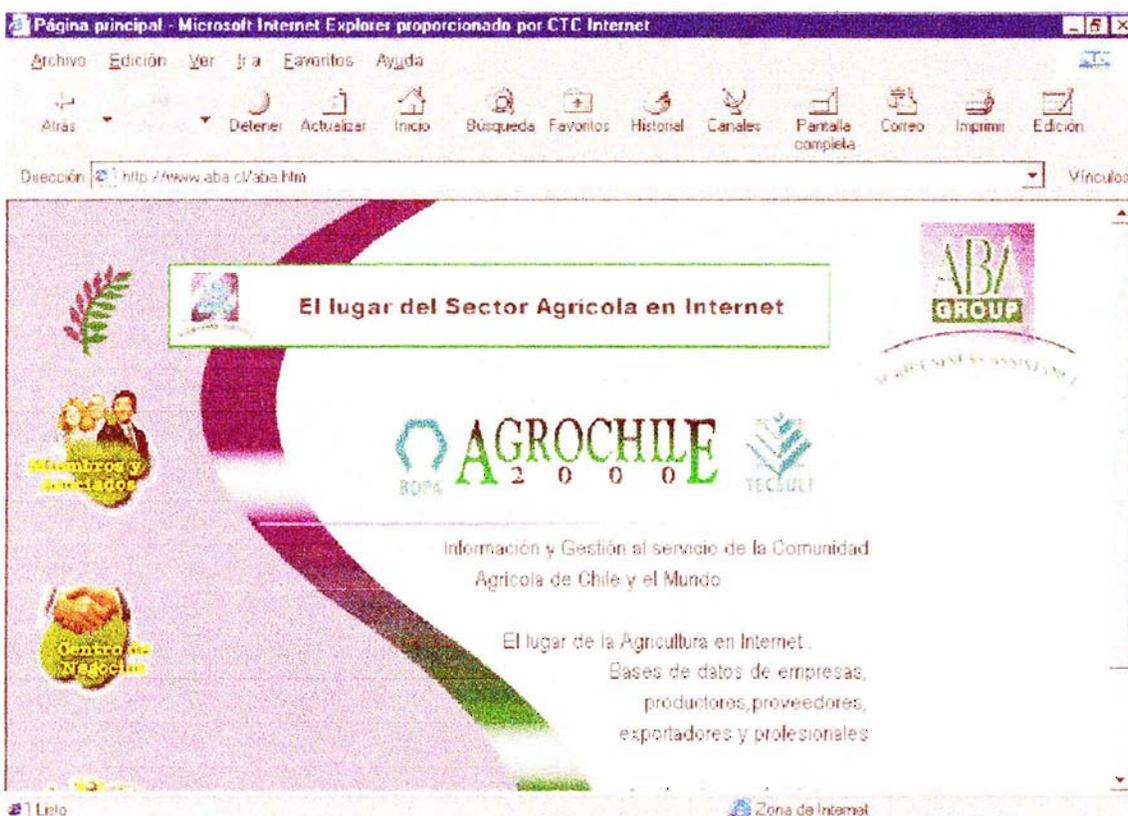
Mercado Objetivo: Agricultores y empresas agrícolas usuarias de productos orgánicos.



□ www.aba.cl

El sitio de Abagroup se erige como "el lugar del sector agrícola en Internet", pero se asemeja a un proyecto abortado a mitad de camino. La información que muestra es secundaria y simplemente conecta con otros organismos. Las páginas son monótonas, estáticas (logos sin animaciones) y pese a existir una ficha de inscripción, está en desuso. El mercado objetivo se presume en clientes que requieren información específica, aunque en la red no se proporciona información primaria alguna. Existe una base de datos de ofertas de productos y avisaje, también en desuso o sin datos.

Mercado Objetivo: Agricultores y empresas agrícolas interesadas en información de otras empresas y bases de datos.



□ www.cepri.cl/interagro

Página que utiliza a otro sitio de soporte. Páginas descriptivas, con fotografías de buena calidad, con información clara de la empresa y con la alternativa de acceder a los productos. Pertenece al sitio más desarrollado del nivel 0, pero es estático, no interactivo, con índice central. Es por esencia la promoción de una empresa en Internet, pero el usuario no puede conectarse con la empresa sino que exclusivamente a través de e-mail.

Mercado Objetivo: Clientes y potenciales clientes del sector de productos agrícolas envasados (congelados). Supermercados, empresas y cadenas de alimentos, distribuidores mayoristas del rubro, orientado al mercado latinoamericano.



Frutas Congeladas y Hortalizas Congeladas / Frozen Fruits and Frozen Vegetables

INTERAGRO desarrolla su actividad en el área agroindustrial, produciendo y comercializando productos alimenticios en la Línea de Frutas, Hortalizas y Platos Preparados Congelados.

INTERAGRO is involved in agroindustry through the production and marketing of Frozen Fruits & Vegetables and Frozen Prepared Foods.



Hortalizas
Vegetables



Frutas
Fruits



Platos Preparados
Prepared Foods



Empresa
Company



Calendario de Producción
Production Schedule



Mensaje
Message

❖ Nivel 1

- No existen páginas visitadas en este rango

❖ Nivel 2

- www.agromedia.cl

Portal agrícola de carácter vertical dedicado al negocio silvoagropecuario, con un índice central que orienta al usuario y le proporciona información de las áreas involucradas. El portal tiene como objetivo ser lugar de encuentro con numerosas empresas agrícolas, proporcionándoles un lugar a partir del cual se puedan realizar negocios. Presenta ficha de inscripción y ficha de consultas que se reorienta hacia la empresa interesada. La página es atractiva, con banners multicolores y animaciones básicas. El nivel de interacción, sin embargo, es limitado y estático, en cuanto utiliza un solo formato tipo sin ayudas al usuario y se podrían incluir diversos tipos de mensajes, sin filtro específico para algún negocio.

Mercado Objetivo: Agricultores y empresas agrícolas interesadas en potenciar su negocio mediante un portal en Internet. Clientes y potenciales clientes de productos agropecuarios



□ Cepri.cl

Sitio corporativo, atractivo, con un mapa central e información para los usuarios. Presenta una base de datos interactiva, con filtro de productos o rubro, con alrededor de 500 empresas en la base de datos. Sitio de proyección que ofrecerá mail interactivo, vitrina virtual e inscripciones en red para instrumentos CORFO.

Mercado Objetivo: Usuarios de instrumentos de fomento, empresas privadas de todos los sectores y niveles de venta.



□ www.agroweb.cl (cambió a www.agrochile.cl)

Sitio informativo que presenta numerosos antecedentes del mercado agrícola. El sitio es atractivo, presenta banners de diversas empresas, buscador y contador, además de un sistema on-line para inscribirse y recibir noticias relacionadas. Presenta una base de datos para localizar empresas por rubros e indicaciones técnicas para seleccionar un producto en función de una plaga o enfermedad descrita. Presenta sistema de avisaje para terceros.

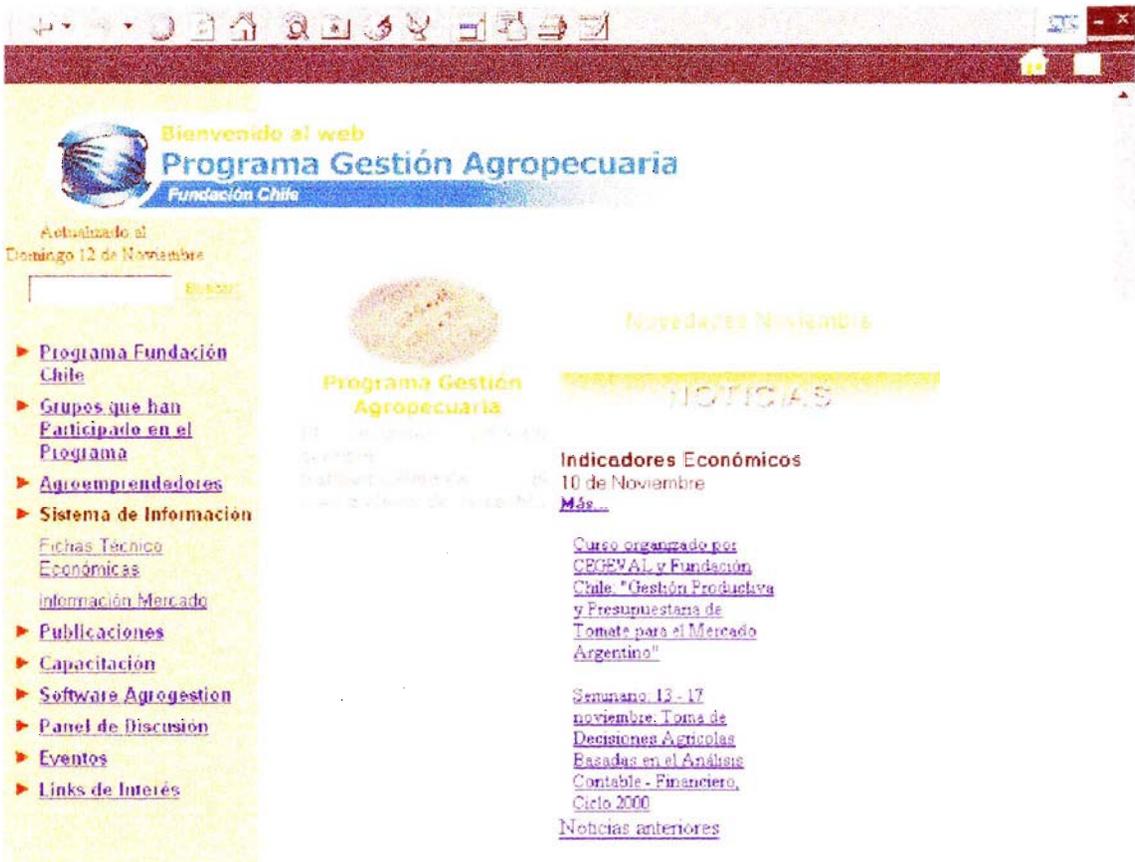
Mercado Objetivo: Agricultores, profesionales relacionados y empresas agrícolas.



□ www.agrogestion.cl

Portal agrícola con información técnica y de mercado, editado por la Fundación Chile y de actualización semanal. La información es de primera fuente y el usuario tiene acceso a bases de datos. Presenta un sistema de consulta de precios, estático, pero actualizado. El sitio presenta información restringida mediante password.

Mercado Objetivo: Agricultores, profesionales relacionados y empresas agrícolas interesadas en potenciar su negocio mediante información exclusiva.



The screenshot shows the homepage of the 'Programa Gestión Agropecuaria' website. At the top, there is a navigation bar with icons for home, search, and other functions. Below the navigation bar, the main header reads 'Bienvenido al web Programa Gestión Agropecuaria Fundación Chile'. A date indicator shows 'Actualizado el Domingo 12 de Noviembre'. A search bar is located below the date. On the left side, there is a vertical navigation menu with the following items: 'Programa Fundación Chile', 'Grupos que han Participado en el Programa', 'Agroempresarios', 'Sistema de Información' (with sub-links for 'Fichas Técnico Económicas' and 'Información Mercado'), 'Publicaciones', 'Capacitación', 'Software Agrogestion', 'Panel de Discusión', 'Eventos', and 'Links de Interés'. The main content area features a central image of a tomato with the text 'Programa Gestión Agropecuaria' and 'Novedades Noviembre'. To the right, there is a section titled 'NOTICIAS' with a sub-section 'Indicadores Económicos' dated '10 de Noviembre' and a link 'Más...'. Below this, there is a news item titled 'Curso organizado por CRGEVAL y Fundación Chile "Gestión Productiva y Presupuestaria de Tomate para el Mercado Argentino"' with a date 'Semana 13 - 17 noviembre. Toma de Decisiones Agrícolas Esadas en el Análisis Contable - Financiero, Ciclo 2000' and a link 'Noticias anteriores'.

□ www.iris.cl

Sitio patrocinado por la Universidad de Concepción y FIA, con información interactiva de precios de diversos productos y mercados agrícolas. Utiliza claves de acceso para certificar al usuario. Presenta un mapa interno claro y dinámico, sencillo para el mercado dirigido, con contador y sistema de inscripción on-line. Los formularios de consulta proporcionan ayudas de manera de dirigir las consultas y resulta atractivo y actualizado al usuario.

Mercado Objetivo: Agricultores, profesionales relacionados y empresas agrícolas interesadas en potenciar su negocio mediante información exclusiva. Clientes y potenciales clientes de productos agropecuarios.

Servicio de Información Rural - IRIS - Microsoft Internet Explorer proporcionado por CTC Internet

Archivo Edición Ver Ir Favoritos Ayuda

Alrás Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Historial Canales Pantalla completa Correo Imprimir Edición

Dirección Vínculos

15 DE NOVIEMBRE - 12:00 Hrs - ULTIMO PLAZO
FONDO DE MEJORAMIENTO DEL PATRIMONIO SANITARIO

¿Que es IRIS? - Links - Noticias - Contactenos - Meteorología - Socios

SERVICIOS DE INFORMACION
 Seleccione la Información

¿PREGUNTA?
 Puede hacernos una pregunta Técnica, Comercial o de Gestión.
 Vea e Inscríbese en el registro de Consultores

Servicios Especiales IRIS
 Concepción - Feria Los Angeles - Mercado de Flores de Concepción
 Además: Registrar Información en Nuestro Sitio.

Información Solo Para Socios
 Feria Libre de Chillan
 Vega Monumental de Concepción
 Feria de Los Angeles
 Mercado de Flores de Concepción

INFORMACION DE MERCADO
 Región Metropolitana
 Seleccione la Información
 IV y V Regiones
 Seleccione la Información
 VII y VIII Regiones
 Seleccione la Información
 IX y X Regiones
 Seleccione la Información

Información Agrícola Nacional desde ODEPA
 Visitas desde el 31/07/00: 02884

Zona de Internet

❖ Nivel 3

□ www.tierraverde.cl

Portal vertical de productos agropecuarios, en donde se pueden encontrar variadas alternativas de negocios agrícolas, con información actualizada, contactos, cotizaciones en línea, búsqueda de empleo, financiamiento y en general información de interés para usuarios del sector agrícola. El portal es dinámico, atractivo y representa un intento de establecer un sistema de compras en línea, llegando exclusivamente al nivel de cotizaciones. Presenta bases de datos y un sistema on-line de noticias a las cuales se pueden suscribir los usuarios, incluido un boletín editado por la empresa.

Mercado Objetivo: Agricultores, profesionales relacionados y empresas agrícolas interesadas en potenciar su negocio mediante un portal en Internet. Clientes y potenciales clientes de productos agropecuarios.

Tierra Verde - Al servicio del agro - Microsoft Internet Explorer proporcionado por CTC Internet

Archivo Edición Ver Ira Favoritos Ayuda

Atás Adelante Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Historial Canales Pantalla completa Correo Imprimir Edición

Dirección <http://www.tierraverde.cl/index.php3> Vnculos

PORTAL AGROPECUARIO
www.tierraverde.cl

Con el apoyo de

GOBIERNO DE CHILE
Ministerio de Agricultura

INFORMACIÓN

Noticias (10/11/2000)

Plantaciones de Viña Bisqueurt aumentarán a mil hectáreas.
[Leer noticia en www.estrategia.cl](#)

Mesa Agrícola no cumple expectativas de Fedeche.
[Leer noticia en www.gustafarango.cl](#)

Yumbel cuenta con el vivero más grande de Latinoamérica.
[Leer noticia en www.almal.cl](#)

SNA pide modernizar institucionalidad del Agro.
[Leer noticia en www.almal.cl](#)

Indicadores económicos
(08/11/2000)

Dólar Obs:	Prime (US\$):	Libra (US\$):
\$574.32	380 d. 9.50	180 d. 6.73

¿Se deben ajustar, en forma diferencial, los productos con ingredientes transgénicos?

Sí

No

Indiferente

[Resultados]

Listo Zona de Internet

□ www.agrositio.com

El sitio mejor evaluado, paradójicamente no es nacional, sino de Argentina. Este sitio ofrece un sistema interactivo de cotización para todo tipo de insumo agrícola, mediante un formulario de control y selección de productos, que al ser completado se dirige a la red de empresas asociadas. Dentro de un periodo corto de tiempo, no precisado, al usuario le llegan las diversas cotizaciones de productos directamente al e-mail, de manera que puede interactuar con sus potenciales proveedores. El sitio muestra comparación de precios y tendencias, que facilitan la lectura. Presenta encriptación de datos, lo que asegura su confiabilidad.

Mercado Objetivo: Agricultores, profesionales relacionados y empresas agrícolas interesadas en adquirir insumos agrícolas.

agrositio.com
El portal líder del agro.

En asociación con
Ezenave y Asoc.
Sac. Rural Argentina

NutriCenter
Consultoría On-Line

Domingo 12 de Noviembre Inicio Regístrate Gratis Mi Cuenta Ayuda Brasil Mexico

SECCIONES DESTACADAS

Visite la sección de Clima en

Exclusivo Sistema de Cotización

RIEGO
INTE - INA (10/11/00)
Los sistemas de riego, características y comparación entre los distintos sistemas. [\[Más Info\]](#)

AGRICULTURA
Control de Diabros con espinoGrisa
D. Cenova (10/11/00)
Se realizaron aplicaciones de dipmetrina en diferentes estadios del maíz para evaluar la performance y beneficio de su aplicación. [\[Más Info\]](#)

MERCADOS
Informe del mercado de hacienda gorda
Jose Manuel Diaz Herrera S.A. (10/11/00)
La situación del oeste de Buenos Aires se volvió a complicar afectando las cargas programadas con anterioridad. [\[Más Info\]](#)

EL MERCADO HOY
MAT: Maíz bajó 0,2% a diciembre
MAT: Trigo trop p 2,2% a noviembre
MAT: soja bajó 0,5% a diciembre
MAT: Girasol subió 1,4% a noviembre

ELEMENTARIOS DEL MERCADO
desde el MERCADO DE
10/11/00 15:30 hs

BOLSA DE CEREALES »

	Dar.	Queq.	Ros.	B.Bca.
trigo	134,5	115,0	107,8	5/C
maíz	78,0	75,0	78,7	5/C
soja	8/C	8/C	178,1	8/C
girasol	136,0	129,0	136,0	129,0

Datos: 10-11-00 [\[Más Info\]](#)

MAIZ »

	\$/Tn	Dif.	Hora
MAT			
Nov. 00	80,5		12/11
Dic. 00	80,5		12/11
Abril 01	87,1		12/11

CBOT

	\$/Tn	Dif.	Hora
Dic. 00	83,46		12/11
Enero 01	85,03		12/11
Mayo 01	91,23		12/11

Datos: 12/11/2000 [\[Más Info\]](#)

AgriSearch
Aumentó el gasoil del campo AgriClipping

b. Evaluar la situación del mercado

La mayoría de los sitios en Internet disponibles en el sector agrícola se orientan tres mercados objetivos:

- Empresas agrícolas con interés en difundir su empresa, como una extensión de la promoción,
- Empresas de servicios y proveedores agrícolas de insumos y maquinarias
- Profesionales asesores del sector.

En general, la orientación hacia el e-business ha sido poco estimulada, en parte por las dificultades inherentes a un mercado poco transparente y estandarizado. Las respuestas de las páginas en Internet apuntan a la promoción de la empresa y a la información como base para la toma de decisiones, sea de empresarios como de asesores. Dentro de las empresas, sin embargo, se apunta a empresas PYME (ventas superiores a las 2.400 UF y hasta 100.000 UF), con socios de un nivel medio-alto de educación. Para proveedores, se apunta distribuidores y minoristas ligados a cadenas nacionales. De acuerdo a los antecedentes evaluados, las variables básicas de segmentación son:

Segmentación por la Conducta

Uso del Tiempo

Los sitios WEB apelan a la escasez de tiempo para buscar información, sea de negocios, mercado o técnica, agilizando la toma de decisiones. Esto es relevante en el caso de los empresarios agrícolas y sus asesores

Segmentación demográfica

Ingresos

Empresas con capacidad de utilizar Internet para negocios, instalando sus servicios en el predio (lo cual no siempre es sencillo). El mercado PYME se enmarca en este esquema, en especial empresas de tipo mediano (sobre las 25.000 UF)

Las páginas Web, además se orientan en un buen número, a profesionales asesores del sector, de manera que representa un servicio adicional que el especialista puede brindar, al recibir información exclusiva.

Segmentación Geográfica

- Para sistemas de cotizaciones en línea, se utiliza una segmentación geográfica que asegura entrega y bajos costos de transporte. De otra manera se hace ineficiente y no se puede competir con filiales de proveedores.

El usuario, empresario, agricultor o profesional, se acerca a Internet como respuesta a interrogantes de mercado y de información complementaria. En pocos casos, como una forma real de negocios. Las cotizaciones en línea de insumos son lo más cercano a una estructura comercial en e-business, pero choca con barreras tales como transporte, formas de pago (todavía no introducidas en las WEB agrícolas), y compromiso y ocultamiento de información, para no favorecer la competencia.

Los sitios seleccionados corresponden a tierraverde.cl y agrositio.com. Ambos sitios se enmarcan dentro de sitios interactivos, con dos elementos básicos: proporcionar información al usuario, especialmente de mercado, y segundo abrir una ventana para promocionar a las empresas agrícolas en Internet, brindando alternativas de realizar contactos iniciales de negocios en la red.

Ambos sitios se orientan a los tres nichos señalados, empresas agrícolas, profesionales y proveedores. La interacción, sin embargo, se hace más evidente en la relación empresa agrícola-proveedor. La expectativa es reducir el tiempo de cotización para la adquisición de insumos y lograr precios y acuerdos comerciales por volumen. Sin duda apela al hombre racional, tomador de decisiones con información externa y por ende a una publicidad que llama a la inteligencia.

Ambos sitios apelan a un usuario con escasez de tiempo y bajo la base de una biblioteca virtual, con insinuaciones de negocios en Internet, aunque no desarrollados completamente. Los sitios no buscan reemplazar el comercio tradicional, ni siquiera complementarlo. Tan sólo proporcionar información para producir ahorros de tiempo en la evaluación de las alternativas.

Ambas páginas dan cuenta de lo restringido que es hoy por hoy el e-business en el sector agrícola y que su potencial de desarrollo todavía se liga con el de transferencia de información más que con el establecimiento de negocios en la red.

c. Definir la estrategia y estructura del sitio de CORPADECO

En base a la clasificación realizada, se definió una estructura más sencilla del sitio, que permitiera al usuario conformar la página que deseara ingresar, aportando el texto central y las fotografías, lo que puede hacerse desde un terminal remoto conectado a Internet. El objetivo de ello, es posicionarse a nivel 2 y posteriormente subir a nivel 3. Esto significó variar de un portal de tipo corporativo a uno de negocios, integrando las funciones que durante la propuesta original se habían estimado de proyección.

Resultado de esto, el sitio de CORPADECO se rediseñó y está en proceso de transformación. El objeto es contar con dos grandes áreas: Mercado Virtual y Oficina Virtual. La primera pretende constituirse en el espacio de interacción de tipo business to business por sobre business to consumer. A nivel b2b, el objeto se acoger empresas agrícolas en un panel, ofreciéndoles un espacio de interacción con sus clientes institucionales (otras empresas). A nivel b2c, el contacto es más bien indirecto y se refiere más que clientes no empresas a potenciales trabajadores. La segunda, oficina virtual, es un proyecto de mediano plazo del Centro que pretende integrar todos los servicios de CORPADECO, de manera que los clientes de nuestros servicios puedan acceder no sólo a los servicios, sino evaluar el estado en que se encuentra y a nivel de gestión, encontrar bajo una clave, los informes referidos a su gestión y accionar empresarial.



d. Medición de los resultados (visitas)

En Internet los resultados se miden en general por número de visitas a un sitio. El sitio de CORPADECO registra un número promedio de visitas mensuales cercanas a las 300, mayoritariamente nacionales (56%). El resto de las visitas aparece sin dirección reconocida y cerca de un 20% pertenece a otras zonas.

3.4. Base de datos de proveedores

Metodológicamente, la base de datos se trabajó en base un listado inicial de potenciales proveedores, que se distribuyeron en las siguientes áreas:

Nº	Categoría	Ítem
1	Maquinarias Agrícolas y Herramientas	
2	Insumos	Fertilizantes Fungicidas Insecticidas Herbicidas Acaricidas Desinfectantes de semilla Fumigantes Molusquicidas Misceláneos Rodenticidas Nematicidas Humectantes Reguladores De Crecimiento Especiales
3	Materiales	Ervases Mallas Plásticos Alambre Madera
4	Riego	
5	Viveros Y Semillas	Viveros Semillas

3.5. Oferta y demanda del Mercado Laboral

Metodológicamente, se creó un sistema de contacto on-line, que permite a usuarios (sean empresas o buscadores de trabajo) ingresar sus antecedentes. El sistema conecta con el hosting de CORPADECO (servidor ENTEL) y lo transfiere vía correo electrónico. La recepción se recibe de la siguiente manera.

Contenido del campo nombres:

Pedro

Contenido del campo Apellidos:

Jiménez Saldías

Contenido del campo cedula:

1.275.685-8

Contenido del campo día nacimiento:

06

Contenido del campo mes nacimiento:

Marzo

Contenido del campo año nacimiento:

1988

Contenido del campo sexo:

masculino

Características de la máquina desde la que se ha enviado el correo:

Dirección IP: 164.77.83.25

Navegador empleado: Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 5.0; Windows 98; DigExt)

E-Mail enviado mediante Totmail3

Este CGI esta disponible en <http://www.webviva.com>

3.6. Proyecto Innovativos y mesas de trabajo

Fundamentalmente esta área se ha trabajado en base a reuniones de trabajo, charlas de capacitación y cursos dictados por especialistas. Entre otros han participado como expositores externos:

1. Fundación Chile
2. INIA Intihuasi
3. Universidad de La Serena
4. Universidad Católica del Norte
5. Universidad de Chile
6. Pontificia Universidad Católica de Chile
7. INDAP
8. CAPEL
9. Organizaciones de Regantes de Elqui, Limarí y Choapa

4. - 5. DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES REALIZADAS Y RESULTADOS DEL PROYECTO

En los puntos 2 y 3 de este informe se han discutido los resultados y metodologías empleadas para alcanzar los objetivos propuestos. En este segmento, se integrará una visión final de las actividades realizadas por objetivo.

- **Objetivo 1: Sistema de precios**

Durante la primera fase del proyecto, se construyó una base de datos en función de los productos ingresados. Esta base de datos se describió en el punto 3 y en anexos se entrega una copia del Manual del sistema. En resumen, la base de datos se construyó en Access 97 y se ingresaba diariamente la información por feria.

El Sistema de Información de Precios (SIP) corresponde a una base de datos programada en Microsoft Access, herramienta que permite manejar eficiente y ordenadamente numerosos registros, otorgando al usuario todas las bondades de los programas en Windows.

En la IV Región, se realizan recolecciones periódicas de las Ferias La Palmera de La Serena, Terminal del Agro y Modelo de Ovalle. En la V Región, se incorpora información de las ferias Cardonal de Valparaíso y Femacal S.A. de La Calera, proporcionado por la oficina Siple V Región de Indap. En la Región Metropolitana, las Ferias en estudio son Lo Valledor y Terminal Mapocho o Vega Central, para productos hortofrutícolas y el Mercado Mayorista de Flor Cortada de Santiago (Merflor) para flores, información que se obtiene de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, ODEPA.

El SIP maneja el concepto de tablas. Una tabla es un conjunto de datos sobre un tema específico, independiente que asegura la no duplicación de datos. Las tablas organizan los datos en columnas, denominadas campos, y filas denominadas registros. Tanto los campos como los registros son modificables y adaptables a los requerimientos de los usuarios.

El SIP utiliza ocho tablas que contienen la fuente original de información:

- ◆ Tabla de productos

Registro del producto específico, descripción, categoría, variedad y referencia. Cada producto presenta un código interno que evita la duplicación. La descripción se utiliza como información especial de apoyo acerca del producto. La categoría permite clasificar al producto de acuerdo al uso (véase tabla de categorías). La variedad utiliza los criterios asignados tanto por los mercados para los productos como por la variedad taxonómica del producto. La referencia corresponde a la unidad mínima de transacción del producto en los diferentes mercados de estudio.

- ◆ Tabla de Calidades

Identifica la calidad del producto en estudio, de acuerdo a los parámetros de exigencia del mercado. Cada calidad presenta un código interno que evita la duplicación.

- ◆ Tabla de Origen

Identifica la procedencia de los productos.

- ◆ Tabla de Categorías

Existen nueve categorías: Frutas, Hortalizas, Pecuarios, Frutos deshidratados, Alimento

para animales, semilla, flores, especias y otros. Cada producto se clasifica en una categoría de acuerdo a su uso.

◆ Tabla de Ferias

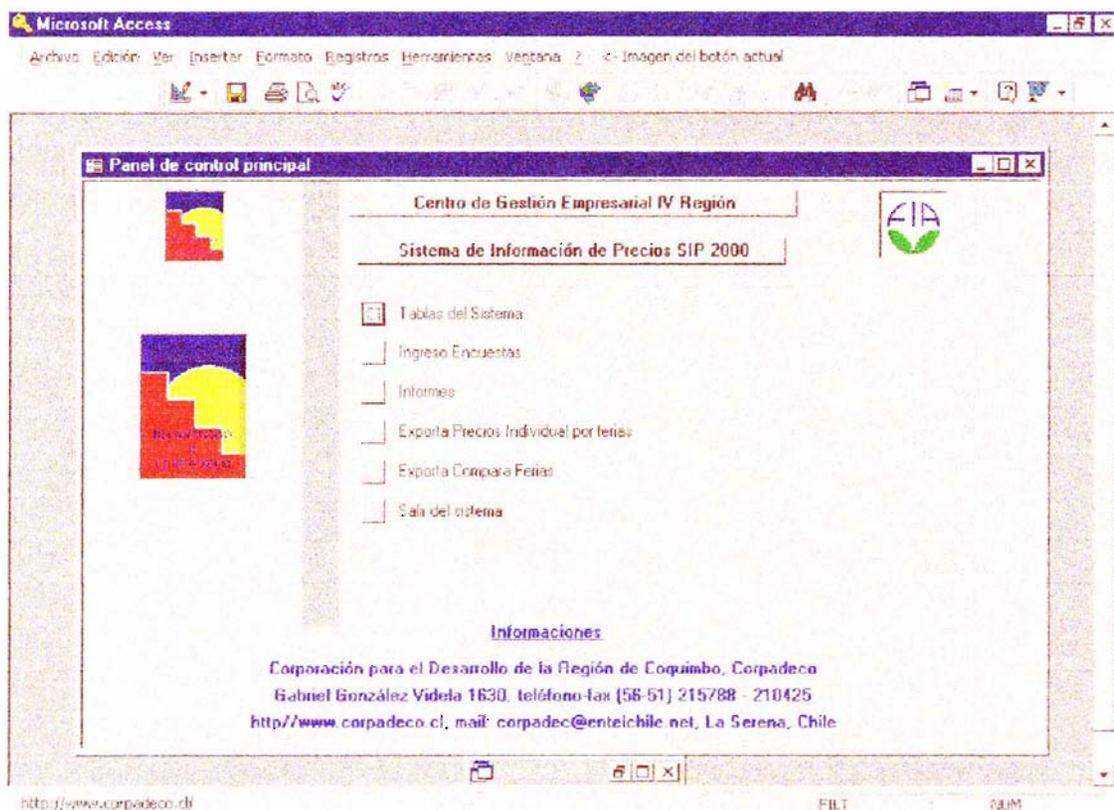
Presenta las ferias de las cuales se recolectan datos de los productos. En la actualidad, el sistema incluye ocho ferias: La Palmera de La Serena, Terminal del Agro y Modelo de Ovalle, Cardonal de Valparaíso, Femacal S.A. de La Calera y Lo Valledor, Mapocho o Vega Central y Mercado Mayorista de Flor Cortada (Merflor) de Santiago. El sistema resiste la inclusión de nuevos mercados de acuerdo a la demanda del usuario.

◆ Tabla de Locales

Identifica el local específico para la feria particular de la cual se recolecta la información de precios

◆ Tabla de Unidades de Transacción

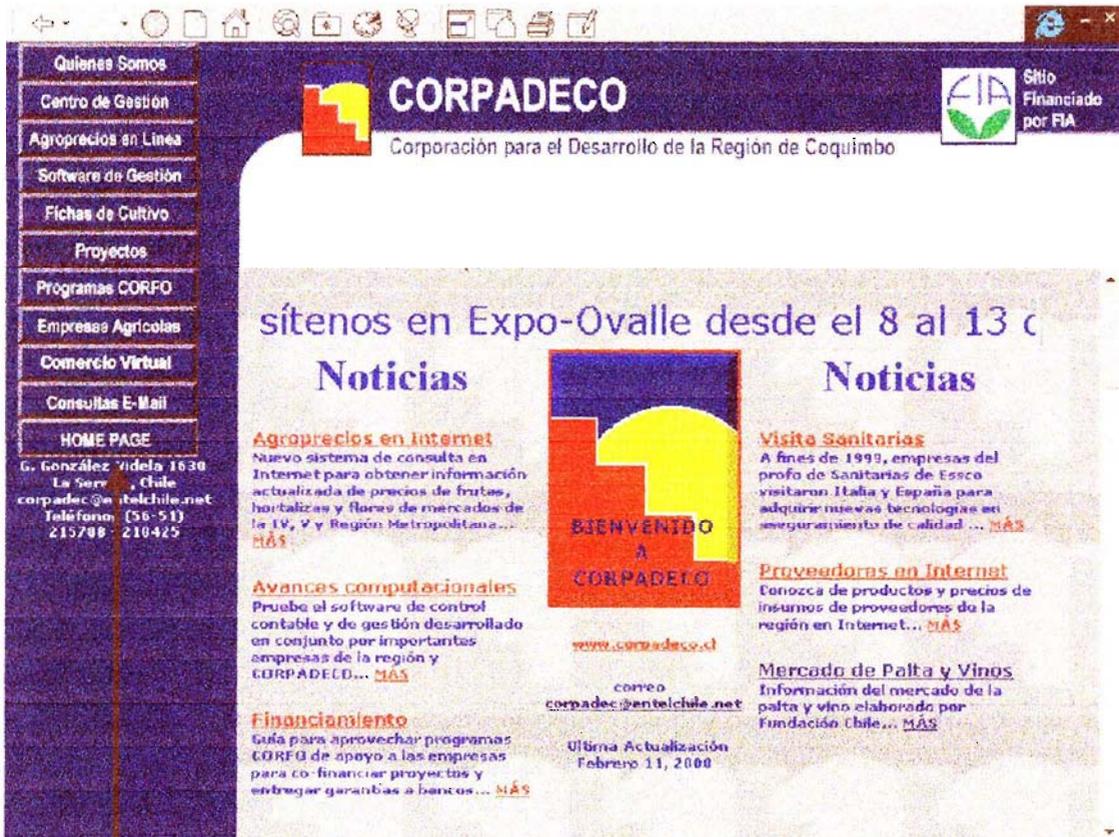
Unidad de Comercialización en el Mercado específico.



Botones de acceso

Esta base de datos se articula con un informe que se deriva para Internet. En Internet, se requería de una identificación de usuario y una password, ambas proporcionadas por el Centro de Gestión. A continuación se presenta el esquema de trabajo en Internet que se proporcionó durante la primera parte del proyecto:

- Página Principal www.corpadeco.cl



Ayuda para acceso

↑
Información de interés

- Acceso a AgroPrecios en línea

En la página principal, el usuario ingresa al SIP haciendo click en el icono Agroprecios en Línea (**Agroprecios en Línea**) y directamente ingresa a la página que le exige una clave y password

- Clave y Password

El SIP funcionaba con una clave y password otorgada por el Centro, pudiendo modificarse infinitamente de acuerdo a las necesidades del Centro, lo cual es especialmente interesante para entregar claves para períodos de prueba

Quiénes Somos

Centro de Gestión

Agroprecios en Línea

Software de Gestión

Fichas de Cultivo

Proyectos

Programas CORFO

Empresas Agrícolas

Comercio Virtual

Consultas E-Mail

HOME PAGE

C. González Videla 1630
La Serena, Chile
corpadec@entelchile.net
Teléfonos (56-51)
215788 - 210425

CORPADECO
Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo

Sitio Financiado por FIA

Agroprecios en Línea

Para tener acceso al sistema de Bases de Datos "Agroprecios en Línea" será necesario digitar el USERNAME y la PASSWORD otorgada por Corpadeco.

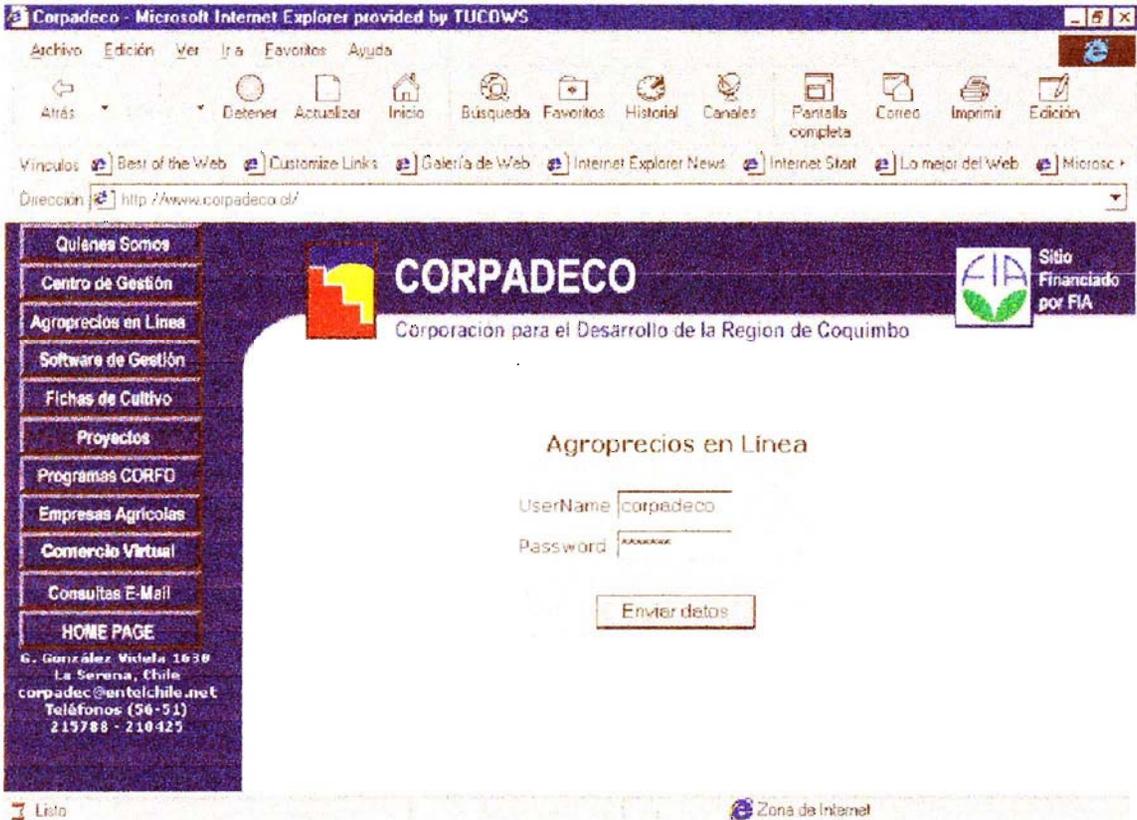
Comparación de Precios entre terminales agropecuarios 1999 - 2000

[Insumos Agrícolas](#)

Consulta Precios por año

Sistema Insumos (SPRO)

Al abrir entrega dos opciones, con acceso al Sistema de Precios (SIP) y al Sistema de Insumos (véase más adelante). Para ingresar al SIP, debe elegirse la consulta haciendo click sobre el año. Una vez presionado el año, se despliega una pantalla de verificación de la clave



Al ingresar los datos requeridos, se despliega una pantalla con las alternativas de consultas, según los requerimientos del cliente.

• Módulo de Consultas

The screenshot shows the CORPADECO web application interface. On the left is a vertical navigation menu with options: Quiénes Somos, Centro de Gestión, Agropecuarios en Línea, Software de Gestión, Fichas de Cultivo, Proyectos, Programas CORFO, Empresas Agrícolas, Comercio Virtual, Consultas E-Mail, and HOME PAGE. Below the menu is contact information for G. González Videla. The main header features the CORPADECO logo and the text 'Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo', along with the FIA logo and 'Sitio Financiado por FIA'. The page title is 'CENTRO DE GESTIÓN EMPRESARIAL' and 'CORPADECO - FIA'. The main content area is titled 'Detalle Diario de Transacciones de Productos'. It contains several dropdown menus: 'Feria' (Todos), 'Producto' (Lenteja, Liliun, Limón, Maiz), 'Unidad' (Todos, Caja 18 Kg, Kg., Malla 18 Kg), 'Calidad' (Todos, Primera, Segunda, Tercera), and 'Variedad' (Todos, Amarillo, Plateado). There are also date pickers for 'Desde' and 'Hasta', both set to '12 de Enero de 2000'. A 'Consultar' button is located below the date pickers. A note below the button reads: 'Nota: Se recomienda utilizar periodos de tiempo adecuados, pues de esta manera se agilizará en mejor medida la consulta'. Two blue arrows point to the 'Desde' date field and the 'Consultar' button, with labels 'Datos requeridos' and 'Hacer click una vez que se ingrese los datos' respectively.

El SIP permite hacer consultas independientes por Ferias y productos, para cualquier variedad, calidad y unidad, por fechas de consulta. El SIP internamente limita las alternativas de las variedades, calidades y unidades una vez seleccionados las ferias o los productos.

- Información entregada

Al ingresar la consulta, el sistema despliega una pantalla con la información requerida ordenada por ferias, para todos los productos consultados.

Ej. Limón, día 12 de enero de 2000

CENTRO DE GESTION EMPRESARIAL **CORPADECO - FIA**

Informe General de Precios - 2000

Nombre	Variedad	Calidad	Fecha	Unidad	La Galera	La Palmera	La Vallería	Mapocho	Merino	Nobelo	Valparaiso
Limón	Amarillo	Primera	12/01/2000	Kg.							282
Limón	Amarillo	Primera	12/01/2000	Malla 20 Kg.		2500					
Limón	Amarillo	Segunda	12/01/2000	Kg.					244	235	
Limón	Plateado	Primera	12/01/2000	Kg.					281	305	
Limón	Plateado	Segunda	12/01/2000	Kg.					248	259	
Limón	Plateado	Tercera	12/01/2000	Kg.					197		

Información originada por Centro de Gestión Empresarial IV Región. Proyecto CORPADECO - FIA

Lista Zona de Internet

Ej. Todos los productos, día 12 de enero de 2000 (se resume para efectos del informe)

Informe General de Precios 2000 - Microsoft Internet Explorer provided by TUCOWS

Archivo Edición Ver Ira Favoritos Ayuda

Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Historial Canales Pantalla completa Correo Imprimir Edición

Vínculos Best of the Web Customize Links Galería de Web Internet Explorer News Internet Start Lo mejor del Web Microsc

Dirección http://www.corpedeco.cl/corp/deta2000.asp

CENTRO DE GESTION EMPRESARIAL CORPADECO - FIA

Informe General de Precios - 2000

Nombre	Varietal	Calidad	Fecha	Unidad	La Calera	La Palmara	La Vallada	Mapocho	Marión	Modulo	Maparaiso
Acelga	Sin Especificar	Primera	12/01/2000	Atado		100					
Acelga	Sin Especificar	Primera	12/01/2000	Atado		100					
Acelga	Sin Especificar	Primera	12/01/2000	Atado						100	
Acelga	Sin Especificar	Primera	12/01/2000	Atado						100	
Acelga	Sin Especificar	Primera	12/01/2000	Docena de Paquetes	600						
Acelga	Sin Especificar	Segunda	12/01/2000	Docena Atados				3000			
Aj	Americano	Primera	12/01/2000	Kg			320				
Aj	Castal	Primera	12/01/2000	Kg		500					
Aj	Castal	Primera	12/01/2000	Kg		500		650			
Ajo	Sin especificar	Primera	12/01/2000	Mil Unidades			30000				
Ajo	Sin Especificar	Primera	12/01/2000	Trenza 100 Cabezas		2000					

Inicio Zona de Internet

Modificaciones ocurridas dentro del desarrollo del proyecto

El desarrollo técnico del sistema de información se cumplió de acuerdo a las expectativas del programa, en cuanto se contó con un sistema de acceso en tiempo real de la información, proporcionado bajo un sistema de Internet con acceso FTP conectando directamente al servidor de ENTEL con el servidor del Centro de Gestión.

No obstante, pese al interés inicial de profos por contar con la información, los nuevos sistemas desarrollados por ODEPA (Internet) y la escasa utilización de la información de precios para la planificación agrícola en la región, terminó por discontinuar el servicio de recolección casi diaria y transformarlo en un servicio de índole semanal.

Ligado a ello, se obtuvo información agregada que permitió comparar precios de una feria con otra.

Corpadeco - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Historial Correo Imprimir Modificar

Dirección http://www.corpadeco.cl/ Ir Vínculos

Quiénes Somos
Centro de Gestión
Agropecios en Línea
Software de Gestión
Fichas de Cultivo
Proyectos
Programas CORFO
Empresas Agrícolas
Comercio Virtual
Consultas E-Mail
HOME PAGE

C. González Videla 1630
La Serena, Chile
corpadec@entelchile.net
Teléfonos (56-51)
215788 210425

CORPADECO
Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo

Sitio Financiado por FIA

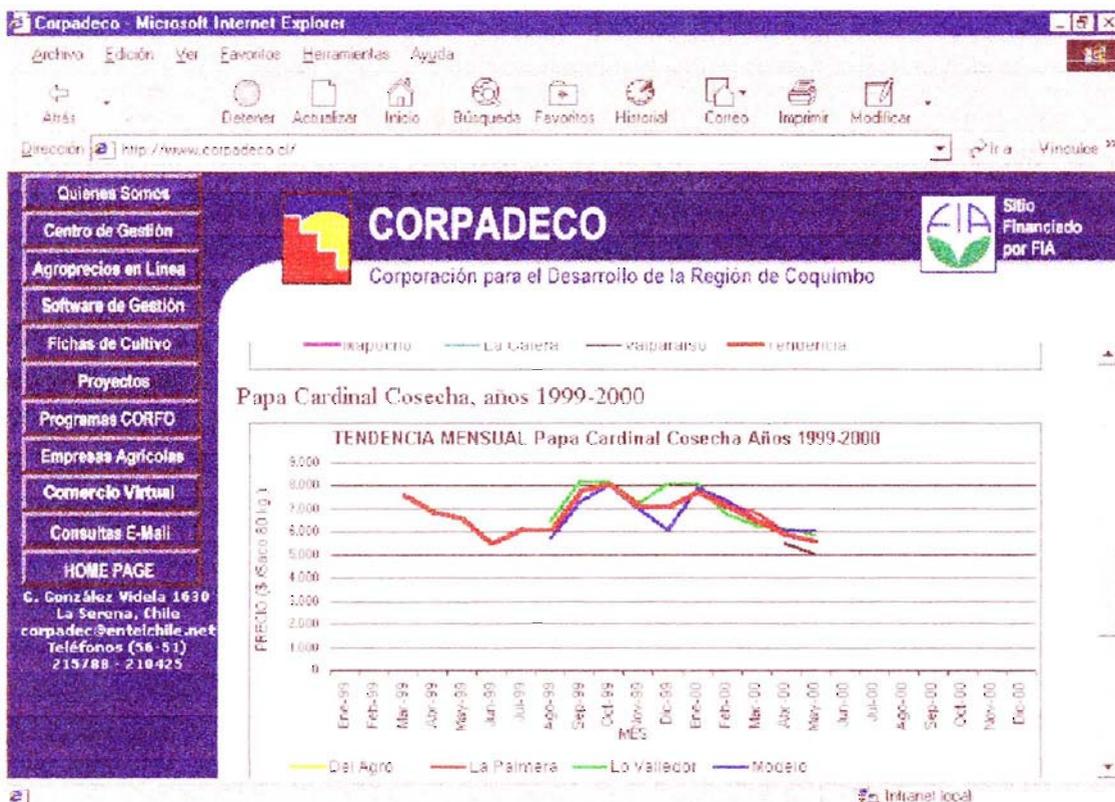
Tendencias en Mercado de la Papa

Comentario

La región de Coquimbo representa alrededor de 9% de la superficie total de papa (80 mil há.) y se caracteriza por un cultivo con dos períodos de cosecha (invierno y verano), a diferencia de lo que ocurre en el sur, donde se cosecha sólo una vez por año. Los

Fundación Chile, en un estudio realizado, indica que los costos del cultivo bordean el \$1 400 000 por há., lo que dependiendo de la productividad, permite llegar a márgenes brutos mínimos de acuerdo a los precios actuales. De hecho, en la zona, la productividad media llega a 205 sacos por há., insuficiente para afrontar los costos del cultivo. Un valor de equilibrio productivo debiera llegar a los 380 sacos/há.

Internet local



El período 1998-2001 significaron fuertes cambios en el uso y disponibilidad de la información, y contó con la aparición de múltiples portales. De acuerdo a los sondeos que se han realizado con empresas y agricultores individuales, la compra de información vía Internet todavía es mínima y de hecho existen portales que la ofrecen gratuitamente, con un nivel de profundidad y discusión acorde a los requerimientos del mercado (ej: www.agrogestión.cl; www.tierraverde.cl; además de www.odepa.cl que cuenta con información agregada en la red), sin contar la información que diariamente entrega Sipre y semanal o mensualmente revistas especializadas, incluso en formatos on-line (Revistas del Campo, Agroeconómico).

Esto restringió fuertemente el accionar de nuevos sistemas de información y especialmente la utilización de equipos pequeños como el del Centro en el desarrollo de información base para la toma de decisiones.

Conclusiones después de analizar algunos productos recopilados primariamente en la región con los datos de ODEPA, permitió detectar una correspondencia de los datos del Centro en relación a los de Odepa, lo que significa que no existen problemas ligados a la recolección de datos. En general, sin embargo, se observa una tendencia hacia precios superiores en las ferias locales respecto de Santiago, lo cual es consistente con el modo de comercialización que se inicia en Santiago hacia regiones, independiente del origen de los productos.

En base a las deficiencias detectadas y específicamente de acuerdo a las necesidades del público objetivo, se decidió orientar el sistema de información hacia un portal de información primaria y secundaria que pudiera ser de fácil acceso para los usuarios. El sistema se diseñó bajo el espacio Info-Mercado, que pretende reunir toda la información de mercado manejada por CORPADECO, y que además será la base del boletín virtual que se enviará a los suscriptores vía e-mail.

CORPADECO - Corporación para el Desarrollo de Coquimbo - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Inicio

Dirección <http://www.corpadeco.cl/>

CORPADECO Centro de Gestión Corpadeco Proyecto Virtual Financiado por FIA AIA

CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COQUIMBO

Viernes 19 de enero del 2001

INICIO

INFO-MERCADO

Estudios y análisis...

[Estudio del Mercado del Tomate en Argentina](#)
Estudio presentado en seminario de Centro de Gestión

[Estudio del Mercado de Uva de Exportación](#)
Análisis presentado por Fundación Chile

[Empresas y Servicios](#)
Asesorías & Consultorías, Empleos...

[Listado de Empresas Agrícolas](#)
Lista de empresas de la región

[Boletines](#)
Aplicaciones, Programación, Juegos...

[Información y Publicaciones](#)
Revistas Agrícolas y de la industria

El boletín virtual de CORPADECO, reflejo del accionar y tendencias de los mercados y de la evolución de nuestros clientes y programas en la Nueva Economía.

Noticia del día...
Se inició programa de

Esta semana...

Bienvenida del Presidente Ejecutivo de CORPADECO

El año 2001 se inicia con el desafío de seguir otorgando servicios de calidad a empresas de la región y abrir una oficina virtual que pueda facilitar el contacto con CORPADECO.

Listo Intranet local

En resumen, la evaluación después de dos años de presentar información de precios, es categórica: la compra de información vía estos sistemas no puede operar dada la actual libre disposición a nivel nacional, incluida la información que envía SIPRE vía correo electrónico y que aparece en los ficheros de INDAP e incluso en revistas electrónicas. Los sitios en realidad deben financiarse vía banner y más aún la utilización de la información es mínima por parte de agricultores. Durante tres meses se distribuyó información a programas Profos en la región, pero los antecedentes se utilizaron mínimamente en la toma de decisiones. No obstante, los estudios de mercado resultaron de mayor interés para los agricultores y le sirven de referencia para sus decisiones. Por esta razón, se prefirió estructurar mayor información vía estudios que vía precios.

CORPADECO
CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COQUIMBO

Inicio

MERCADO LABORAL | INFO MERCADO

Jueves 19 de enero del 2001

Situación Actual y Perspectivas de las Exportaciones de Tomate hacia el mercado argentino

Situación hortícola Argentina

Fuese a que las hortalizas no están entre los cultivos de mayor importancia en términos de superficie ocupada, durante los últimos años se ha visto un aumento sostenido en la superficie destinada a este tipo de cultivos, destacando el aumento experimentado por algunas especies como el pimiento y el tomate. En términos de volúmenes de producción también se ha tenido el consiguiente aumento, explicado en parte por este aumento de superficie cultivada pero, además, por un mejoramiento general en el manejo técnico de estas especies lo que ha resultado en un aumento de los rendimientos obtenidos. A lo anterior debe agregarse el aumento porcentual de la superficie de explotación por

http://www.corpadeco.cl/mercadolaboral.html

Intranet local

A nivel más local, InfoMercado dará cuenta de la nueva área que el Centro de Gestión está abriendo a nivel de consultoría local, presentando informes para la revisión de sus usuarios.

En resumen, Infomercado es la respuesta final del Centro de Gestión al desarrollo de un sistema de información, cuya actualización se realizará bimensualmente en Internet.

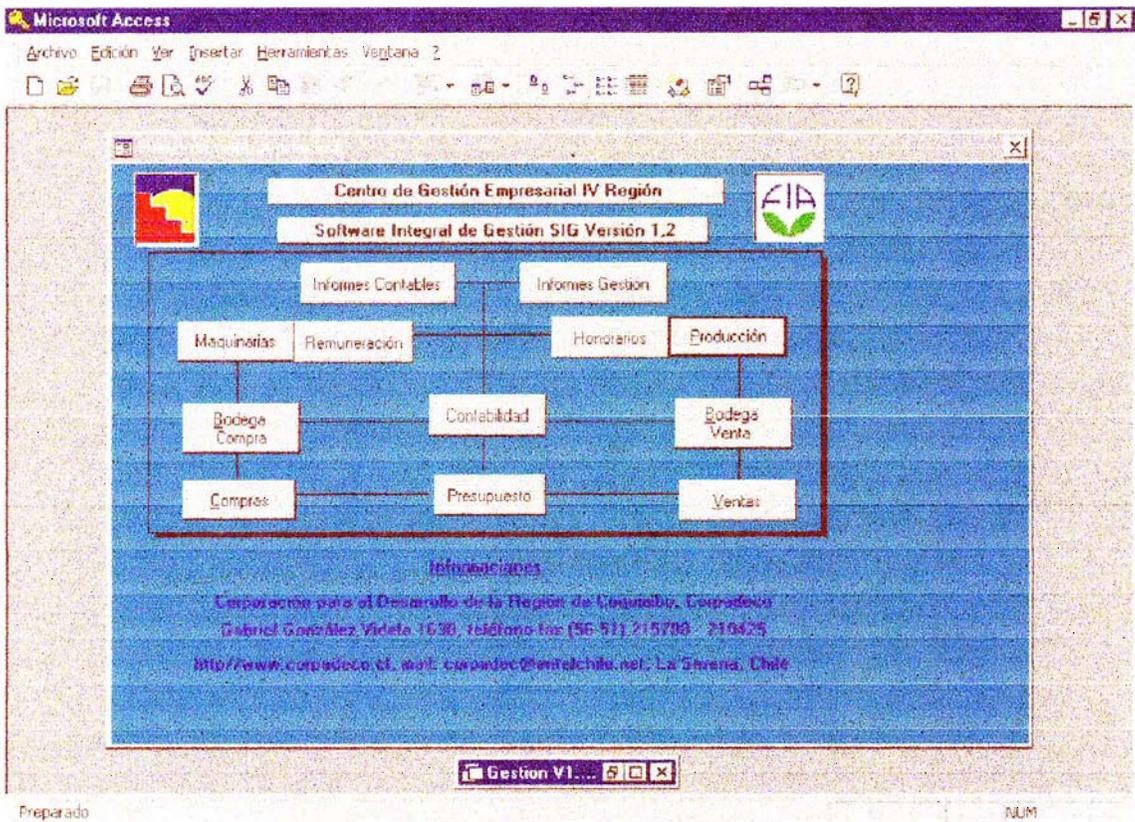
- **Objetivo 2: Gestión**

Las actividades realizadas durante el proyecto se centraron en el desarrollo y operación de un sistema de información para la toma de decisiones. El software denominado SIG facilita la gestión de la empresa y le permite reemplazar antiguos programas desarrollados en lenguajes poco amigables y/o superar las restricciones de utilizar inmensos volúmenes de información para tomar eficientemente sus decisiones. Las ventajas del SIG son:

- Aplicable en cualquier sector productivo
- Administración eficiente de clientes y proveedores, con información permanente sobre la situación de la empresa
- Información contable con Vouchers, libros diario, mayor, compras, ventas, Estado de Resultados y balance.
- Administración de Inventarios, con información de stock y manejo de múltiples bodegas.
- Asignación de Costos por Centros de Costos para múltiples empresas, lo que facilita la evaluación del negocio
- Disminución de papeles y ordenamiento del sistema administrativo-financiero de la empresa
- Fácil acceso, diseñado en ambiente Windows, lo que asegura un rápido aprendizaje.
- Habilitado para su uso en red multiusuario

El SIG funciona en Microsoft Access con un Menú principal que permite el acceso a diferentes módulos entrada de datos y consulta de informes. La calidad de los informes tiene relación directa con la calidad de ingreso de la información, por lo cual la etapa previa a la implementación del SIG es el diseño lógico de las entradas y salidas de la empresa y de los responsables de la información.

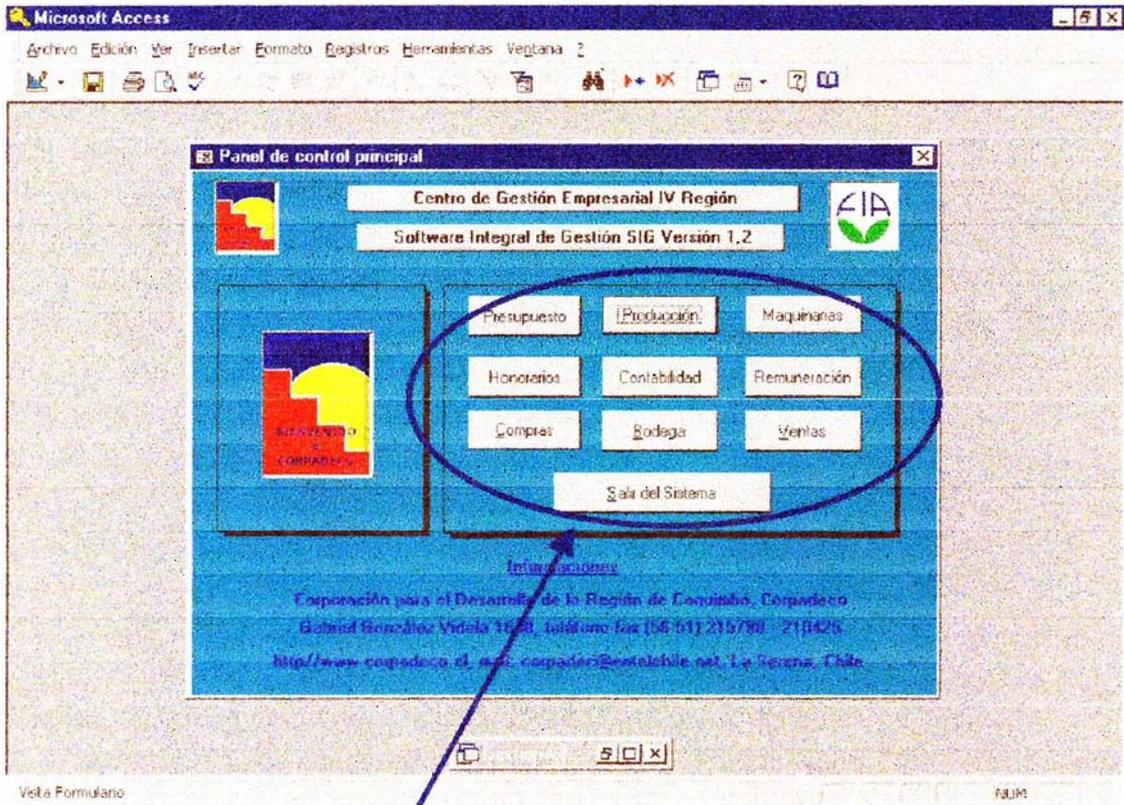
El SIG maneja el concepto de integralidad, lo que implica que un dato sólo se debe ingresar una vez para alimentar los diferentes módulos. Detrás del sistema, existe un diseño desarrollado en base al siguiente esquema:



Bajo este esquema el SIG permite articular informes contables y de gestión, lo cual entrega una poderosa herramienta de planificación para el empresario, facilitando, además, las labores administrativo-contable del personal de la empresa.

El SIG desarrollo un esquema de ingreso de datos a partir de un menú principal que congrega todos los módulos, lo que incluye:

- Compras
- Ventas
- Bodega de Compra y venta
- Producción
- Maquinaria
- Contabilidad
- Remuneraciones
- Honorarios



Botones de acceso

En anexos se presenta un completo manual del programa.

En términos de clientes, la utilización de sistemas de apoyo a empresarios fue decantando hasta incluir una lista final de:

- c. 11 empresas atendidas en forma individual, en su mayoría de rubros como uva pisquera y de mesa. Las siguientes empresas son las incluidas:

Empresa	Rubro	Ha.
Jorge Cuellar Rojas	Viña, Pecuario	25
Frutaqui	Viña	140
Ramón Vives	Viña	20
El Algarrobo de Rapel Ltda.	Viña	11
Agrícola Bou de Rapel Ltda.	Viña	22
Lucía Juliá Donoso	Viña	12
Agrícola Santa Eliana de Rapel Ltda.	Viña	11
Sociedad Agrícola Entre Ríos Ltda.	Viña	17
Los Aromos Ltda.	Pecuario	-
Profo Pimiento Deshidratados	Hortalizas	250 (Profo)

- d. 24 clientes individuales y 14 clientes asociados de CAPEL. Se opera con empresas en un programa integral de apoyo a la gestión, que incluye tres PDP (Programas de Desarrollo de Proveedores), iniciados en diciembre de 2000, y la utilización del software de gestión. En total, los PDP reúnen a 87 agricultores e inicialmente se optó por trabajar con 38 integrantes. El listado de clientes es el siguiente:

o Clientes Individuales

Nº	Empresa	Localidad
1	Sociedad Agrícola El Fruto Ltda.	Camarico
2	Sociedad Agrícola La Fuente	Camarico
3	Roberto Dabbé	Limarí
4	Horacio Alvarez	Llanos de la Chimba
5	Lucía Corral	Llanos de la Chimba
6	Sociedad Agrícola El Parrón	Llanos de la Chimba
7	Sociedad Agrícola Doña Aleja	Graneros
8	José Flores Araya	Graneros
9	Samuel Rojo	Llanos de la Chimba
10	Agro-Rivas Ltda.	Llanos de la Chimba
11	Sociedad Agrícola San Eugenio	Potrerillos
12	Grapa Agrícola	Campo Lindo
13	Juan Inostroza	Graneros
14	Comunidad Sierra Sabala	Latorre
15	Sociedad Agrícola El Viñedo	Nogales
16	Comasa	Punitaqui
17	Sociedad Comercial Conde Díaz	Graneros
18	Artemio Olivares	Llanos de la Chimba
19	Lautaro Jiménez	Llanos de la Chimba
20	Sociedad Agrícola Algarrobal	Tabalí
21	Víctor Herrera	Unión Campesina
22	Nibaldo Flores	Unión Campesina

23 Hans Traigger	Unión Campesina
24 Sociedad Comercial Del Pilar	Unión Campesina

o **Clientes Colectivos**

Nº	Empresa	Localidad
25	José Miguel Jopia	Nogales
26	Sucesión Fidel Alayán	Nogales
27	Luis Pizarro Pizarro	Nogales
28	Miguel Cortés Esquivel	Nogales
29	Florencio Alayán Briceño	Nogales
30	Luis Rivera Barraza	Unión Campesina
31	Reginaldo Aguilera	Unión Campesina
32	Elías Ibacache	Unión Campesina
33	Emir Rodríguez	Unión Campesina
34	Carlos Ibacache	Unión Campesina
35	Ramón Palta Miranda	Talhuén
36	Augusto Campo Astudillo	Talhuén
37	Sociedad Heriberto Blanco	Talhuén
38	Horacio López	Talhuén

En términos de número de empresas participantes, se logró el objetivo de incorporar las 40 empresas, no obstante se debieron sacrificar aspectos relativos a la cobranza individual de cuotas mensuales. En tal sentido, se debieron articular programas vía financiamientos mixtos (usuarios-empresas demandante, caso de CAPEL). Estos financiamiento permiten operar al centro por cuanto significan cuotas promedios de \$20.000 por agricultor en el caso de CAPEL, y \$50.000 por empresas en el caso de los individuales.

Los resultados con cada empresa han sido diferente, debido a la dinámica interna de cada una. Sin embargo, con todas se ha trabajado en un programa integral de apoyo a la gestión, que ha incluido alianzas con otros actores como la Universidad de La Serena. De acuerdo al trabajo realizado con CAPEL, es factible que durante el año se reúnan más empresas, como una forma de integrar al 100% de las empresas que componen el PDP, que en total suman 87 a nivel de los tres valles. El trabajo, no obstante, ha resultado más lento de lo estimado, se continuará con el proyecto de trabajar en gestión con un horizonte de 3 años.

Paralelamente, durante el proyecto se avanzó fuertemente en dos aspectos:

- Programa de Capacitación de empresarios y profesionales del área
- Estructuración de un modelo de gestión para viñedos.

a. **Programa de Capacitación de empresarios y profesionales del área**

Durante el proyecto se múltiples actividades que se resumen en:

▪ **Curso de Contabilidad de Gestión (diciembre/1999)**

Orientado a productores y profesionales del sector, en conjunto con el Programa de Gestión Agropecuaria de Fundación Chile e Inia Intihuasi de La Serena.

El curso contó con la participación de alrededor de 45 profesionales, a cargo del Profesor Gonzalo Vargas Otte y se orientó a cuatro temas específicos.

- Contabilidad de gestión
- Concepto e indicadores de Costos
- Centros de responsabilidad
- Uso de Información para la toma de decisiones

Finalizado el encuentro, se aplicó una encuesta a los asistentes, donde se evaluó el curso y se examinaron nuevas orientaciones de cursos.

El curso sirvió, además, para reforzar el trabajo del centro con los asistentes e incorporar potenciales clientes.



- **Curso de Gestión Comercial (agosto/2000)**

Panel de expertos con un día de duración para discutir potencialidades de los mercados de hortalizas procesadas, cítricos y olivos. Total asistentes: 77, incluidos productores invitados vía minera Los Pelambres de la Provincia del Choapa.

El curso de Gestión comercial en Hortalizas Procesadas, Cítricos y Aceite de Oliva busca capacitar a productores y profesionales en herramientas que le permitan definir comercialmente sus actividades, así como también evaluar estratégicamente la entrada o no a un negocio o mercado, analizando las tendencias actuales y futuras de los mercados agropecuarios. Se analizaron los siguientes temas:

- Costos para la Toma de Decisiones
- Mercados Mayoristas Hortofrutícolas
- Gestión Comercial en el Negocio de las Hortalizas Procesadas
- Perspectivas del Negocio del Aceite de Oliva
- Mercados de Productos Cítricos
- Exportación de Hortalizas frescas al Mercado Argentino: perspectivas y oportunidades

- **Gira Tecnológica (diciembre 2000)**

Con el grupo de Rapel, durante diciembre de 2000 se realizaron dos giras a nivel local, organizadas por el Centro de Gestión. Un resumen de la gira se presenta a continuación:

La Universidad de La Serena y el Centro de Gestión CORPADECO, organizaron un programa de visitas de cuatro días para revisar localmente avances en gestión, aspectos técnicos y comercialización en la Región de Atacama y la Región de Coquimbo.

Las visitas incluyeron los predios De Italo Schiappaccase Y Frunac De Francisco Javier Errázuriz, Ambos En Vicuña, Y Fundo El Canelo. Uniagri-Unifrutti, Profo Desierto De Oro, Profo Cordillera Y Fundo La Apacheta Sr. Jaime Prohens.

Las visitas tenían como objeto:

- Analizar Los mecanismos de toma de datos y gestión empresarial.
- Informarse sobre sistema de organización y operación del Negocio de la exportación de forma asociativa
- Obtener información respecto al proceso de exportación directa de fruta fresca, vid de mesa
- Obtener información sobre mercados de destino de fruta, precios, volúmenes y exigencias de calidad por
- sistema de exportación directa del productor
- Gestionar contactos para desarrollar exportación directa por parte del grupo
- Visitar y conocer infraestructura y operación de packing para embalar fruta
- Visitar y conocer infraestructura y operación de packing automatizado para embalar fruta, así como precio y
- rendimiento por labor y adquisición de infraestructura



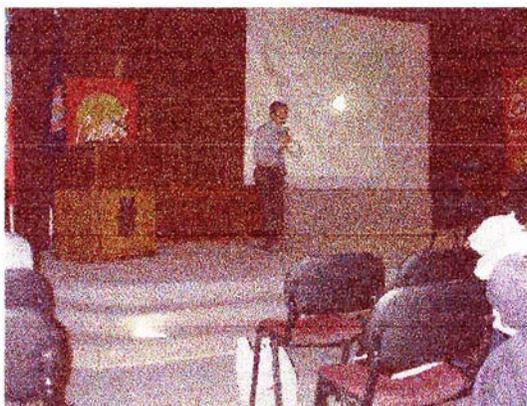
Foto 1. Parronal de variedad de vid de mesa Flame Seedless.
Predio Sr. Italo Schiappaccase



Foto 2. Visita a infraestructura de packing Sr. Italo Schiappaccase

- Mesas de Trabajo con Capel (septiembre 2000 - enero 2001)

En la fase final del proyecto se estructuró un trabajo directo con Capel para mejorar la gestión de empresas cooperadas. Este trabajo significaron alrededor de 10 reuniones grupales con cooperados, para debatir ámbitos de acción en la gestión y criterios a abarcar para la gestión empresarial.



Asesor Externo exponiendo, Reunión Centro de Gestión-CAPEL

Esta misma idea anterior, está siendo implementada, en la provincia de Limarí, donde el Programa de Desarrollo de Proveedores, involucra a 60 productores pisqueros, los cuales entregan su uva, a las plantas de Sotaquí y Punitaqui. El Centro de Gestión, a través de su agrónomo externo, también se hizo presente en Ovalle, destacando la importancia de las actividades, destinadas al mejoramiento de la gestión empresarial.



Agricultores Asistentes Evento Centro de Gestión-Capel, Ovalle

b. Estructuración de un modelo de gestión para viñedos.

El aspecto más relevante en el trabajo realizado con las empresas asociadas, fue la definición de **centros de costos** como centros de tipo productivo separados por variedad. Esto permite obtener costos por variedad y combinarlos con las actividades prediales, en el caso de la mano de obra, y con el uso de insumos, en el caso de las compras. Los centros de costos definidos fueron los siguientes:

CENTROS DE COSTOS			
Vides Pisqueras		Vides Mesa	
Moscatel Rosada	Moscatel Austria	Black	Ribier Red Globe
Moscatel Amarilla	Pedro Jiménez	Crimson	Superior
Moscatel Blanca	Torontel	Flame	Thompson
Moscatel Alejandria	Otras Vides Pisquera (OVP)	Perlette	Otras vides Mesa (OVM)
Vides Viníferas		Frutales	Hortalizas
Cabernet Franc	País	Chirimoya	Aji Papa
Cabernet Sauvignon	Pinot	Limón	Alcachofa Maíz
Carmenere	Sirah	Mandarina	Choclo Trigo
Chardonnay	Sauvignon Blanc	Palto	Haba Forrajero
Merlot	Tintoreras	Papayo	Lechuga Ganadería
Mourvedre	Otras Vides Viníferas (OVV)	Pepino	Pepino Ensalada Bovino Carne
Centros No Productivos		Dulce	
		Otros	Pimiento Bovino Leche
Maquinaria	Administración	Frutales	Poroto Verde Caprino Carne
			Tomate Caprino Leche

En base a esta definición de Centro de Costos, se definieron las actividades base para la evaluación de la mano de obra. Esto permite estandarizar las mediciones y este criterio se aplica incluso con productores de Uva de exportación, como es el caso de Rapel.

Actividades realizadas / Tratos para Vides			
Administración	Control Malezas	Manejo Racimos	Riego
Amarra	Control Plagas-Enfermedades	Mantenimiento Equipos Riego	Sacar Sarmiento
Aplicación Dormex	Cosecha	Mantenimiento Parones	Tratamiento Sanitario
Aplicación Herbicidas	Desbrote	Otras actividades	
Aplicación Hormonas	Enmienda Suelo	Packing	
Aplicación Mat. Orgánica	Estructuras	Plantación	
Cargar Fruta	Fertilización	Poda	
Control Grado	Manejo Follaje	Replante	

Adicionalmente se definieron las cuentas de asignación contable de egresos e ingresos y los criterios de mano de obra en tipo imponible y no imponible, para los haberes y descuentos.

Código	Cuenta	Código	Cuenta
GASTOS PREDIO		GASTOS COMERCIALIZACION	
3010101	REMUNERACIONES	3010301	REMUNERACIONES
3010102	INSUMOS DE PRODUCCION	3010302	HONORARIOS
3010103	AGUA Y ELECTRICIDAD	3010303	COMISIONES
3010104	MATERIALES Y HERRAMIENTAS	3010304	MATERIALES EMBALAJE
3010105	MANTENCIÓN MAQUINARIAS	3010305	INSUMOS COMERCIALIZACION
3010106	MANTENCIÓN VEHICULOS	3010306	FLETES
3010107	MANTENCIÓN SISTEMA RIEGO	3010307	ARRIENDO
3010108	SERVICIO DE TERCEROS	3010308	OTROS GASTOS COMERCIALIZ.
3010109	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		
3010112	GASTOS VARIOS PREDIO		
GASTOS ADMINISTRACION		GASTOS PACKING	
3010201	ARRIENDO	3010401	REMUEERACIONES
3010203	TELEFONO Y FAX	3010402	HONORARIOS/CONTRATISTAS
3010204	VIAJES Y TRASLADOS	3010403	MATERIALES
3010205	GASTOS NOTARIALES	3010404	OTROS GASTOS PACKING
3010206	MATERIALES DE OFICINA		
3010207	CAPACITACION		
3010208	OTROS GASTOS ADMINISTRACION		
Código	Cuenta Ingresos	Código	Cuenta Ingresos
INGRESOS OPERACIONALES		INGRESOS NO OPERACIONALES	
4010101	VENTA UVA PISQUERA	4020101	INGRESOS NO OPERACIONALES
4010102	VENTA UVA VINÍFERA		
4010103	VENTA FRUTALES		
4010104	VENTA HORTALIZAS		

NUMERO	NOMBRE HABER
13	AGUINALDO
21	ASIGNACION FAMILIAR RETRO
1	BONO PRODUCCION
10	BONO PRODUCCION
11	CARGAS FAMILIARES
2	COLACION
5	DESGASTE HERRAMIENTAS
20	FERIADO PROPORCIONAL
14	GRATIFICACION
7	HORAS EXTRAS
3	MOVILIZACION
18	OTRO NO IMPONIBLES
4	PRESTAMOS
19	SEMANAS CORRIDAS

NUMERO	NOMBRE DESCUENTO
12	AHORRO VOLUNTARIO
6	ANTICIPOS
8	CUOTA SINDICATO
17	OTRO DESCUENTO
9	PRESTAMO EMPRESA
16	PRESTAMO CAJA

Las Fichas completas se adjuntan en Anexos.

No obstante lo avances con CAPEL, el programa más avanzado en gestión integral, se ha realizado con el grupo de productores de Rapel. En el marco de este programa, se ha realizado un fuerte trabajo en gestión, creándose una sucursal en Rapel del Centro, en donde los productores entregan sus datos y un digitador los ingresa directamente al programa. Mensualmente se realiza una supervisión y los estados de avance han sido adecuados en el manejo de compras, mano de obra y en época de liquidación, del módulo de ventas. Problemas se han derivado con el manejo de bodega, dado el retraso en que la información se traspasa del predio a la oficina.

Con este programa se espera desarrollar una gira internacional para captura tecnológica y de gestión, además de continuar una relación de al menos tres años con un programa PROFO, lo que otorgaría recursos adicionales para financiar el Centro de Gestión, estudiándose la alternativa que el Centro se transforme en un Profo de Gestión, situación que ha sido efectiva en otros casos a nivel nacional.

• **Objetivo 3: Vitrina en Internet**

El trabajo en esta área ha estado asociado a la construcción de un sitio en Internet que pueda prestar servicios a las empresas agrícolas de la región y fomentar su introducción en el mercado virtual.

El objeto es contar con dos grandes áreas: **Mercado Virtual y Oficina Virtual**. La primera pretende constituirse en el espacio de interacción de tipo business to business por sobre business to consumer. A nivel b2b, el objeto se acoger empresas agrícolas en un panel, ofreciéndoles un espacio de interacción con sus clientes institucionales (otras empresas). A nivel b2c, el contacto es más bien indirecto y se refiere más que clientes no empresas a potenciales trabajadores. La segunda, oficina virtual, es un proyecto de mediano plazo del Centro que pretende integrar todos los servicios de CORPADECO, de manera que los clientes de nuestros servicios puedan acceder no sólo a los servicios, sino evaluar el estado en que se encuentra y a nivel de gestión, encontrar bajo una clave, los informes referidos a su gestión y accionar empresarial.



Info-Empresa es la base de datos para empresas destinado a constituirse en un soporte virtual para las empresas agrícolas. No existen limitaciones de área geográfica, dada que la interacción se produce a nivel virtual y no física. Esto dado que permite a la empresa ingresar sus antecedentes y construir su página desde su oficina y enviarla por medio de un sistema de correo integrado en la web. El acceso indica dos funciones: directorio de empresas y compra-venta de productos.



El directorio de la web son todas las empresas asociadas. Para integrar un mayor número, durante enero en adelante se iniciarán rondas por las empresas para tomar fotografías digitales. Sin duda una de los elementos que obstaculiza la edición de una propia página es la escasa disponibilidad de registros electrónicos de las empresas, como fotografía de predios y productos. Basado en esto, el Centro adquirió una cámara digital para colaborar en la edición de una página atractiva para potenciales clientes. La expectativa de una primera etapa es simple: multiplicar el número de páginas de empresas socias, de manera de penetrar con este producto en el mercado meta agrícola bajo la dirección www.corpadeco.cl/empresaA. El objeto es contar inicialmente con una base de 20 empresas (a febrero 2000) y desde ahí multiplicar su número. Durante la primera etapa no se contempla costo para las empresas, dado que se ha examinado que en general los recursos se obtendrán via banners promocionales, que son más apetecidos en la medida que el sitio cuente con numerosas visitas. A diciembre no existía todavía una empresa tipo, de manera que se muestra el bosquejo de la página que está en discusión con los socios.

CORPADECO
CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COQUIMBO

Centro de Gestión Corpadeco: Proyecto Virtual Financiado por FIA

Sábado 20 de enero del 2001

NOMBRE DE LA EMPRESA

In case you are unfamiliar with what a Proxy Server is (which is probably unlikely, since you downloaded this), what it basically allows you to do is share one internet connection with all the machines on your network. For example: my main computer is the only one which has internet access, but I have several other machines on my local network. By running the Proxy Server on the machine that has the internet connection (my main machine), and setting all the other machines to use a proxy, I can browse the web from them, just like I can from the machine actually connected.

AnalogX Proxy is designed to be simple, small, and easy to use. It currently only supports the following protocols: HTTP (web browsers) (port 6588) HTTPS (secure web browsers) (port 6588) SOCKS4 (TCP proxying) (port 1080) SOCKS4a (TCP proxying w/ DNS lookups) (port 1080) SOCKS5 (only partial support: no UDP) (port 1080) NNTP (usenet newsgroups) (port 119) POP3 (receiving email) (port 110) SMTP (sending email) (port 25) FTP (file transfers) (port 21) it does NOT work with ICQ, which really requires full Socks5 or a complicated mess of UDP port mapping - but AIM and MSN

LOGO CORPORATIVO

FOTO 1

Para facilitar el envío de información, se integró un sistema de registro-empresa que permite llenar todos los campos y enviar al servidor de Corpadeco vía mail. Para esto se debe presionar **Regístrate ahora Gratis** y aparece una base de datos para completar por parte del usuario, adjuntando contenido y fotografías. En el medio plazo, se espera ofrecer al usuario distintas alternativas de páginas, de manera que éste pueda escoger cuál le atrae más para su empresa.



 -  x



CORPADECO

CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COCUMBO

Centro de Gestión Corpadeco Proyecto Virtual Financiado por FIA



Inicio | Quiénes Somos | Contacto | Noticias | Servicios
Sábado 20 de enero del 2001

[INFO EMPRESAS]
[CONTACTO EMPRESAS]
[CONTACTO EMPRESAS]

Para Ingresar su Empresa a nuestro Servidor, debe mandarnos los siguientes Archivos:

- 1.- Logo Corporativo (En formato, JPG)
- 2.- Una Foto de su Producción (En formato, JPG)
- 3.- Una Foto de sus empleados (En formato, JPG)
- 4.- Una Carta de Texto, con una breve reseña de los servicios de su empresa.(En formato, Doc)

Nombre de la Empresa

E-Mail de la Empresa

¿Desea Recibir
información Mensual
de Corpadeco? Sí No

Escriba Aquí el Nombre de la persona o representante legal que suscribe este formulario, la cual autoriza la exposición de esta información en nuestras bases de datos. De no ser así explique cual es su vinculación con la empresa junto con su dirección postal y teléfonos de su Empresa

¿Cuál es la relación de
Ud. con la empresa
Insenta

A continuación Ingrese sus archivos:

1- Logotipo Corporativo

Paralelamente, se inició en diciembre una campaña de promoción, que incluyó una publicación en el diario El Día Regional y se contempla después del fin de temporada agrícola (marzo-abril), presentar el sitio en diversas áreas de la región.

La metodología utilizada fue concordante con los criterios técnicos de otros sitios y se basó como se discutió en la metodología en:

- Observar otros sitios relacionados.
- Evaluar la situación del mercado
- Definir la estrategia y estructura del sitio de CORPADECO
- Medir los resultados (visitas)

Se incluyó el rediseño de la WEB, en un formato interactivo, abordando las áreas de mercado virtual, infoempresas, infomercado y mercado laboral. En la actualidad, la página recibe 10 visitas día, de acuerdo a estadísticas base lo que significa 300 visitas/mes. Para ser una página atractiva se debiera duplicar esa cifra en el corto plazo.

Es importante señalar que la página ha estado al aire desde mediados del año 1999, pero los resultados arrojados señalaron la necesidad de un rediseño para llegar más adecuadamente al público objetivo. De acuerdo a la planificación estratégica, se señalan la situación actual:

- ❖ Portal interactivo, logrado.
- ❖ Relanzamiento WEB. Se publicó en diciembre en diario El Día y se pretende hacer mailing directo vía una cartilla promocional a editar en enero.
- ❖ Contacto Auspicio. En espera de resultados y estadísticas de visitas.
- ❖ 20 Empresas con página, pendiente.
- ❖ 2 Avisos WEB. Uno realizado (se adjunta publicación). Se estudia nueva publicación para marzo-abril.
- ❖ Portal Agrícola on-line, con 200 visitas mes. De acuerdo a proyecciones se lograrán 300 visitas/mes, lo que todavía es bajo.

• **Objetivo 4: sistema de proveedores**

Las actividades ejecutadas en este objetivo tenían relación con la meta de contar con proveedores dispuestos a entregar información para potenciales clientes. Bajo esta premisa, se articularon bases de datos de proveedores y se estableció un listado de productos potenciales de ser utilizados.

La base incluyó un listado de 62 proveedores en la región y a todos ellos se les envió carta de invitación para el programa, además de visitarlos personalmente. El listado incluyó las siguientes empresas (listado completo se adjunta en anexos):

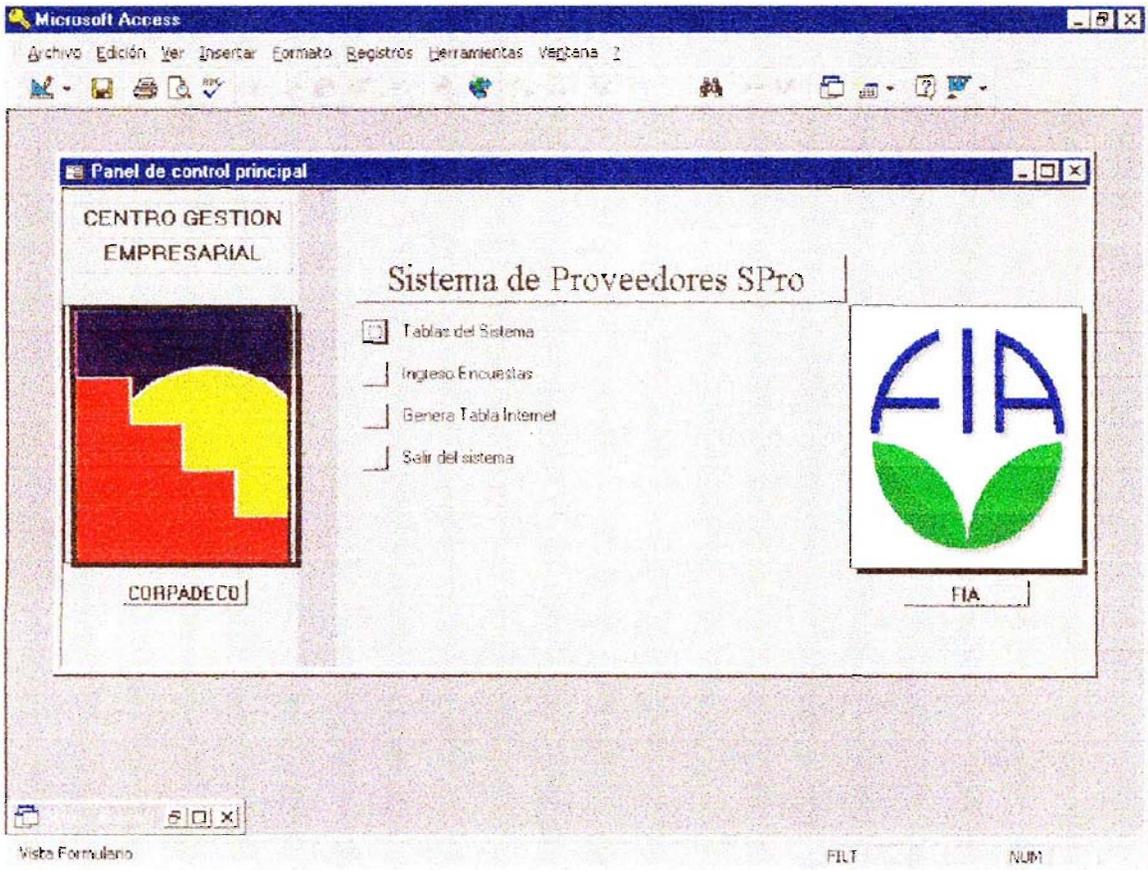
Nº	EMPRESA	CATEGORÍA
1	ADMINISTRADORA AGRÍCOLA ZEPEDA LTDA.	INSUMOS
2	AGREVO	INSUMOS
3	AGREVO	INSUMOS
4	AGRÍCOLA NACIONAL S.A.C.I. ANASAC	INSUMOS
5	AGRO VETERINARIA EL VALLE	INSUMOS
6	AGROCOMERCIAL LA SERENA LTDA.	INSUMOS
7	AGROSAL	INSUMOS
8	AGROVAL S.A.	INSUMOS
9	ANAGRA	INSUMOS
10	ASAGRO LTDA.	INSUMOS
11	AVÍCOLA LA HERRADURA	INSUMOS
12	BASF CHILE S.A.	INSUMOS
13	BAYER DE CHILE S.A.	INSUMOS
14	BRAMELL LTDA.	INSUMOS
15	COMERCIAL BERTOLINO LTDA.	INSUMOS
16	COMERCIAL DON GASTÓN	INSUMOS
17	COMERCIAL KOALA LTDA.	INSUMOS
18	COMERCIAL PUCLARO S.A.	INSUMOS
19	COMPAÑÍA MINERA CERRO BLANCO	INSUMOS
20	COTACO	INSUMOS
21	DELAGRO INSUMOS Y JARDINES	INSUMOS
22	ECOTERRA	INSUMOS
23	JORGE HERNÁNDEZ Y CÍA. LTDA.	INSUMOS
24	JULIO POLANCO GALARCE	INSUMOS
25	NISAL AGRO COMERCIAL	INSUMOS
26	PINOCHET CERDA ROSENDO	INSUMOS
27	QUÍMICA JOHNSON	INSUMOS
28	QUÍMICA PYL	INSUMOS
29	TULIO CALLEGARI E HIJOS Y CÍA	INSUMOS
30	VETERAGRO	INSUMOS
31	AGROCOMERCIAL LA SERENA LTDA.	MAQUINARIA AGRÍCOLA
32	ATOM	MAQUINARIA AGRÍCOLA
33	BRAMELL LTDA.	MAQUINARIA AGRÍCOLA
34	COVALSA	MAQUINARIA AGRÍCOLA
35	COVALSA	MAQUINARIA AGRÍCOLA
36	MATADERO LA ESTANCIA	MAQUINARIA AGRÍCOLA
37	NISAL AGRO COMERCIAL	MAQUINARIA AGRÍCOLA
38	SERGO	MAQUINARIA AGRÍCOLA
39	SERMAQ LTDA.	MAQUINARIA AGRÍCOLA
40	SERMAQ LTDA.	MAQUINARIA AGRÍCOLA
41	AGROPLASTIC	MATERIALES
42	CENTRAL DE PLÁSTICOS LTDA.	MATERIALES

43	CHAGUMA LTDA.	MATERIALES
44	DOCAR LTDA.	MATERIALES
45	MADERA DOMEYKO	MATERIALES
46	PLÁSTICOS LIMARÍ LTDA.	MATERIALES
47	PRODALAM	MATERIALES
48	COMERCIAL HIDROTEC LTDA.	RIEGO
49	DIPOLI	RIEGO
50	MAQUISA	RIEGO
51	MATERIALES HIDRÁULICOS LTDA.	RIEGO
52	MONTE GRANDE LTDA.	RIEGO
53	PLASTOCK	RIEGO
54	PLASTOCK UNO LTDA.	RIEGO
55	REDIPLAS	RIEGO
56	SALIX NORTE LTDA.	RIEGO
57	SALIX NORTE LTDA.	RIEGO
58	SOCOR	RIEGO
59	VOGT	RIEGO
60	VIVERO RINCONADA	VIVEROS
61	VIVEROS LA FLORIDA	VIVEROS
62	VIVEROS LA SERENA	VIVEROS

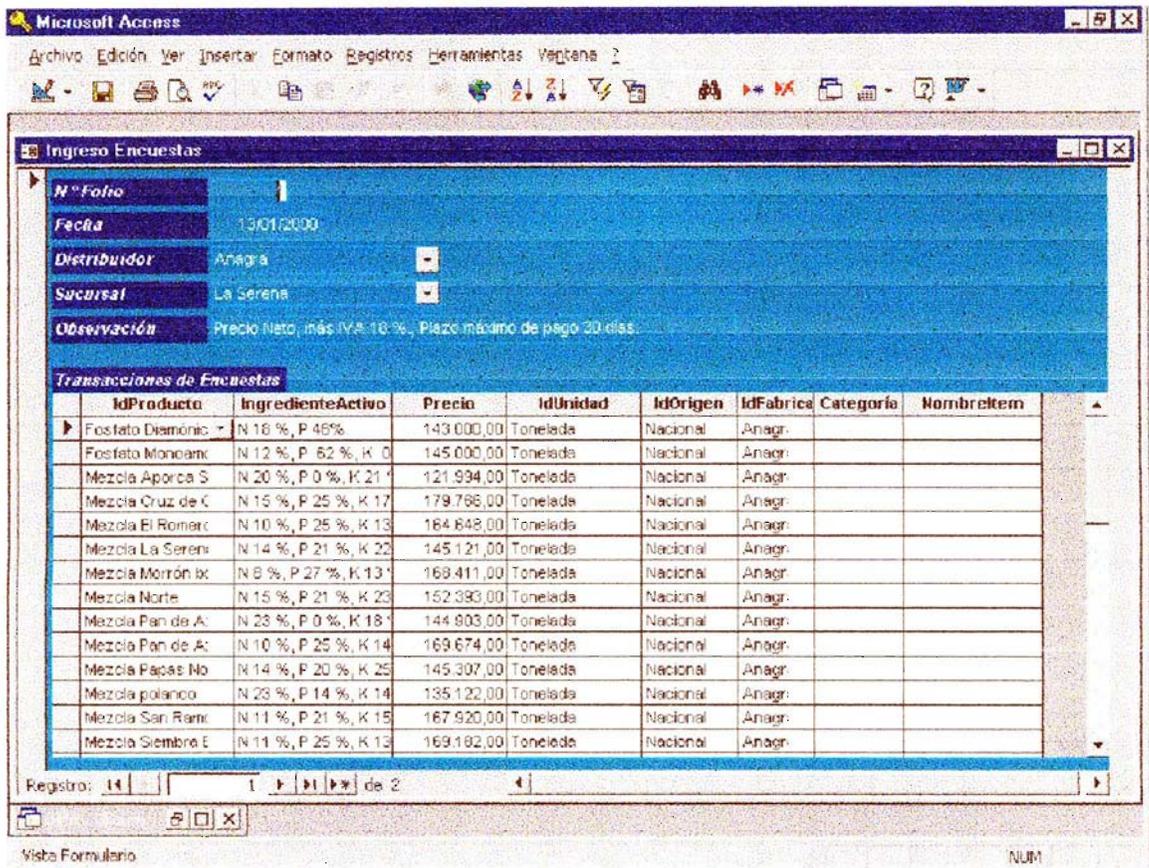
Los productos se clasificaron de acuerdo a los criterios señalados en la metodología y se anexa un listado de todos los productos incluidos en anexos.

Para efectos de recopilar la información se creó una base de datos de potenciales productos, de acuerdo a los criterios de los fabricantes y de revistas especializadas (AFIPA, Fundación Chile y Revista del Campo)

Se enviaron encuestas por proveedor seleccionado y los precios fueron ingresados a una base de datos Access 97.



La base de datos permite el ingreso de precios por empresa de forma de recoger información mensual. Adicionalmente el sistema genera una tabla de datos que permite subirse a Internet.



Técnicamente, el sistema está diseñado para almacenar "n" datos, así como para incluir nuevos productos. En Internet las consultas se realizaban bajo claves de acceso. Durante el período se trabajó con las empresas:

- Anasac La Serena
- Anagra
- Agrocomercial La Serena

El objeto final del sistema de proveedores es permitir a los usuarios conocer rápidamente precios de productos y eventualmente realizar cotizaciones en línea.

La cotización en línea permitirá agrupar demandas de usuarios para enviarlas directamente a los proveedores. Para utilizar esta opción, el usuario deberá ingresar a lado del producto requerido, la cantidad necesaria y automáticamente.

Para ingresar al sistema de proveedores, previamente se deberá seleccionar la opción Insumos Agrícolas del menú e ingresar la clave secreta.

Al indicar la clave, el sistema muestra las alternativas de consulta y el usuario debe seleccionar la categoría y el ítem. Automáticamente se mostrarán las opciones de la consulta ordenadas por producto (nombre de marca), ingrediente activo, fecha de actualización, precio (en pesos), unidad comercial y distribuidor, que, además, conecta a la página WEB del distribuidor si se presiona. Al final, existe una celda en blanco que sirve para que el usuario demande el producto indicando exclusivamente las cantidades. Cuando se finalice, el usuario deberá presionar el ícono **enviar** y la consulta llegará por e-mail hasta las oficinas del Centro de Gestión.

El objeto es semanalmente enviar los requerimientos a los proveedores para cotizaciones que por volumen puedan modificar los precios presentados en pantalla.

Corpadeco - Microsoft Internet Explorer provided by TUCOWS

Archivo Edición Ver Ira Favoritos Ayuda

Atrás Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Historial Canales Pantalla completa Correo Imprimir Edición

Vínculos Best of the Web Customize Links Galería de Web Internet Explorer News Internet Start La mejor del Web Microsc

Dirección http://www.corpadeco.cl/

Quiénes Somos

Centro de Gestión

Agroprecios en Línea

Software de Gestión

Fichas de Cultivo

Proyectos

Programas CORFO

Empresas Agrícolas

Comercio Virtual

Consultas E-Mail

HOME PAGE

C. González Videla 1630
La Serena, Chile
corpadec@entelchile.net
Teléfonos (56-51)
215788 - 218425



CORPADECO

Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo



Sitio Financiado por FIA

Bienvenido a AgroPrecios en Línea, usted se encuentra registrado como **Corpadeco**

CENTRO DE GESTION EMPRESARIAL **CORPADECO- FIA**

Insumos Agrícolas

Categoría Item:

Producto	Ingr. Activo	Fecha	Precio	Unidad	Distribuidor	Enviar
Ajax 50 PE	Metsulfuron - metil	1/14/00	2470	10 gr	Anasac	<input type="checkbox"/>
Alanez 48 EC	Alachlor	1/14/00	75322	20 lt.	Anasac	<input type="checkbox"/>
Applaud 25 WP	Buprofezn	1/14/00	33993	1 kg.	Anasac	<input type="checkbox"/>

Listo Zona de Internet

Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Historial Correo Imprimir Modificar

Dirección http://www.corpadeco.cl/ Ir a Vinculos

Quiénes Somos
Centro de Gestión
Agropecios en Línea
Software de Gestión
Fichas de Cultivo
Proyectos
Programas CORFO
Empresas Agrícolas
Comercio Virtual
Consultas E-Mail

HOME PAGE
C. González Vidala 1630
La Serena, Chile
corpadec@entelchile.net
Teléfonos (56-51)
215788 - 210425

CORPADECO
Corporación para el Desarrollo de la Region de Coquimbo

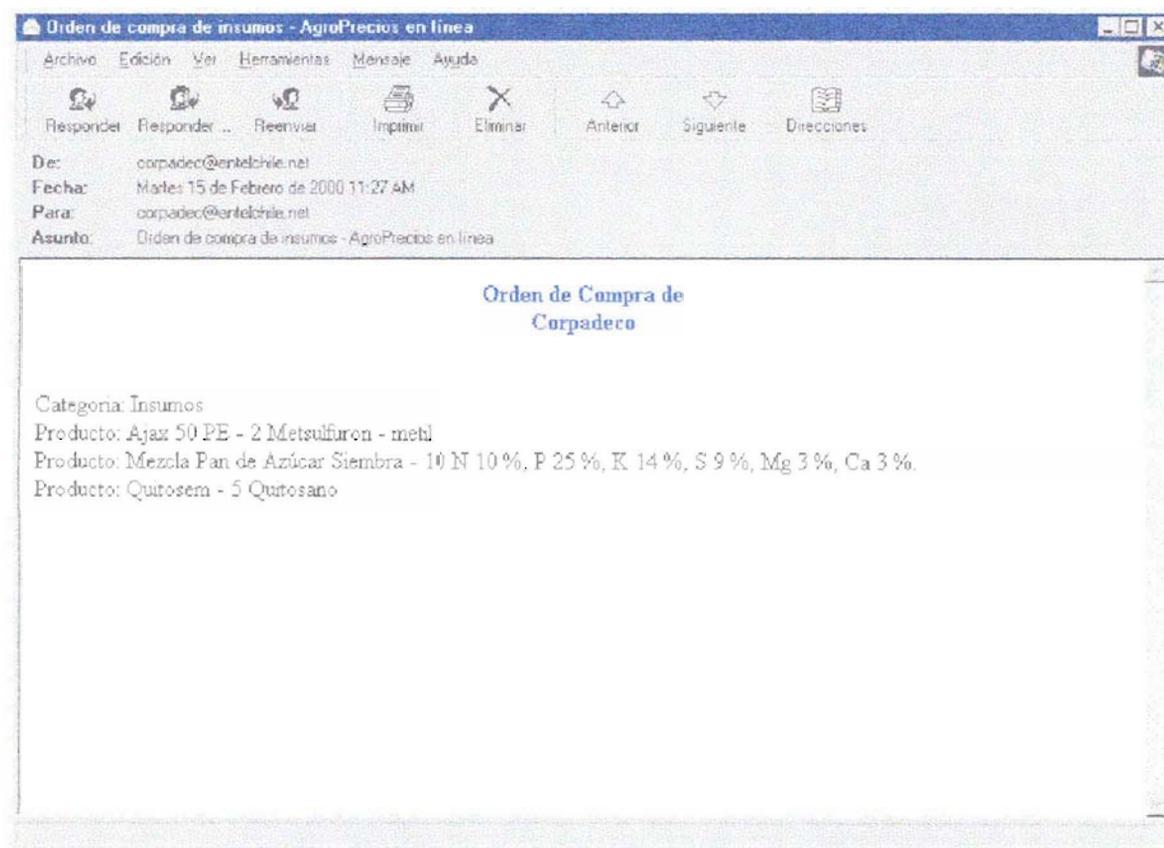
Sito Financiado por FIA

Su orden de compra ha sido enviada.

[Menú](#)

Listo Internet

La orden de compra está direccionada al e-mail del centro, corpadec@entelchile.net, recibándose un informe con el demandante (que pertenece al nombre del username), categoría, productos seleccionados y sus cantidades. El informe registra la fecha y hora enviada.



De acuerdo a la situación presentada en términos de la escasa participación de las empresas en esta área, se decidió dejar este desarrollo para una segunda etapa, una vez que se consolide la gestión a nivel de empresas agrícolas. Concordantemente, se integrará como sistema promocional vía banners en una primera etapa y se espera en el mediano plazo aprovechar la tecnología desarrollada.

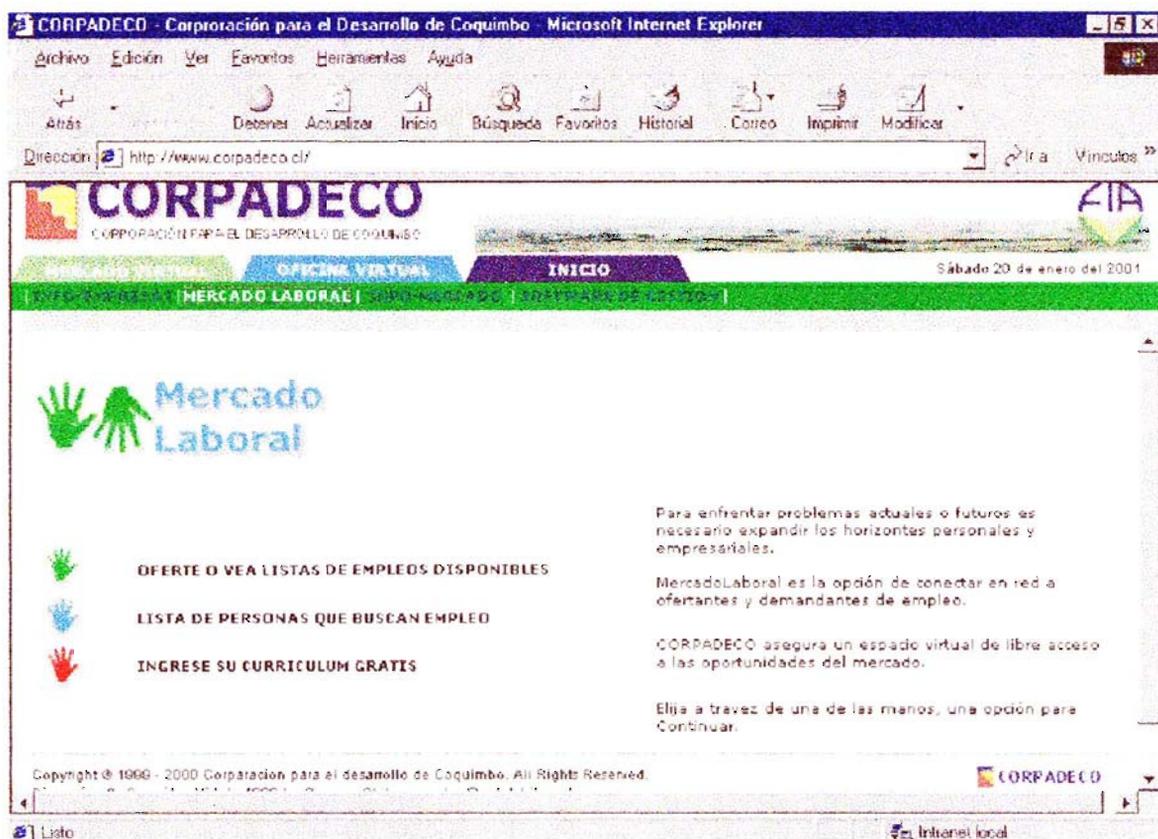


Banner Promocional

No se ha obtenido respuesta favorable de proveedores. Se dejará para una etapa posterior y se optará exclusivamente por banners promocionales. Objetivo no logrado.

● **Objetivo 5: mercado laboral**

La base de datos de oferta y demanda de trabajo está contenida en el espacio Mercado Laboral (en la página de inicio aparece bolsa de trabajo, como referencia al mismo sitio).



Este espacio permite conectar a oferentes y demandantes de empleo de manera virtual. El sitio contiene dos consultas: a nivel de buscadores de empleo y oferentes de empleo. Para los buscadores, la opción le permite ingresar su curriculum on-line y revisar la las ofertas laborales.

CORPADECO - Corporación para el Desarrollo de Coquimbo - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Historial Correo Imprimir Modificar

Dirección <http://www.corpadeco.cl/> Ir a Vínculos »

CORPADECO CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE COQUIMBO Centro de Gestión Logopédis: Proyecto Virtual Financiado por FIA **FIA**

OPCIÓN VIRTUAL INICIO Sábado 20 de enero del 2001

MERCADO LABORAL

Mercado Laboral

Este espacio está dirigido a trabajadores y empleados interesados en contactar nuevas formas de vínculos de forma virtual.

Mercado Laboral ofrece la oportunidad de fomentar el empleo de mano de obra especializada de una forma muy simple, a continuación tiene dos opciones:

- Una para Personas que buscan Empleo.
- Y otra para Empleadores o personas que necesitan de algún Servicio Especializado.

Para continuar elija una de la opción deseada, de lo contrario para salir presione Aquí.

Bolsa Laboral

- VER LISTAS DE EMPLEO
- REALIZAR UNA OFERTA DE EMPLEO

Registre Su Curriculum

Intranet local

El sistema de ingreso de antecedentes es extenso y permite además anexar un CV para ser enviado directamente a las empresas.

CORPADECO - Corporación para el Desarrollo de Coquimbo - Microsoft Internet Explorer

Inicio de Sesión | Mercado Laboral | Inicio | Sábado 20 de enero del 2001

MERCADO LABORAL

DATOS PERSONALES (Obligatorios)

Nombres: _____

Apellidos: _____

Cédula de Identidad: _____

Fecha de Nacimiento: Día [] Mes [] de []

Sexo: M F C

Estado Civil:

Domicilio:

Lista Intranet local

Los datos son enviados a través de e-mail y llegan directamente al servidor de corpadeco, para su actualización. La programación está manejada para contar con una base de datos de 100 CV a fines de febrero. La recepción se recibe de la siguiente manera.

Contenido del campo nombres:

Pedro

Contenido del campo Apellidos:

Jiménez Saldías

Contenido del campo cedula:

1.275.685-8

Contenido del campo día_nacimiento:

06

Contenido del campo mes_nacimiento:

Marzo

Contenido del campo año_nacimiento:

1988

Contenido del campo sexo:

masculino

Características de la máquina desde la que se ha enviado el correo:

Dirección IP: 164.77.83.25

Navegador empleado: Mozilla/4.0 (compatible; MSIE 5.0; Windows 98; DigExt)

E-Mail enviado mediante Totmail3

Este CGI esta disponible en <http://www.webviva.com>

Se encuentra en fase final y de acuerdo a lo planificado. El único resultado esperado es contar con 100 CV en un plazo no superior a dos meses.

• **Objetivo 6: mesas de trabajo innovación**

Las actividades realizadas en este objetivo son múltiples, en las cuales destacan:

- a. Curso de Contabilidad de Gestión
- b. Curso de Gestión Comercial
- c. Reuniones de trabajo con CAPEL y productores
- d. Reuniones técnicas con empresarios locales, nacionales e internacionales (República Dominicana)
- e. Gira tecnológica nacionales e internacionales (Israel)
- f. Plan estratégico de la Provincia del Choapa
- g. Elaboración de proyectos para fondos concursables:
 - i. FIA
 - ii. CORFO
 - iii. SAG
 - iv. INDAP

6. PROBLEMAS DEL PROYECTO

6.1. Técnicos

6.1.1. Utilización de bases de datos en Internet

Los sistemas de precios y de proveedores requieren de sistemas de almacenamiento en Internet, con una programación SQL Server.

Solución:

- Se programó en SQL server y se contrató la asesoría externa.
- Se contrató hosting de ENTEL.

6.1.2. Madurez de los mercados.

Una parte relevante de la insuficiencia de clientes tiene relación con la escasa infraestructura de apoyo para sistemas de esta naturaleza en la región. De los clientes del Centro, aproximadamente un tercio tienen computador en el predio. Sólo un 10% recibe Internet en el predio.

De los clientes que mantienen computadores, la mitad cuenta con sistemas propios de manejo de datos (generalmente planillas y sistemas de contabilidad en DOS), y el resto no los utiliza para la toma de datos.

Soluciones:

- Se trabajó a nivel local con un programa en Access versión 1997, que es compatible con la mayoría de los sistemas a nivel local. En los equipos que fue necesario, se instaló Microsoft Office.
- Se capacitó permanentemente a los usuarios (visitas mensuales).
- Se rediseñó la web de manera de contar una página tipo portal, más liviana para los usuarios.

6.1.3. Transparencia y uniformidad de los mercados.

Los sistemas de información se basa en la confiabilidad. Cuando los criterios de comparación no son adecuados, la confiabilidad disminuye considerablemente. En el caso de sistemas de precios sucede lo siguiente:

La unidades de medida y calidades de la frutas y hortalizas varían entre los mercados locales y de la R.M. Las diferencias se agudizaban entre medidas no universales (puna, atado) y en productos que se comercializan en unidades diferentes en un mercado en relación a otro. En la calidad, el problema se deriva de asignaciones diferenciadas de calidad, siendo la R.M. un mercado más exigente en relación con la calidad de los productos.

Estas diferencias producen menor confiabilidad en los datos recopilados en las ferias locales en comparación con los de la R.M. y las empresas tienden a guiarse casi exclusivamente por los precios de la R.M.

En segundo término, el mercado agrícola es poco transparente. Los precios se fijan a nivel de transacciones en mercados mayoristas en base criterios definidos por los compradores, situación en la que intervienen factores que no han logrado ser manejados en sistemas de información: cantidad de oferta disponible, volumen y tiempo de llegada. Esto técnicamente atenta contra la confiabilidad y relevancia de la información.

Soluciones:

- Se utilizaron los criterios de los mercados de origen de la información.
- Se mejoró el contacto con los locatarios que entregaban información, de manera de registrar correctamente los datos proporcionados.
- Se validó la información con los datos de ODEPA-FAX y mensualmente se monitoreó productos específicos.

6.1.4. Disponibilidad de vehículo

Un Centro dedicado a la atención de sus clientes debe contar con un vehículo exclusivo para su uso. El Centro careció de un vehículo propio. El problema se deriva que los predios tienen accesos en regulares condiciones y no siempre fue factible contar con el uso de un vehículo adecuado.

Soluciones:

- Se aprovechó la disponibilidad de vehículos de los funcionarios y ocasionalmente de las propias empresas.

6.1.5. Recursos disponibles y tiempo de duración

Un centro de gestión es por su naturaleza un proyecto de largo plazo (al menos cinco años). En dos años y medio, la consolidación es baja y por ello los resultados no parecen ser óptimos. Independiente de la duración, sin duda que para invertir en el desarrollo de sistemas de información a nivel de software como a nivel de Internet, es necesario contar con mayores recursos. Si se compara las inversiones realizadas por el Centro, distan de las inversiones realizadas a nivel de otras áreas de punta (servicios financieros, universidades).

Soluciones

- El proyecto se extenderá por cuenta del ejecutor, de manera de cumplir con los objetivos iniciales y atender los requerimientos de las empresas.

6.2. Gestión**6.2.1. Disponibilidad de personal**

Con el personal actual es inviable mantener todos los servicios con un nivel de excelencia para atender a los clientes requeridos. Escasea el tiempo para análisis, dado que gran parte de la semana transcurre en la recolección e ingreso de información, sea de precios del agro, insumos o de gestión propiamente. Mantener el SIP requiere a una persona con dedicación exclusiva a analizar tendencias, con tiempo para informarse el medio y realizar las apreciaciones necesarias para nutrir la WEB. El caso de gestión es similar, dado que por empresa significa revisar en promedio cien o más facturas, lo que tarda medio día como mínimo más desplazamiento.

Menor problema genera el SPRO, puesto que son precios mensuales, no obstante no se ha podido reforzar el área de apoyo de información complementaria, como uso de productos, aplicaciones, recomendaciones.

Soluciones:

- Se subcontrató labores de programación en Internet
- Se focalizó por etapas: primero en el software y en la segunda etapa, en mercados virtuales.

6.2.2. Profundidad de la información

La dedicación exclusiva a recolectar información, derivó en un procesamiento lento y un gran de análisis incompleto. En rigor, esto significó que la información entregada careció de la profundidad necesaria para aportar real valor a la toma de decisiones.

Soluciones:

- Se cambió la recolección de información de precios por un sistema de análisis de información a nivel de consultoría y de la disponible en la red.

6.2.3. Carencia de un órgano rector

En mercados poco transparente, con alianzas estratégicas de difícil articulación producto de la inexistencia de posturas comunes para enfrentar el tema agrícola y con proyecto muchas veces similares, se careció de la fuerza para articular una propuesta a nivel nacional del desarrollo de centros en el área virtual. En tal sentido, a diferencia de lo que sucedió en gestión empresarial, que se trabajó fuertemente en definición de criterios comunes, en el área virtual no se logró impulsar una iniciativa interesante que congregará a más actores.

El desarrollo más fuerte se logró a través de transferencia de archivos e información a través de e-mail, pero ello es desconocer los potenciales alcances de Internet. La WEB permite articular centros sin eje rector y sin espacio físico, pero se requiere de un lineamiento global, que a nivel nacional no existió y que quienes somos partícipes no fuimos capaces de entregar.

Soluciones:

- Problema no resuelto.

6.2.4. Desarrollo del software

Durante el primer año, el centro evaluó los diferentes sistemas de control de la gestión existentes en el mercado y decidió trabajar con el software de Fundación Chile. En abril del año 1999, producto de notables retrasos que sufrió el sistema de Fundación Chile y además diferencias en lo requerido por nuestros potenciales clientes, se decidió desarrollar un software propio.

El desarrollo del software significó un trabajo de más de año en contar con una versión idónea, lo que significó fuerte dedicación del personal del centro y asesores externos a su conformación. Producto de ello, se descuidó otras áreas de desarrollo, que fueron retomadas en la parte final del proyecto.

Soluciones:

- Se focalizó por etapas: primero en el software y en la segunda etapa, en mercados virtuales.

6.2.5. Resistencia al cambio

En cada nuevo sistema se produce una resistencia natural. A nivel del software, se produce en el contador, que ve invadido su espacio, y también en el caso del empresario que no desea compartir su información. En los mercados se evidenció en los proveedores, que no estimaron conveniente entregar información que se consideró clave (precios, condiciones de pago).

En tal sentido, la dedicación a aspectos de desarrollo significó destinar menores esfuerzos a esta área, que es el desafío futuro del Centro.

Soluciones:

- Se avanzó en capacitaciones individuales y colectivas.
- Se complementó con otros apoyos, como es el caso de CAPEL

6.2.6. Inscripción de socios

Se avanzó con el convenio CAPEL, llegando a un número de 49 empresas, 38 vía CAPEL y 11 clientes individuales. Existe la necesidad de tamizar las empresas de CAPEL, para lograr una mejor atención. Se estima deberá llegarse a 30 empresas totales en la provincia del Limarí, y se espera integrar vía la oficina de Choapa a 10 empresas adicionales durante el año 2001.

Soluciones:

- Se estableció alianzas con socios como CAPEL. Se espera integrar a CONTROL.

6.2.7. Financiamiento

El proyecto no es autosustentable

Solución:

- CORPADECO seguirá abordado la iniciativa, dado que es un espacio que permite aportar hacia otros programas.

7. CALENDARIO DE EJECUCIÓN Y RESUMEN DE COSTOS

7.1. Calendario

De acuerdo a las actividades planteadas, la ejecución por objetivo ha sido la siguiente:

En términos de actividades, se realizará una comparación de las actividades de acuerdo a lo ejecutado y planificado, en función del cuadro 10 de Formulario de Presentación de proyectos del FIA, incluidas las modificaciones realizadas en el proyecto. El cuadro contiene cuatro columnas: actividad, donde se incluye la numeración por objetivo, similar a la del proyecto original; descripción, explicación de la actividad; fecha planificada, donde se introduce la fecha de inicio y término de la actividad según proyecto original; y fecha real, donde se introduce el valor real.

▪ Sistema de Información de Precios

Actividad N°	Descripción	Fecha Planifica	Fecha Real
1.1	Adquisición del equipamiento básico solicitado y análisis de los sistemas de las empresas participantes.	01/09/98-31/09/98	14/12/98- (ejecutado)
1.2	Habilitación de línea telefónica	01/09/98 - 31/09/98	31/09/98 (ejecutado)
1.3	Análisis de sistemas externos de bases de datos en funcionamiento y conexión a los seleccionados (Odepa, Indap, U. de Chile).	01/03/99-30/04/99	01/03/99-01/04/99 (ejecutado)
1.4	Definición de arquitectura del sistema para la administración de información de mercado. Incluye: <ul style="list-style-type: none"> Definición de los datos de mercado a recolectar y resultados entregados, en términos de formatos de ingresos de datos y de consultas, productos seleccionados y especificaciones. Desarrollo lógico y físico. Diseño lógico y físico del sistema de información del mercado regional para definir la puerta de entrega en pantalla, menús principales y secundarios, malla lógica de información y confección de redes de comunicación. 	01/09/98-30/09/98 01/10/98-30/04/99	01/12/98-31/01/99 (ejecutado) 15/11/99-30/05/99 (ejecutado)
1.5	Recopilación de antecedentes del mercado regional <ul style="list-style-type: none"> Elección de los lugares adecuados por ciudad (fuentes primarias para La Serena y Ovalle) para la obtención de información Determinación de la encuesta tipo de recopilación y testeo piloto. Recopilación semanal de información en terreno. Verificación de información regionales obtenidos via fuentes primarias con datos provenientes de las bases de datos centralizadas en Santiago. Procesamiento de información 	01/11/98-07/11/98 08/11/98-28/02/98 01/01/99-30/03/99 01/03/99-30/04/98 01/01/99-30/04/99	01/11/98-31/12/98 (ejecutado) 01/01/99-28/02/99 (ejecutado) 22/02/99-31/04/99 (ejecutado) 01/03/99-30/04/99 (ejecutado) 01/03/99-30/05/99 (ejecutado)
1.6	Programación del software, implementación en modalidad de plan piloto con información del mercado regional, en interacción con los demandantes de información (empresas) y resolución de problemas de conexión, funcionamiento y capacitación de los usuarios	01/05/99-31/12/99	30/11/99 (ejecutado)
1.7	Operación del sistema de información de mercado regional y nacional	01/01/00-28/02/01	01/12/99 (ejecutado)

▪ **Desarrollo e implementación Software de Gestión**

Actividad N°	Descripción	Fecha Planifica	Fecha Real
2.1	Determinación y desarrollo de los indicadores económicos a incluir en el sistema de gestión. Incluye: <ul style="list-style-type: none"> • Mesas de trabajo con empresarios. • Validación de los criterios seleccionados a través de simulaciones. 	01/10/98- 31/10/98	01/11/98- 31/12/99 (ejecutado)
2.2	Evaluación de la oferta existente de software de control de la gestión	01/03/99- 30/04/99	01/03/99 (ejecutado)
2.3	Definición de arquitectura y programación del sistema para el control de la gestión agrícola. Incluye determinación de: <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de software básico (sistema operativo, sistemas de base de datos para servidores y estaciones de trabajo). • Tipo de sistema: propietarios (cerrados) o abiertos. • Mecanismos de comunicación y redes. • Áreas de desarrollo: local, externo o mixto. • Esquematización a través de estructuras de bloques de flujo de información y malla lógica. • Análisis origen-destino de la información. • Análisis de los procesos de toma de decisiones. • Creación del diccionario de datos. • Clasificación de la variables. • Determinación de accesos y salidas. • Programación. 	01/03/99- 30/11/99	01/04/99- 30/11/99 (ejecutado)
2.4	Implementación en plan piloto, en interacción con empresas y capacitación usuarios.	01/05/99- 29/02/00	01/09/99- 31/01/00 (ejecutado)
2.5	Operación Regular con entrega de resultados mensuales a los empresarios	01/03/00 28/02/01	01/07/00 (ejecutado)

▪ **Vitrina en Internet**

Actividad N°	Descripción	Fecha Planifica	Fecha Real
3.1	Definición de arquitectura del sistema para la administración de información de productores y clientes. Incluye: <ul style="list-style-type: none"> Definición de la información y resultados requeridos, en términos de formatos de ingresos de datos y de consultas, productos seleccionados, especificaciones, precios y condiciones. Diseño e implementación de la configuración del sistema de información de productos ofertados y demandados, para definir la puerta de entrega en pantalla, menús principales y secundarios y mecanismos de actualización. 	01/03/99-30/05/99	15/06/99-31/12/99 (ejecutado)
3.2	Recopilación de información, clasificación y ordenamiento. Rediseño	01/06/99-30/11/00	01/01/00-15/12/00 (ejecutado)
3.3	Operación en plan piloto	01/12/00-15/01/01	16/12/00-28/02/01 (Ejecutado)
3.4	Operación permanente	16/01/01-31/12/01	01/03/01 (En ejecución)

▪ **Base de datos de proveedores**

Actividad N°	Descripción	Fecha Planifica	Fecha Real
4.1	Definición de arquitectura del sistema para la administración de información de proveedores. Incluye: <ul style="list-style-type: none"> Definición de la información relevante de los proveedores a recolectar, en términos de formatos de ingresos de datos y de consultas, selección de los proveedores y categorización, elección de los productos, especificaciones y precio. Diseño e implementación de la configuración del sistema de información del mercado regional para definir la puerta de entrega en pantalla, menús principales y secundarios, y mecanismos de actualización. 	01/01/99-30/11/99 01/01/99-31/08/99 01/09/99-31/11/00	30/11/99- (ejecutado) 01/03/99-31/08/99 (ejecutado) 01/09/99-31/11/99 (ejecutado)
4.2	Recolección de datos	01/01/99-31/12/99	01/12/99-31/12/00 (ejecutado)
4.3	Operación Plan Piloto	01/12/99-28/02/01	01/01/00 Pendiente
4.4	Operación regular	01/03/01-31/12/01	Pendiente

- **Mercado Laboral**

Actividad N°	Descripción	Fecha Planifica	Fecha Real
5.1	Desarrollo Sistema. Rediseño	01/04/00- 15/12/00	01/05/00 31/01/01 (ejecutado)
5.2	Operación Plan Piloto	16/12/00- 28/02/01	01/01/00- 28/02/00 (ejecutado)
5.3	Operación regular.	01/03/01- 31/12/01	01/03/00 Pendiente

- **Proyectos Innovativos y Mesas de Trabajo**

Actividad N°	Descripción	Fecha Planifica	Fecha Real
6.1	Mesas de trabajo	01/10/99- 31/01/01	01/11/99 31/01/01 (ejecutado)
6.2	Proyectos Innovación	30/05/00	(ejecutado)

7.2. Flujos

Se adjuntan cuadros financieros del programa en anexos.

8. PRESENTACIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES Y TAREAS DE DIFUSIÓN

- Exposición en Taller de reflexión sobre el Agro en Choapa, diciembre de 1998

En un grupo de 30 personas, se expusieron los alcances del proyecto. Lamentablemente la audiencia era en un 95% de funcionarios públicos, por lo que las repercusiones de ello fueron bajas.

- Charla a productores del Profo Hortícola de Ovalle, diciembre de 1998

Exposición a seis integrantes del Profo, quienes se manifestaron interesados en una primera instancia. Lamentablemente, dicho Profo se encontraba en una etapa de renovación que no fue aceptada por CORFO y, por ende, significó un retroceso en las negociaciones de inscripción en el CENTRO DE GESTION.

- Charla a administrador de La Palmera, diciembre de 1998

Exposición al Gerente del recinto, con quien se logró un convenio de apoyo recíproco para las mediciones de precio.

- Reunión con Gerente y Socios de Pro-cabra S.A., enero de 1999

Reunión preliminar para acordar factibilidad de iniciar servicios con productores caprinos (siete productores).

- Reunión con Gerente del Profo de Papa, enero de 1999

Reunión preliminar para acordar factibilidad de iniciar servicios con productores de papa (ocho productores)

- Circulares de presentación, noviembre de 1998 a enero de 1999.

Envío a más de 30 agricultores y 40 proveedores de insumos y productos agrícolas, de una carta de presentación ofreciendo los servicios. Varias de ellas, fueron complementadas con visitas a terreno.

- Exposición en Cegeval, Julio de 1998.

Para dirigentes y profesionales. Búsqueda de alianzas estratégicas.

- Mesa de Trabajo con productores caprinos, junio-julio 1999

Mesa de trabajo para trabajo asociativo.

- Charla sobre Mercados Virtuales Expo-Rural, Noviembre de 1999

En un grupo de 30 personas, se expusieron los alcances del proyecto y el potencial desarrollo de los mercados virtuales en el Agro. Resultado fundamental de la reunión fue acordar traspaso de información con Siple V Región.

- Curso Contabilidad de Gestión, diciembre de 1999

Organizado en conjunto con Fundación Chile y patrocinado por diversas empresas de la región, se desarrolló el curso Contabilidad de gestión, que significó una inversión cercana a los M\$900 y una asistencia de 45 profesionales más personal de Corpadeco. El curso sirvió, además, para promocionar el Centro. Se entrega lista de Asistentes (incluidos organizadores)

Nº	Nombre	Empresa	Situación	Costo
1	Alejandro Santander	A.C.E.R.	Asistente	30.000
2	Leonardo Fredes	A.C.E.R.	Asistente	30.000
3	Rosa Araya	A.C.E.R.	Asistente	30.000
4	Andrés O'Ryan	Agronova	Asistente	30.000
5	Carmen Peralta	Agronova	Asistente	30.000
6	Luis Miranda	Agronova	Asistente	30.000
7	Andrés Peñafiel	Capel	Asistente	30.000
8	Francisco Aguirre	Capel	Asistente	30.000
9	Guido Passalacqua	Capel	Asistente	30.000
10	Humberto Rojas	Capel	Asistente	30.000
11	Marcelo Fuentes	Capel	Asistente	30.000
12	Mauricio Muñoz	Capel	Asistente	30.000
13	Rodrigo Carmona	Capel	Asistente	30.000
14	Cristian Mery	Cegeval	Asistente	30.000
15	José Alfonso Salas	Cegeval	Asistente	30.000
16	Isabel Jimenez	F. La Palmera	Asistente	30.000
17	Sofia Corral	Inacap	Asistente	30.000
18	Jorge Galleguillos	J. Prohens y Cía Ltda.	Asistente	30.000
19	Omar Barros	J. Prohens y Cía Ltda.	Asistente	30.000
20	Hernán Torres	J. Vigilancia Río Elqui	Asistente	30.000
21	Alex Cortés	J. Vigilancia Río Elqui	Asistente	30.000
22	Manuel	J. Vigilancia Río Elqui	Asistente	30.000
23	Manuel Muñoz	J. Vigilancia Río Limarí	Asistente	30.000
24	Marcela Lopez	J. Vigilancia Río Limarí	Asistente	30.000
25	Marta Godoy	Profo Chirimoya	Asistente	30.000
26	Luis Arjona	Profo Hortofrutícola L/S	Asistente	30.000
27	Alfonso Sanchez	Profo Pimentón	Asistente	30.000
28	Cecilia Gutierrez	Profo Pimentón	Asistente	30.000
29	Fabian Reyes	Profo Pimentón	Asistente	30.000
30	Patricio Pinto	Profo Pimentón	Asistente	30.000
31	Edgardo Zúñiga	Profo Pimentón	Asistente	30.000
32	Ricardo Artal	Particular	Asistente	30.000
33	Julia Zanforlín P.	Prosam	Asistente	30.000
34	Exequiel Sandoval	Terminal Del Agro	Asistente	30.000
35	Ramiro Sepúlveda	Terminal Del Agro	Asistente	30.000
36	Maximiliano Morales	Ingservtur	Beca	10.000
37	Cristian Díaz	Los Aromos	Beca	10.000
38	Ignacio Moncayo	U.L.S	Invitado	0
39	Marcelo Araya	U.C.N.	Invitado	0
40	Luis Urzúa	INIA	Invitado	0
41	Oswaldo Vallejos	INIA	Invitado	0
42	Flavio Araya	F. Chile	Invitado	0
43	Miguel Millón	F. Chile	Invitado	0

44	Edgardo Escobar	Corpadeco	Invitado	0
45	Jorge Fredes	Corpadeco	Invitado	0
46	Jorge Mautz	Corpadeco	Invitado	0
47	Justo Meléndez	Corpadeco	Invitado	0
48	Pablo Pinto	Corpadeco	Invitado	0
49	Ricardo Sierralta	Corpadeco	Invitado	0
50	Ana Hernández	Corpadeco	Invitado	0
51	Patricia Milla	Corpadeco	Invitado	0

- Charla sobre Gestión, Ovalle, mayo de 2000

Reunión de difusión de los programas del Centro de Gestión, en convenio con la ULS. A la reunión asistieron alrededor de treinta personas.

- Charla sobre Centros de Gestión a agricultores de República Dominicana, Julio 2000

En el marco de una reunión organizada por la Asociación de Canalistas del Embalse Recoleta, se discutieron experiencias de los Centros de Gestión en la atención de sus clientes y las potenciales de desarrollo en el corto y mediano plazo. En total, asistieron cerca de 50 agricultores de la República Dominicana.

- Curso *Gestión Comercial*

Orientado a productores y profesionales del sector, en conjunto con el Programa de Gestión Agropecuaria de Fundación Chile e Inia Intihuasi de La Serena. Asistentes:

Nº	Nombre	Empresa	Situación
1	Rodrigo Sotomayor	Consultor SAG	Asistente
2	Edgardo Escobar Lucero	Consultor INDAP	Asistente
3	Jaime Gutierrez	Consultor INDAP	Asistente
4	Alonso Rodríguez	Unifruti	Asistente
5	Juan Luis Obach Martiniello	Unifruti	Asistente
6	Alberto Alfonso Corral	Forestal O'Higgins	Asistente
7	Julio Jorquera Balbontín	Hacienda Tilama	Asistente
8	Bernardino Varas Castro	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
9	Austor Vega Quiroz	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
10	Italo González González	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
11	Alvaro Mondaca Narbona	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
12	Wenceslao Layana Gonzalez	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
13	Vicente Chavez Baez	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
14	Mauricio Torrijo Mondaca	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
15	Mario Lopez Trigo	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
16	Héctor Chavez Garcia	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
17	Eugenio Lemus Carvajal	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
18	Belco Vargas Alday	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
19	Ernesto Gallardo Henríquez	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
20	Cliserio Bugeño Bugeño	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
21	Ruben Arredondo Pereira	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
22	Luis Ibacache Saavedra	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
23	Clementino Tapia Tapia	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
24	Gastón González Arancibia	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente

25	Juan Contreras Baez	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
26	Juan Coe Araya	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
27	Luis Jorquera Pastene	JV CHOAPA-Los Pelambres	Asistente
28	Pablo Castillo Castillo	Consultor Indap III Región	Asistente
29	Claudio Hidalgo Cisternas	Profo Carén	Asistente
30	Raúl Carmona Pery	Profo Carén	Asistente
31	Miguel Tapia Vallejos	Profo Carén	Asistente
32	Milena Pereira	Profo Hortofruticola	Asistente
33	Ronald Cuellar	Ronald Cuellar	Asistente
34	Hector Ugalde Campos	Hector Ugalde Campos	Asistente
35	Abelina Marquez Honores	Daniel Michea Cortés	Asistente
36	Marcelo Hidalgo Santibañez	Marcelo Hidalgo Santibañez	Asistente
37	Fernando Correa Campaña	Fernando Correa Campaña	Asistente
38	Ana Rosa Silva	D..O.H	Asistente
39	Rosendo Adones Jofré	Soc. Aceitera Fray Jorge Ltda	Asistente
40	Luis Cisternas Muñoz	Soc. Aceitera Fray Jorge Ltda	Asistente
41	José Luis Cisternas P.	Agrícola Tamaya S.A	Asistente
42	José Luis Jiménez	Agrícola Tamaya S.A	Asistente
43	Luis Carreño Gaete	Sindicato Arroceros Los Huique	Asistente
44	Andrés Sepúlveda Vargas	Indap-F. Chile	Asistente
45	Ives Hofflinger Medina	Hortal Ingeniería Ltda.	Asistente
46	Jorge Alan Concha	Seremia-F Chile	Asistente
47	Francisco Collao Marín	Agroindustrial Collao	Asistente
48	Solange Beaumont Köhler	ACER	Asistente
49	Leonardo Fredes Saleme	ACER	Asistente
50	Irma Oviedo Muñoz	CORFO	Asistente
51	Paola Arce Triviño	ARCE E HIJO LTDA.	Asistente
52	Carlos Maluenda	Carlos Maluenda	Asistente
53	Cristian Geldes	ULS	Invitado
54	César Valderrama Cuello	Sociedad Ebner y Acevedo	Invitado
55	Claudia Acevedo Blau	Sociedad Ebner y Acevedo	Invitado
56	Paulina Ebner Epple	Sociedad Ebner y Acevedo	Invitado
57	Karén Vargas	INIA	Invitado
58	Oswaldo Vallejo	INIA	Invitado
59	Rolando Silva Huerta	INIA	Invitado
60	Rolando Silva Huerta	INIA	Invitado
61	Alejandra Gutiérrez	F.CHILE	Invitado
62	Eugenio Gómez-Lobo	F.CHILE	Invitado
63	Expositor 1	F.CHILE	Invitado
64	Expositor 2	F.CHILE	Invitado
65	Expositor 3	F.CHILE	Invitado
66	Ana Hernández González	CORPADECO	Invitado
67	Cristian Díaz Fuentes	CORPADECO	Invitado
68	Ingrid Surriba López	CORPADECO	Invitado
69	Jorge Fredes Saleme	CORPADECO	Invitado
70	Jorge Mautz Vivanco	CORPADECO	Invitado
71	Justo Meléndez	CORPADECO	Invitado
72	Pablo Pinto Cornejo	CORPADECO	Invitado
73	Patricia Milla Figueroa	CORPADECO	Invitado
74	Ricardo Sierralta Araya	CORPADECO	Invitado
75	Ana María Fuentes	Consultor SAG	Invitado

76	Paulina Castillo	Consultor SAG	Invitado
77	Juan Castillo	HACER	Invitado

- Exposición seminario Potencialidades Productivas Provincia del Choapa, Noviembre.
- Reuniones con CAPEL y Asociados, Septiembre a enero 2000-2001
- Gira Tecnológica III y IV Región, Noviembre-Diciembre 2000

□ Publicaciones

- Título: "Firmado Convenio entre Empresarios y Corfo" (El Tiempo, 31 de marzo 2000).

Firma convenio con Hortofrutícola La Serena, para Profo. El Centro participó en la conformación del grupo y en el desarrollo del área de gestión

- Título: "Corfo y Corpadeco Auspician proyecto para Agricultores" (El Día, 03 de abril 2000).

Firma convenio con Hortofrutícola La Serena.

- Título: "Productores regionales proyectan elaborar leche de cabra en polvo" (El Día, 13 de abril 2000)

Dentro de la descripción de programas, se promociona el Centro de Gestión.

- Título: "Corpadeco, Organización para el Desarrollo Regional" (El Día, 22 de abril 2000)

Dentro de la descripción de programas, se promociona el Centro de Gestión.

- Título: "Control de la gestión e información para los agricultores del Limarí" (Revista Embalse Recoleta, 29 de junio 2000)

Artículo que explica la función del Centro de Gestión y la articulación con las Organizaciones de regantes.

- Título: "Ya era el momento de que la Corpadeco regresara a Limarí" (El Día, 23 de julio 2000)

Corpadeco reabre sus oficinas en Ovalle, lo que incide en la mejor atención de clientes en la provincia del Limarí. Brevemente se nombra el programa del Centro.

- Título: "Con curso enseñarán gestión comercial a productores de hortalizas y cítricos" (El Día, 26 de julio 2000)

Completa reseña del curso que se llevará a cabo en agosto de 2000.

- Título: "Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo" (El Día, 26 de julio 2000)

9. IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO

Los impactos y conclusiones se relacionan con los problemas evidenciados a lo largo del proyecto y complementa las opiniones de los actores involucrados en relación con los éxitos y fracasos obtenidos en el Centro

9.1. Utilización de bases de datos en Internet

El nivel de desarrollo actual de sistemas de información permite técnicamente realizar tareas de transferencia de datos y de análisis. Esto implica que no existen restricciones en relación al almacenamiento de la información.

9.2. Madurez de los mercados

El desarrollo de un mercado es clave para estructurar una demanda consistente. En el sector agrícola, los activos complementarios (entiéndase redes de apoyo) son mínimas a nivel local. En tal sentido, los sistemas de información están destinados casi exclusivamente a sistemas contables y en el caso de Internet, a sistemas de información general más que información básica para los negocios. Adicionalmente, los sistemas de traspaso de información son lentos (en La Serena, el promedio de velocidad de internet es de 40.000 b/s, comparado con los 120.000 b/s de Santiago en red telefónica y los 4 Mb/s que se puede lograr por banda ancha, inexistente en la zona).

Durante el año 2000 se realizó un estudio de los sistemas de los sitios web de empresas nacionales y se detectó un tipo de estructura de desarrollo ligado fuertemente a la transferencia de información, por sobre un nivel de negocios. Complementariamente, se analizó el mercado lácteo y se detectó a agosto del 2000, que varias empresas de gran tamaño (Colun, Parmalat, Loncoleche) tenían una presencia mínima en el mercado de Internet.

En términos teóricos, los ciclos tecnológicos pasan por etapas, que según los especialistas se dividen en cuatro tipos: discontinuidad tecnológica (fase que se caracteriza por la aparición de nuevas tecnologías que irrumpen en el mercado y crean incertidumbre), era de fermento (que se caracteriza por desarrollar estructuras o activos de soporte a las nuevas tecnologías), era de dominio dominante (en que se impone la nueva tecnología, y existe alto nivel de estabilidad en los mercados) y era de cambios incrementales (en donde se avanza en modificaciones complementarias del gran cambio).

A nivel local, si bien la tecnología de Internet se encuentra en una fase de fermento, todavía no se han desarrollado adecuadamente nuevas estructuras y sistemas de apoyo de refuerzan esta tecnología. Esto por ejemplo, comparado con los mercados financieros, en donde además los niveles de inversión son elevados.

En resumen, un problema central es la inmadurez de los mercados en cuanto al desarrollo tecnológico, lo que impide aprovechar óptimamente el uso de las nuevas tecnologías.

9.3. Transparencia y uniformidad de los mercados

Los sistemas de información se basa en la confiabilidad. Cuando los criterios de comparación no son adecuados, la confiabilidad disminuye considerablemente. El mercado agrícola es poco transparente. Los precios se fijan a nivel de transacciones en mercados mayoristas en base criterios definidos por los compradores, situación en la que intervienen factores que no han logrado ser manejados en sistemas de información: cantidad de oferta disponible, volumen y tiempo de llegada. Esto técnicamente atenta contra la confiabilidad y relevancia de la información.

9.4. Recursos disponibles y tiempo de duración

Un centro de gestión es por su naturaleza un proyecto de largo plazo (al menos cinco años). En dos años y medio, la consolidación es baja y por ello los resultados no parecen ser óptimos. Independiente de la duración, sin duda que para invertir en el desarrollo de sistemas de información a nivel de software como a nivel de Internet, es necesario contar con mayores recursos. Si se compara las inversiones realizadas por el Centro, distan de las inversiones realizadas a nivel de otras áreas de punta (servicios financieros, universidades).

La experiencia francesa, española y las experiencias locales indican diversos grados de desarrollo en función especialmente del tiempo de permanencia. Este Centro, a diferencia de otros Centros, no se centraba exclusivamente en la gestión para empresas agrícolas, sino también en los mercados virtuales. Este es un desarrollo lento y en donde se requiere de alta inversión para encontrar resultados. Lo que ha sucedido con mercados más desarrollados ha sido una disminución fuerte de las utilidades, producto que todavía Internet es un negocio especulativo, y en donde las utilidades no han acompañado a las inversiones realizadas. Adicionalmente, la mayoría de los servicios son gratuitos, de manera que el usuario no tiene costumbre cancelar por usar estos sistemas virtuales.

Los resultados finales del proyecto apuntan más que a una consolidación en el mercado, a entregar un modelo hacia donde apuntar el desarrollo en el área agrícola.

9.5. Disponibilidad de personal

Para entregar servicios adecuados a nivel de sistemas de apoyo en Internet, se requiere de un equipo dedicado exclusivamente a esta función, similar a lo que ocurre a nivel de Gestión. Probablemente un problema que no se solucionó adecuadamente fue la definición de área de acción específica del Centro, que mezclaba gestión con mercados virtuales.

Para gestión, se deben recorrer los predios al menos una vez por mes, recolectando datos y colaborando en su procesamiento y posterior análisis. Al menos eso requiere de dos personas dedicadas exclusivamente, más el sistema de precios, que requería de tres personas y los servicios de vitrina virtual que requiere de dos personas exclusivamente dedicadas a ello. Si a esto se le suma el desarrollo de software (en donde en promedio participaron tres personas), se evidencia que no fue factible desarrollar áreas en las que faltó potenciar como el de relaciones públicas y difusión.

9.6. Profundidad de la información

La dedicación exclusiva a recolectar información, derivó en un procesamiento lento y un gran de análisis incompleto. En rigor, esto significó que la información entregada careció de la profundidad necesaria para aportar real valor a la toma de decisiones

En adelante, el Centro seguirá ligado a información de tipo estratégica y de hecho participará en conjunto con INIA Intihuasi en el desarrollo de un Centro de Información Estratégica, en donde se utilizará de base la información primaria obtenida del Centro, así como los sistemas de soporte.

9.7. Órgano rector y Colaboración de otros actores (Alianzas)

Durante el proyecto se profundizó en las alianzas estratégicas con otros actores como FIA, universidades, INIA, INDAP, Cegeval, CAPEL, MINAGRI, Organizaciones de Regantes, Fundación Chile y otros Centros de Gestión, pero los resultados de estas alianzas fueron poco visibles. Se articularon nuevos proyectos y se impulsaron iniciativas de colaboración en la transferencia de información, pero no logró conformar un equipo técnico integral. Cada actor tiene sus propias ocupaciones y dado que en general se funciona en base a recursos gestionados, la mayoría de los actores están preocupados naturalmente de la consecución de recursos y resulta complejo interactuar permanentemente en mesas de trabajo.

En tal sentido, la omisión de este tipo de proyecto sea el no considerar mayor multiplicidad de actores pagados. Una solución que se utilizó en el Centro fue la obtención de recursos complementarios en otros programas (CAPEL, CORFO, INDAP), que permitió comprometer a más actores.

Un desafío en el área de la información y de los negocios virtuales es su articulación. La ventaja de no requerir presencia física ayuda considerablemente, pero se carece de un modelo consensuado de hacia donde focalizar los esfuerzos en el área virtual. Los esfuerzos han sido de tipo desagregados y eso conspira contra la posibilidad de articular una verdadera oferta agrícola a nivel nacional, dada las marginales inversiones en lo referido a mercados virtuales en relación con otros sectores de la economía.

9.8. Desarrollo del software

Un resultado concreto del Centro fue la construcción de un software de gestión y la articulación de una base de datos para intercambiar información con diversos productores. Se hace necesario, sin embargo, persistir en el esfuerzo de masificar el uso de este tipo de sistemas y mejorar la asesoría para la toma de decisiones de los agricultores.

9.9. Resistencia al cambio

La forma de enfrentar la resistencia pasa por reforzar las capacitación de los empresarios y asistentes, de manera que internalicen de mejor manera los cambios ocasionados por la introducción de nuevos sistemas de control de la gestión.

Con el Grupo de Rapel, resultó eficaz una gira tecnológica local que se realizó, por cuanto afianzó la confianza en las nuevas tecnologías y desarrollo el apetito por mejorar los sistemas de control y de promoción de las empresas.

9.10. Inscripción de socios y autofinanciamiento

Los convenios con empresas madres como CAPEL, CONTROL y otras que pueden cofinanciar programas (Minera Los Pelambres) resultan clave para mantener una masa crítica de clientes. Esto dado que son programas de largo plazo, y puede existir cierto nivel de rotación, que no haber una contraparte que exija y financie la utilización de normas, se perdería buena parte del trabajo. El ámbito de la gestión y de los mercados virtuales es de largo plazo. Conseguir socios estratégicos es una forma ideal de proseguir los esfuerzos que inició financieramente FIA.

En resumen, creemos que de acuerdo a las proyecciones iniciales, el Centro de Gestión logró establecer pautas base para el desarrollo de negocios en el área de gestión empresarial y de mercados virtuales. De hecho estas ideas hace dos años no existían a nivel nacional (mercado laboral, portales agrícolas) y el desarrollo de este programa contribuyó a establecer pautas al respecto.

El desafío del ejecutor es continuar con la labor iniciada y aprovechar las herramientas desarrolladas. Nuestro mayor compromiso, en tal sentido, es continuar con los esfuerzos a nivel de gestión como de mercados virtuales y avanzar en la consolidación de los servicios establecidos.

Para ello es clave la disposición de FIA a entregar los equipos en algún sistema de comodato que permita continuar con estos esfuerzos.

ANEXOS



MANUAL DEL USUARIO
SOFTWARE INTEGRAL DE GESTIÓN SIG
Versión 1.2

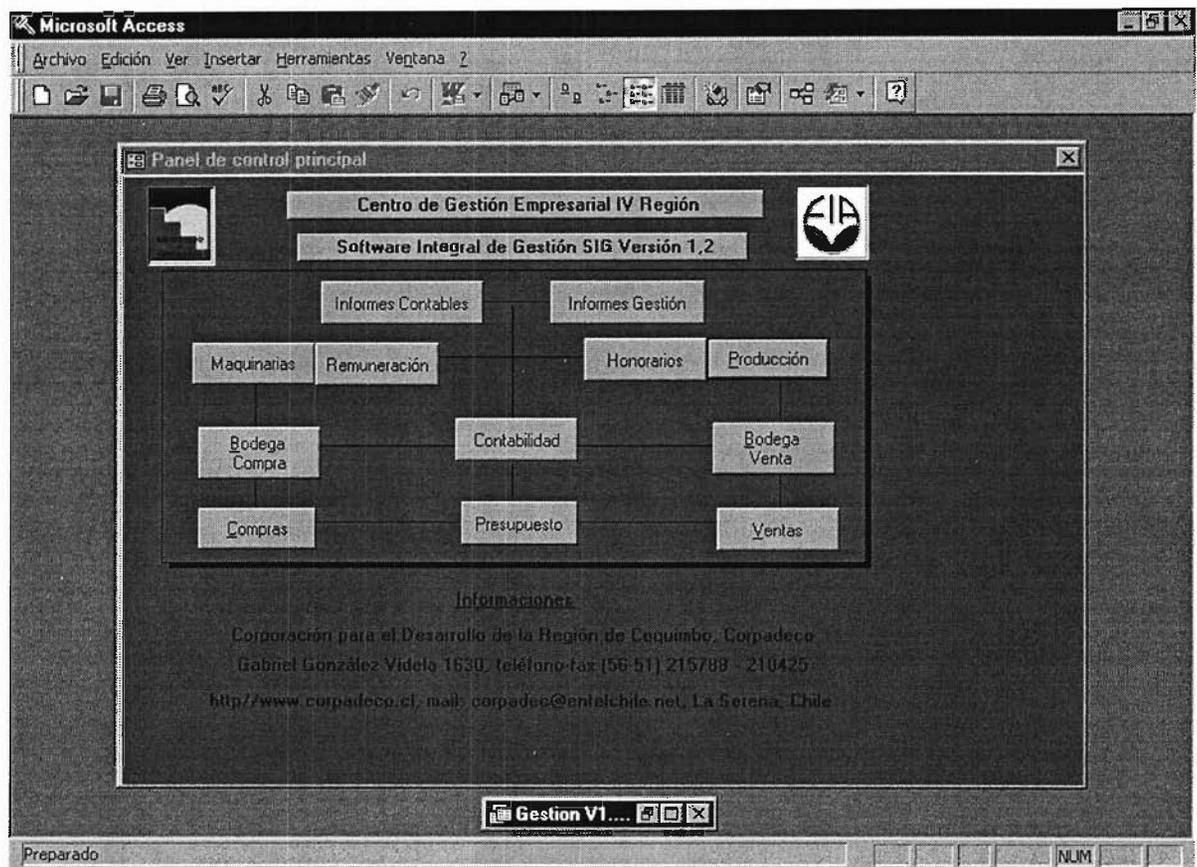
CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA REGIÓN DE COQUIMBO
Y
FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

III. CONCEPTOS BÁSICOS

El SIG funciona en Microsoft Access con un Menú principal que permite el acceso a diferentes módulos entrada de datos y consulta de informes. La calidad de los informes tiene relación directa con la calidad de ingreso de la información, por lo cual la etapa previa a la implementación del SIG es el diseño lógico de las entradas y salidas de la empresa y de los responsables de la información.

1. Relaciones fundamentales

El SIG maneja el concepto de integralidad, lo que implica que un dato sólo se debe ingresar una vez para alimentar los diferentes módulos. Detrás del sistema, existe un diseño desarrollado en base al siguiente esquema:



Bajo este esquema el SIG permite articular informes contables y de gestión, lo cual entrega una poderosa herramienta de planificación para el empresario, facilitando, además, las labores administrativo-contable del personal de la empresa.

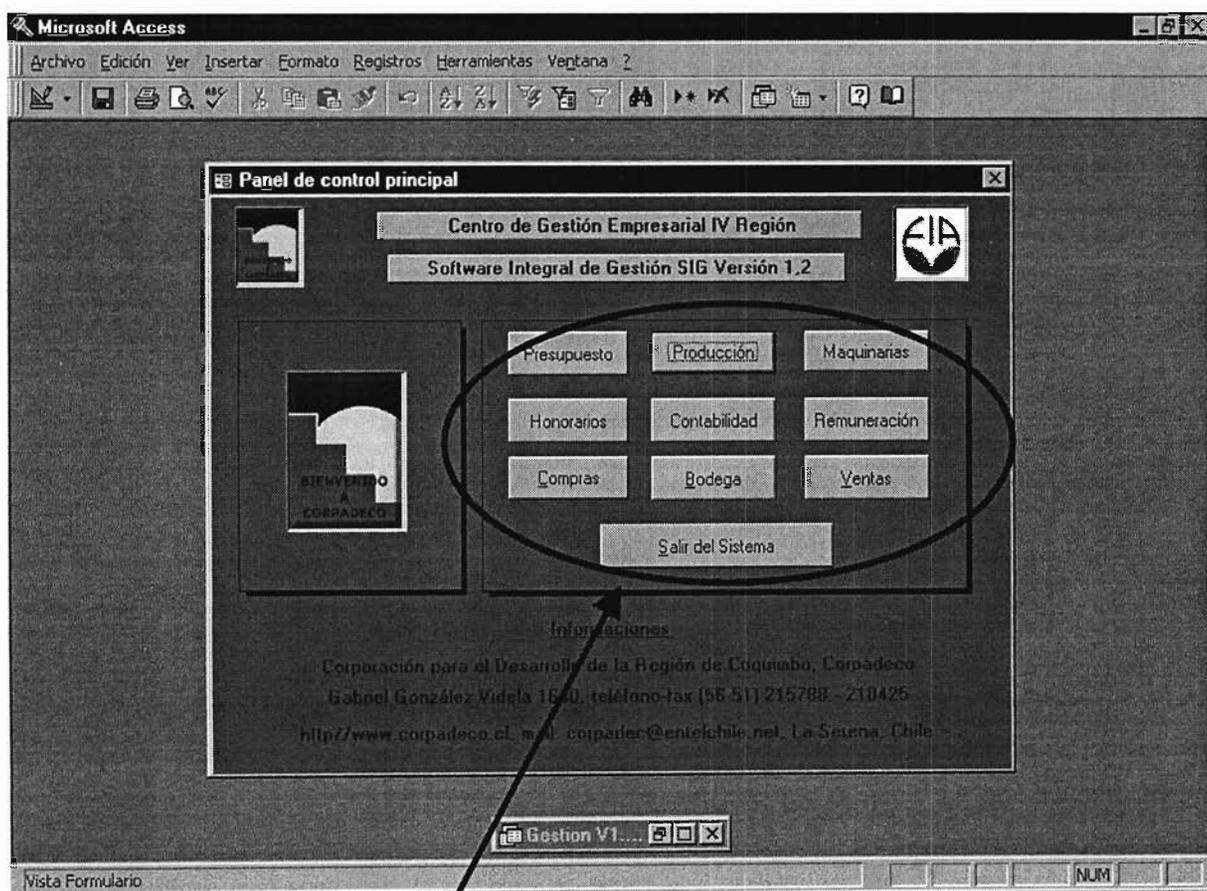
2. Panel Principal

El SIG desarrollo un esquema de ingreso de datos a partir de un menú principal que congrega todos los módulos, lo que incluye:

- Compras
- Ventas
- Bodega de Compra y venta
- Producción
- Maquinaria
- Contabilidad
- Remuneraciones (no disponible en la versión 1.2)
- Honorarios (no disponible en la versión 1.2)

El usuario puede elegir indistintamente el módulo requerido, no obstante durante su habilitación se debe seguir el procedimiento recomendado en este manual.

Al abrir el SIG se despliega la pantalla del Menú Principal y el usuario debe presionar el ícono que desee según lo muestra la siguiente figura:



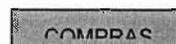
Botones de acceso

IV. MÓDULOS DEL SIG

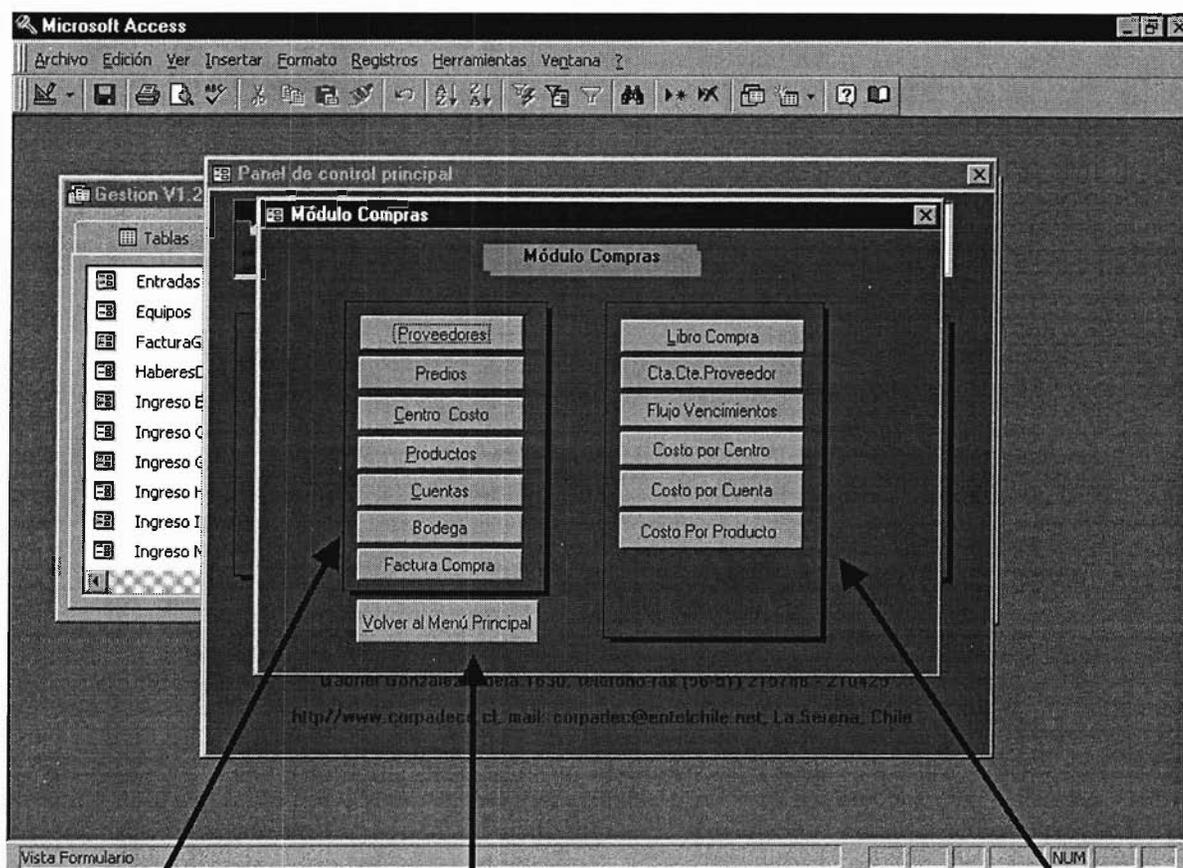
1. Módulo de Compras

El módulo de compras está diseñado para ingresar facturas, guías de despacho y boletas, de manera independiente, permitiendo además facturar en base a guías de despacho. El ingreso de las compras alimenta directamente los módulos de contabilidad y bodega de compras, permitiendo disponer a partir de dicha información reportes contables y de gestión.

Para ingresar, se debe hacer click en el ícono compras del menú principal



Se desplegará la pantalla Módulo Compras donde se indica los alimentadores del sistema en la parte izquierda de la pantalla y los informes disponibles en la parte derecha.



Alimentadores de Compras

Volver Menú Principal

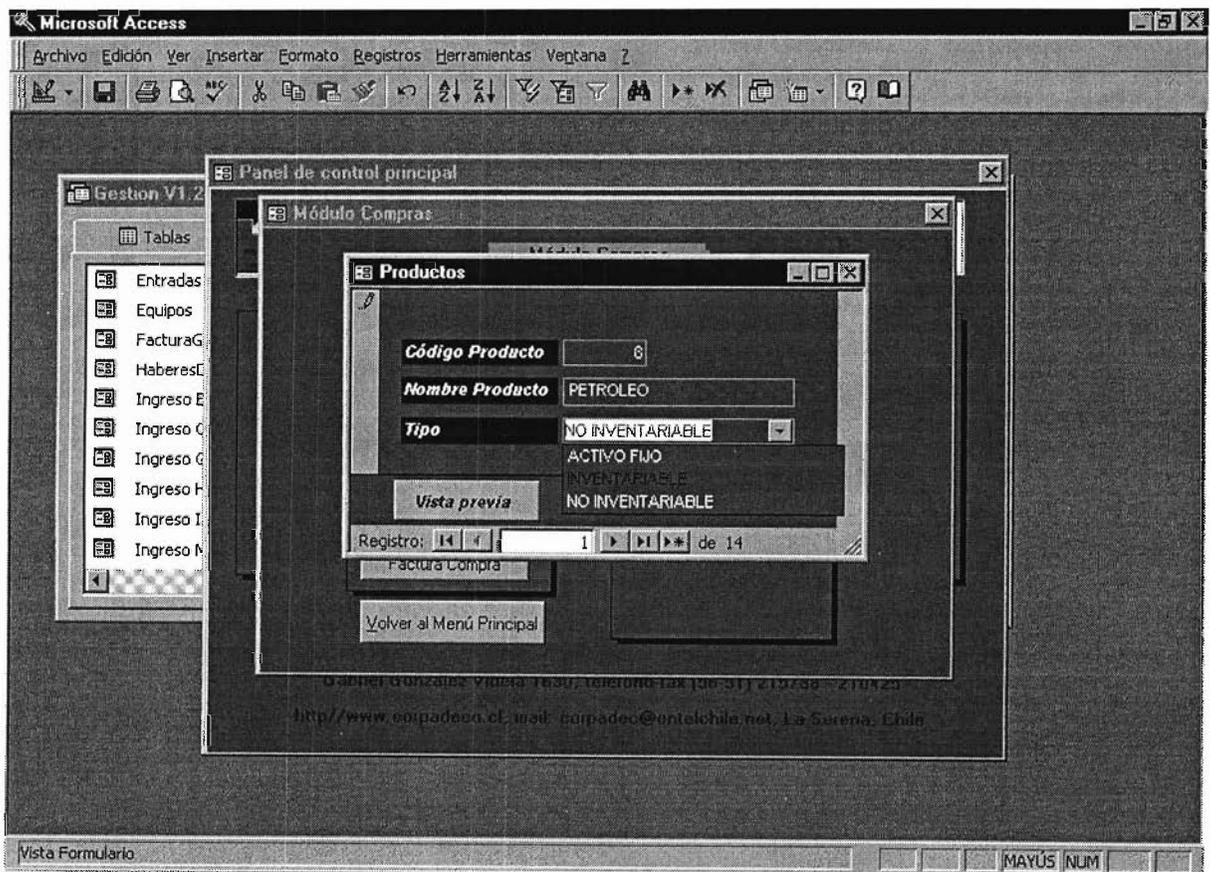
Informes

□ Productos

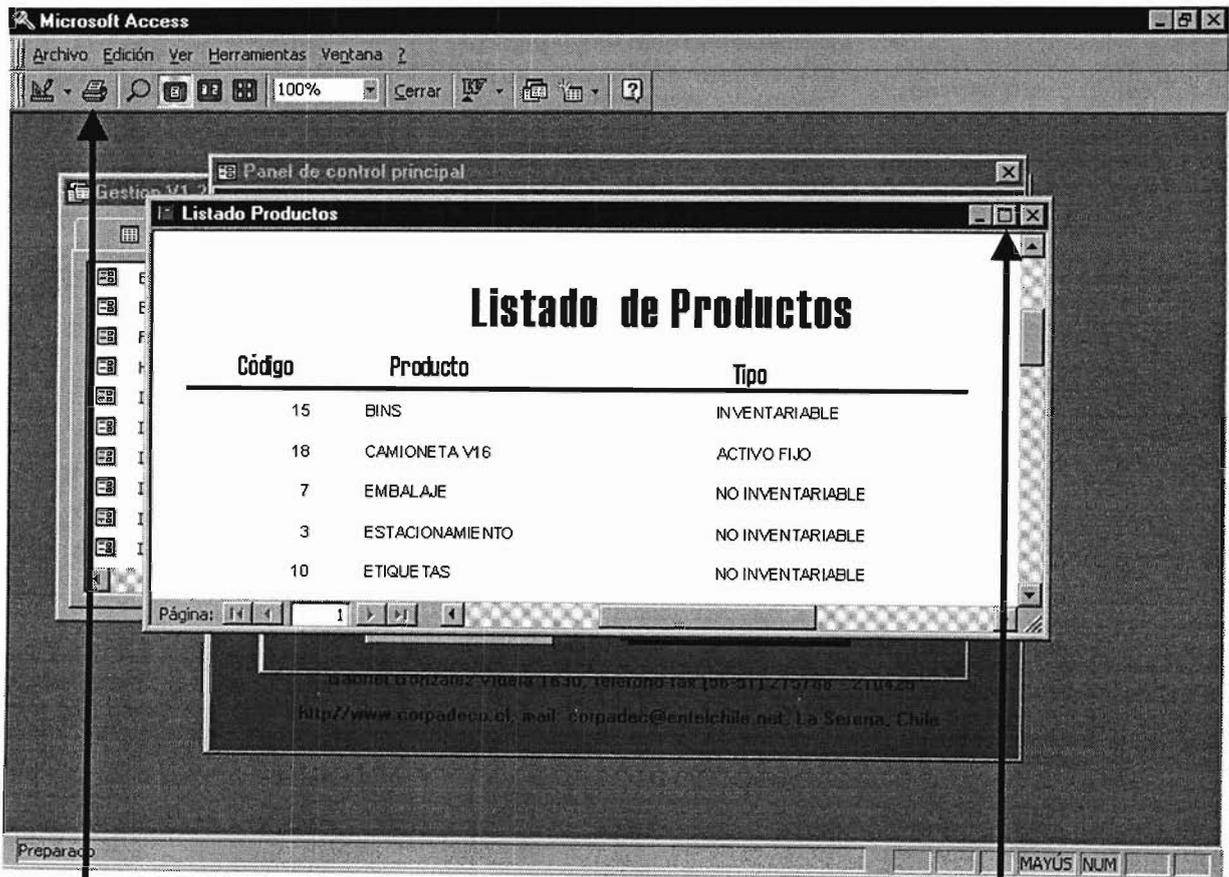
Los productos indican los artículos que la empresa ha adquirido y que se requiere tener algún grado de control. Todos los productos son viables de crear, no obstante para operatividad del sistema se requiere algún grado de condensación en su ingreso.

Ej. Papeles, lápices y material de oficina, se sugiere utilizar el producto genérico Útiles de oficina, a menos que se requiere contabilizar independientemente cada producto (como en una librería).

Los productos tienen un código interno (no memorizable), más un nombre identificatorio del producto y una clasificación por tipo de producto (Activo fijo, inventariable y no inventariable), que se despliega presionando la barra de ayuda. Esto último es fundamental, dado que sólo los productos inventariables entran a bodega de compra, mientras los no inventariables ingresan directamente a gasto.



En caso de requerirse conocer un informe de los productos existentes, se debe presionar el botón de vista previa y se desplegará un informe con todos los productos existentes en la base de datos, ordenados alfabéticamente, mostrando el código interno y el tipo de producto. La operación de maximizar, minimizar, cerrar e imprimir, se realiza de manera similar a cualquier ambiente windows y se describe en la siguiente figura, siendo aplicable a todo el SIG.



Imprimir Informe

Botones de Minimizar _ , Maximizar y cerrar X

□ Cuentas

Un aspecto central en la contabilización, es la asignación de las cuentas. El SIG propone un plan de cuentas que el usuario puede modificar. El plan de cuentas propuesto se puede observar al desplegar el botón cuentas del módulo compras y se puede observar un informe preliminar presionando vista previa.

Las cuentas se clasifican en cuatro tipos: nivel, título, subtítulo y cuenta, y corresponden a números compuestos de siete dígitos, según la siguiente característica.

X	XX	XX	XX
Nivel	Título	Subtítulo	Cuenta

El nivel 1, corresponde a Activos, 2 a pasivos, 3 a Pérdidas, 4 a Venta, y desde ahí se clasifican según requerimiento del usuario.

Ej. 1 01 01 01 corresponde a cuenta caja, subtítulo disponible, título activo circulante y nivel activo.

Código	Cuenta	Tipo
100000	ACTIVO	1 Nivel
1010000	ACTIVO CIRCULANTE	2 Título
1010100	DISPONIBLE	3 Subtítulo
1010101	CAJA	4 Cuenta
1010102	BANCO	4 Cuenta
1010200	DEPÓSITOS A PLAZO	3 Subtítulo
1010201	DEPÓSITO BANCO	4 Cuenta
1010300	DOCUMENTOS POR COBRAR	3 Subtítulo
1010301	DOCUMENTOS POR COBRAR	4 Cuenta
1010400	DEUDORES CLIENTES	3 Subtítulo
1010401	DEUDORES CLIENTES	4 Cuenta
1010500	DEUDORES VARIOS	3 Subtítulo
1010501	DEUDORES VARIOS	4 Cuenta
1010600	DEUDORES EMPRESAS RELACIONADAS	3 Subtítulo
1010601	DEUDORES EMPRESAS RELACIONADAS	4 Cuenta
1010700	IMPUESTOS POR RECUPERAR	3 Subtítulo
1010701	IMPUESTOS POR RECUPERAR	4 Cuenta
1010800	EXISTENCIAS	3 Subtítulo
1010801	EXISTENCIAS	4 Cuenta
1010900	GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	3 Subtítulo
1010901	GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	4 Cuenta
1011000	ANTICIPO PROVEEDORES	3 Subtítulo
1011001	ANTICIPO PROVEEDORES	4 Cuenta
1011100	CUENTA CORRIENTE SOCIOS	4 Cuenta
1011101	CUENTA CORRIENTE SOCIOS	3 Subtítulo
1011200	OTROS ACTIVOS CIRCULANTES	3 Subtítulo
1011201	OTROS ACTIVOS CIRCULANTES	4 Cuenta
1020000	ACTIVO FIJO	2 Título
1020100	TERRENO	3 Subtítulo
1020101	TERRENO	4 Cuenta

1020200	CONSTRUCCIONES Y OBRAS	3 Subtítulo
1020201	CONSTRUCCIONES Y OBRAS	4 Cuenta
1020300	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	3 Subtítulo
1020301	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	4 Cuenta
1020400	ANIMALES	3 Subtítulo
1020401	ANIMALES	4 Cuenta
1020500	PLANTACIONES Y BOSQUES	3 Subtítulo
1020501	PLANTACIONES Y BOSQUES	4 Cuenta
1020600	VEHÍCULOS	3 Subtítulo
1020601	VEHÍCULOS	4 Cuenta
1020700	ACTIVOS FIJOS BAJO LEASING	3 Subtítulo
1020701	ACTIVOS FIJOS BAJO LEASING	4 Cuenta
1020800	ACTIVOS FIJOS FINANCIEROS	3 Subtítulo
1020801	ACTIVOS FIJOS FINANCIEROS	4 Cuenta
1020900	MAYOR VALOR RETASACIÓN ACT. FIJO	3 Subtítulo
1020901	MAYOR RETASACIÓN VEHÍCULO	4 Cuenta
1021000	DEPRECIACIÓN	3 Subtítulo
1021001	DEPRECIACIÓN	4 Cuenta
1021100	OTROS ACTIVOS FIJOS	3 Subtítulo
1021101	OTROS ACTIVOS FIJOS	4 Cuenta
1030000	OTROS ACTIVOS	2 Título
1030100	INVERSIONES EN EMPRESAS RELACIONADAS	3 Subtítulo
1030101	INVERSIONES EMPRESAS RELACIONADAS	4 Cuenta
1030200	INVERSIONES EN OTRAS SOCIEDADES	3 Subtítulo
1030201	INVERSIONES OTRAS SOCIEDADES	4 Cuenta
1030300	MENOR VALOR INVERSIONES	3 Subtítulo
1030301	MENOR VALOR INVERSIONES	4 Cuenta
1030400	MAYOR VALOR INVERSIONES	3 Subtítulo
1030401	MAYOR VALOR INVERSIONES	4 Cuenta
1030500	DEUDORES LARGO PLAZO	3 Subtítulo
1030501	DEUDORES LARGO PLAZO	4 Cuenta
1030600	INTANGIBLES	3 Subtítulo
1030601	INTANGIBLES	4 Cuenta
1030700	AMORTIZACIÓN	3 Subtítulo
1030701	AMORTIZACIÓN	4 Cuenta
1030800	OTROS	3 Subtítulo
1030801	OTROS	4 Cuenta

2000000 PASIVOS	1 Nivel
2010000 PASIVO CIRCULANTE	2 Título
2010100 OBLIGACIONES BANCOS Y FINANCIERAS	3 Subtítulo
2010101 OBLIGACIONES BANCOS Y FINANCIERAS	4 Cuenta
2010200 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	3 Subtítulo
2010201 CUENTAS POR PAGAR	4 Cuenta
2010202 DOCUMENTOS POR PAGAR	4 Cuenta
2010300 ACREEDORES VARIOS	3 Subtítulo
2010301 ACREEDORES VARIOS	4 Cuenta
2010400 IMPUESTOS Y LEYES SOCIALES	3 Subtítulo
2010401 IMPUESTOS A LA RENTA	4 Cuenta
2010402 IMPUESTOS DIFERIDOS	4 Cuenta
2010403 LEYES SOCIALES	4 Cuenta
2010500 PROVISIONES Y RETENCIONES	3 Subtítulo
2010501 PROVISIONES	4 Cuenta
2010502 RETENCIONES	4 Cuenta
2010600 DEUDA LARGO PLAZO CON VENC. AÑO	3 Subtítulo
2010601 DEUDA LARGO PLAZO CON VENC. AÑO	4 Cuenta
2010700 CUENTAS POR PAGAR EMPRESAS AFILIADAS	3 Subtítulo
2010701 CUENTAS POR PAGAR EMPRESAS AFILIADAS	4 Cuenta
2010800 INGRESOS PERCIBIDOS POR ADELANTADO	3 Subtítulo
2010801 INGRESOS PERCIBIDOS POR ADELANTADO	4 Cuenta
2010900 CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES	3 Subtítulo
2010901 CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES	4 Cuenta
2011000 ACREEDORES POR LEASING CORTO PLAZO	3 Subtítulo
2011001 ACREEDORES POR LEASING CORTO PLAZO	4 Cuenta
2011100 DIVIDENDOS POR PAGAR	3 Subtítulo
2011101 DIVIDENDOS POR PAGAR	4 Cuenta
2011200 OTROS PASIVOS CIRCULANTES	3 Subtítulo
2011201 OTROS PASIVOS CIRCULANTES	4 Cuenta
2020000 PASIVO LARGO PLAZO	2 Título
2020100 OBLIGACIONES BANCO Y FINANCIERAS LARGO PLAZO	3 Subtítulo
2020101 OBLIGACIONES BANCOS Y FINANCIERAS LARGO PLAZO	4 Cuenta
2020200 CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES LARGO PLAZO	3 Subtítulo
2020201 CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES LARGO PLAZO	4 Cuenta
2020300 DOCUMENTOS POR PAGAR LARGO PLAZO	3 Subtítulo
2020301 DOCUMENTOS POR PAGAR LARGO PLAZO	4 Cuenta
2020400 ACREEDORES VARIOS LARGO PLAZO	3 Subtítulo
2020401 ACREEDORES LARGO PLAZO	4 Cuenta
2020500 PROVISIONES LARGO PLAZO	3 Subtítulo
2020501 PROVISIONES LARGO PLAZO	4 Cuenta
2020600 DERECHOS DE ADUANA DIFERIDOS	3 Subtítulo
2020601 DERECHOS DE ADUANA DIFERIDOS	4 Cuenta
2020700 ACREEDORES POR LEASING LARGO PLAZO	3 Subtítulo
2020701 ACREEDORES POR LEASING LARGO PLAZO	4 Cuenta

2020800	OTROS PASIVOS LARGO PLAZO	3 Subtítulo
2020801	OTROS PASIVOS LARGO PLAZO	4 Cuenta
2030000	PATRIMONIO	2 Título
2030100	CAPITAL Y RESERVAS	3 Subtítulo
2030101	CAPITAL SOCIAL	4 Cuenta
2030102	RESERVA REVALORIZACIÓN CAPITAL PROPIO	4 Cuenta
2030103	RESERVA RETASACIÓN TECN. ACTIVOS	4 Cuenta
2030104	OTRAS RESERVAS	4 Cuenta
2030200	DÉFICIT ACUMULADO PERÍODO	3 Subtítulo
2030201	DÉFICIT ACUMULADO PERÍODO	4 Cuenta
2030300	UTILIDADES RETENIDAS	3 Subtítulo
2030400	RESERVAS FUTUROS DIVIDENDOS	3 Subtítulo
2030401	RESERVAS FUTUROS DIVIDENDOS	4 Cuenta
2030500	PÉRDIDAS ACUMULADAS	3 Subtítulo
2030501	PÉRDIDAS ACUMULADAS	4 Cuenta
2030600	UTILIDADES ACUMULADAS	3 Subtítulo
2030601	UTILIDADES ACUMULADAS	4 Cuenta
2030700	UTILIDAD (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	3 Subtítulo
2030701	UTILIDAD (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	4 Cuenta
2030800	DIVIDENDOS PROVISORIOS	3 Subtítulo
2030801	DIVIDENDOS PROVISORIOS	4 Cuenta

3000000	PERDIDAS	1 Nivel
3010000	GASTOS OPERACIONALES	2 Título
3010100	REMUNERACIONES	3 Subtítulo
3010101	REMUNERACIONES SIN DESGLOSE	4 Cuenta
3010102	REMUNERACIONES LA SERENA	4 Cuenta
3010103	REMUNERACIONES OVALLE	4 Cuenta
3010104	REMUNERACIONES SANTIAGO	4 Cuenta
3010105	REMUNERACIONES TALCAHUANO	4 Cuenta
3010200	MATERIALES E INSUMOS	3 Subtítulo
3010201	COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	4 Cuenta
3010202	INSUMOS DE PRODUCCIÓN	4 Cuenta
3010203	MATERIALES	4 Cuenta
3010204	MANTENCIÓN MAQUINARIAS Y TALLER	4 Cuenta
3010205	CUOTA DE AGUA	4 Cuenta
3010300	SERVICIOS TERCEROS	3 Subtítulo
3010301	SERVICIO TERCEROS	4 Cuenta
3010400	LEYES SOCIALES	3 Subtítulo
3010401	LEYES SOCIALES	4 Cuenta
3010500	GRATIFICACIONES	3 Subtítulo
3010501	GRATIFICACIONES	4 Cuenta
3010600	GASTOS ADMINISTRACION	3 Subtítulo
3010601	REMUNERACIONES ADMINISTRACIÓN	4 Cuenta
3010602	REMUNERACIONES VENDEDORES Y OTROS	4 Cuenta
3010603	COMISIONES	4 Cuenta
3010604	FLETES	4 Cuenta

3010605	ESTADÍAS Y TRASLADOS	4 Cuenta
3010606	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	4 Cuenta
3010607	ARRIENDO	4 Cuenta
3010608	GASTOS GENERALES	4 Cuenta
3010609	SEGUROS	4 Cuenta
3010610	OTROS GASTOS ADM. Y VTAS.	4 Cuenta
3010700	GASTOS PACKING	3 Subtítulo
3010701	GASTOS LOCAL VALPARAISO	4 Cuenta
3010800	GASTOS FINANCIEROS	3 Subtítulo
3010801	GASTOS FINANCIEROS	4 Cuenta
3010900	DEPRECIACIÓN	3 Subtítulo
3010901	DEPRECIACIÓN	4 Cuenta
3011000	CORRECCIÓN MONETARIA	3 Subtítulo
3011001	CORRECCIÓN MONETARIA	4 Cuenta
3011100	IMPUESTO RENTA	3 Subtítulo
3011101	IMPUESTO RENTA	4 Cuenta
3011200	CONTRIBUCIONES	3 Subtítulo
3011201	CONTRIBUCIONES	4 Cuenta
3011300	APORTE A ASOCIACIONES	3 Subtítulo
3011301	APORTE A ASOCIACIONES	4 Cuenta
3011400	COSTO PACKING	3 Subtítulo
3011401	COSTO PACKING	4 Cuenta
3020000	GASTOS NO OPERACIONALES	2 Título
3020100	PERDIDA VENTA ACTIVOS	3 Subtítulo
3020101	PÉRDIDA VENTA ACTIVOS	4 Cuenta
3020200	EGRESOS FINANCIEROS	3 Subtítulo
3020201	EGRESOS FINANCIEROS	4 Cuenta
3030301	UTILIDADES RETENIDAS	4 Cuenta

4000000	GANANCIAS	1 Nivel
4010000	INGRESOS OPERACIONALES	2 Título
4010100	VENTA	3 Subtítulo
4010101	VENTA LA SERENA	4 Cuenta
4010102	VENTA OVALLE	4 Cuenta
4010103	VENTA SANTIAGO	4 Cuenta
4010104	VENTA TALCAHUANO	4 Cuenta
4020000	INGRESOS NO OPERACIONALES	2 Título
4020100	UTILIDAD VENTA ACTIVOS	3 Subtítulo
4020101	UTILIDAD VENTA ACTIVOS	4 Cuenta
4020200	INGRESOS POR INTERESES	3 Subtítulo
4020201	INGRESOS POR INTERESES	4 Cuenta

□ Bodega

Corresponde a la bodega de compras, donde de manera similar a los otros alimentadores, se cargan las bodegas que requieren análisis y donde se inventarían los productos ingresados bajo el tipo "inventariable"

□ Factura Compra

Esta aplicación es la llave de entrada del módulo compras y que registra toda la información, contable y de gestión. Par ingresar presionar "Factura Compra", y se desplegará la pantalla de ingresos de datos

Ingreso Factura Compra

Factura: 1536 Folio:

Proveedor: SILVIA TORO Factura Credito: 0

Tipo Docto.: FACTURA Fecha Emision: 30/12/1999

Tipo Gasto: TRIBUTABLE Fecha Vencto.: 7.01.2000

Mes: ENERO Bodega: Bodega Insumos

Subformulario detalles de compras

IdCuenta	NombreCuenta	IdProducto	IdCentroCos	Cantidad	Precio	Exento	Total
301.0206	MATERIALES DE O	UTILES DE OFIC	Administrat	1	16864	0	18.864
*	0					0	

Impuesto %: 18,00%

Subtotal Neto: 18.864
 Total Exento: 0
 Especifico: 0
 Impuesto I.V.A.: 3.036
 Total: 19.900

Registro: 1 de 42

Procedimiento de ingresos de datos

- 1°. Indique el folio (campo numérico)
- 2°. Ingrese el número del documento
- 3°. Seleccione el proveedor de la lista, presionado la barra de ayuda de proveedor. En caso de no estar creado, hacer doble click en cuadro Proveedor y se desplegará la aplicación Proveedores, que es la base de datos donde se mantienen los registros. Para crear, basta completar el

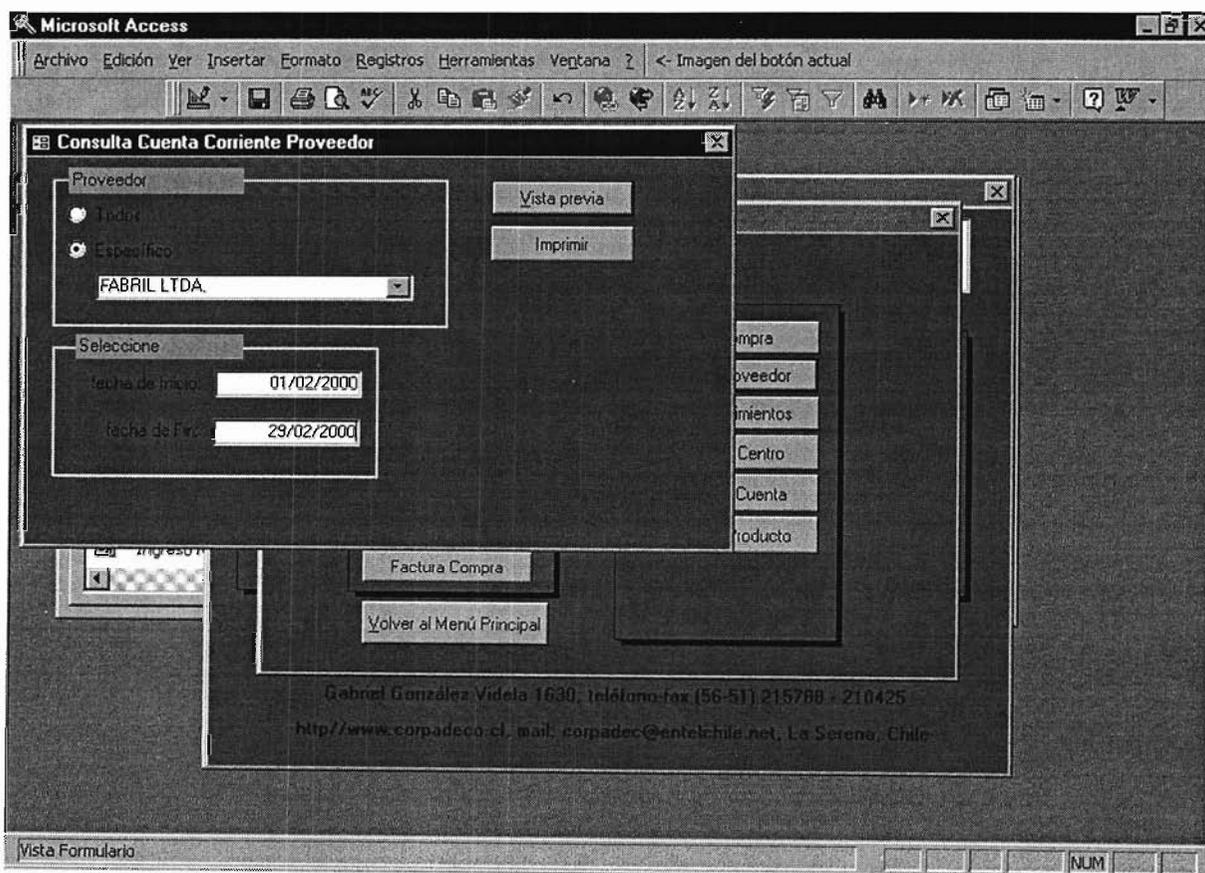
formulario y cerrar la aplicación, entrando directamente a la base de datos. No se puede digitar directamente sobre el cuadro Proveedor en el Ingreso factura Compra.

- 4°. Ingresar tipo de documento: factura, Guía de Despacho, Boleta o sin documento, con botón de ayuda.
- 5°. Ingresar tipo de gasto: tributable o no tributable con botón de ayuda
- 6°. Registrar mes del proceso contable en el que se declarará el documento con botón de ayuda.
- 7°. Ingresar Factura Crédito sólo en caso de que sea una Nota de Crédito. Caso contrario, pasar con enter al siguiente campo.
- 8°. Digitar Fecha de emisión, en campo dd/mm/aaaa (día/mes/año)
- 9°. Digitar Fecha de vencimiento, en campo dd/mm/aaaa (día/mes/año)
- 10°. Ingresar bodega de compras, con botón de ayuda.
- 11°. Ingresar cuenta contable a la que se asignará el documento y presionar enter. Aparecerá el nombre de la cuenta en la celda contigua. Presionar enter para pasar a producto.
- 12°. Ingresar producto previamente creado con el botón de ayuda. En caso de no estar creado, hacer doble click en la celda y se desplegará el alimentador de Productos. Una vez creado, cerrar el alimentador e ingresarlo en la celda actual. No se puede digitar directamente un producto no existente.
- 13°. Asignar a un centro de costo, con botón de ayuda.
- 14°. Registrar la cantidad
- 15°. Colocar el precio unitario neto.
- 16°. Ingresar el valor de impuesto exento. En caso de ser cero, ingresar cero numérico en la celda.
- 17°. Presionar enter y se grabará el registro pasando a la línea siguiente.
- 18°. Utilizar la línea siguiente siguiendo instrucciones de la 11 a la 17, en caso de que el documento requiera registrar más de un producto.
- 19°. Cuando se finalice el ingreso, colocar el curso en Especifico, si se requiere Impuesto específico, digitando su valor, o en Total, si se ha terminado el ingreso. Hacer click en total para grabar la factura y pasar al registro siguiente con enter o con el botón >* en la parte inferior de la aplicación.
- 20°. Cuando se finalice, cerrar el archivo con "x" en la parte superior, como se explicó previamente.

Factura Compras está diseñado especialmente para la compra vía factura, pero pueden ingresarse guías de despacho, notas de crédito y débito, siguiendo el mismo procedimiento. En el caso de la nota de crédito, sólo debe variarse el paso 7° del instructivo, donde debe solicitarse ayuda con la flecha de la izquierda y seleccionar la factura a la cual corresponde la Nota de Crédito, y el paso 14°, donde la cantidad debe registrarse con signo negativo, para que rebaje la factura ajustada.

❑ Cuenta Corriente Proveedor

Informe que indica el estado de pagos en relación con cada proveedor, indicando documentos pendientes de pago y documentos cancelados, lo que permite evaluar la situación de deuda de la empresa para un período dado. Para abrir informe, presionar "Cta Cte Proveedor" y se desplegará un menú de diálogo donde se debe especificar al Proveedor o marcar Todos en caso de no hacer distinción y la fecha de inicio y fin de la consulta.



Microsoft Access - [clacte]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpa deco Empresa Ltda.

Informe Cta. Cte. Proveedor

Desde 01-Feb-2000 hasta 29-Feb-2000

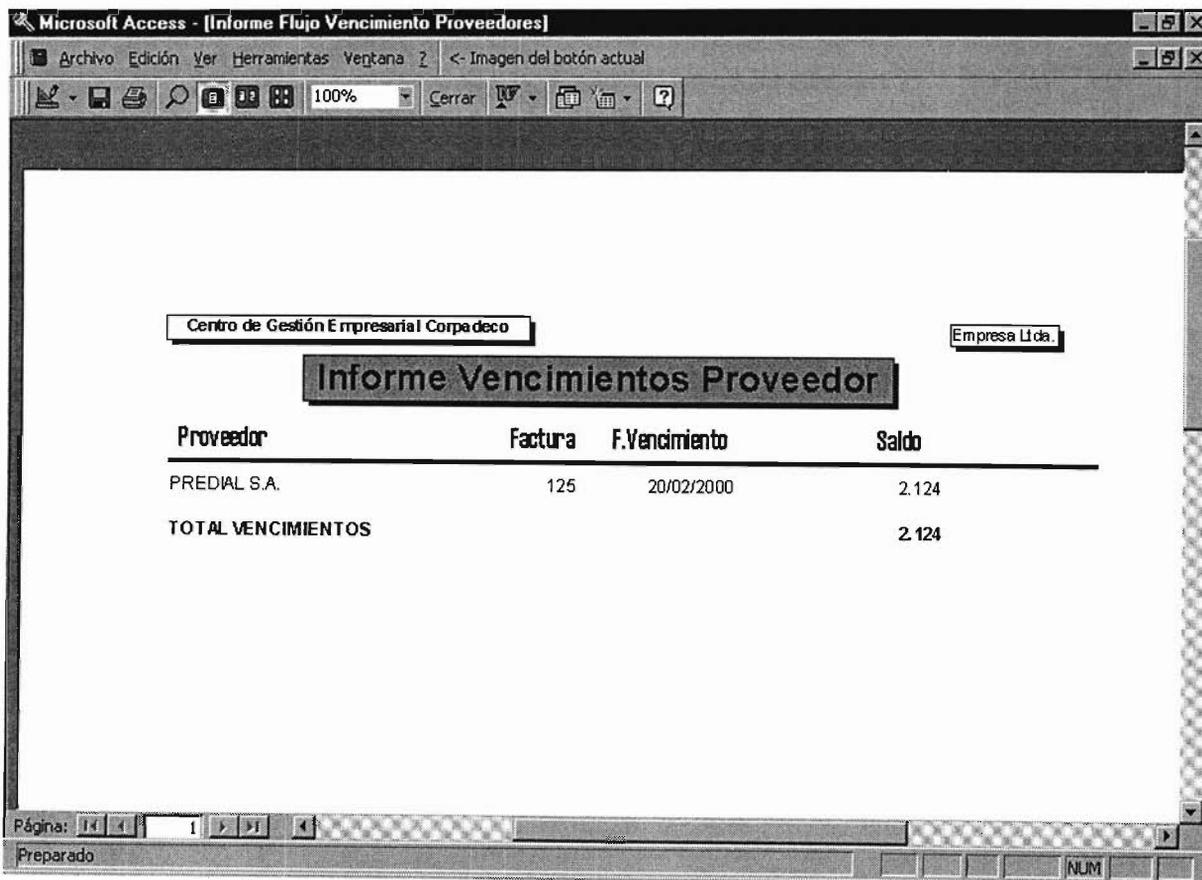
Proveedor		FABRILLTDA.						
Tipo	Doco.	N° Comp.	F. Emisión	Fecha Vencdo.	Debe	Haber	Saldo	
FACTURA	8965	0	02/02/2000	21/02/2000	38.231	0		
EGRESO	14025	155	21/02/2000	28/02/2000	0	38.231		
Total	FABRIL LTDA.				38.231	38.231	0	
Total					38.231	38.231	0	

Página: 1

Preparado NUM

□ Flujo Vencimiento

Informe que entrega información resumida de la situación de un Proveedor a una fecha de corte solicitada. Este informe permite ordenar los pagos de la empresa de acuerdo a los vencimientos de los documentos.



❑ Costo por Centro

Informe diseñado para mejorar la gestión de la empresa, reconociendo los costos devengados por cada Centro de Costo definido. En este informe, sólo se muestran los productos reconocidos como "No Inventariables", dado que los productos "Inventariables" pasan a bodega y se asignan cuando son efectivamente imputados a un Centro de Costo.

El informe permite discriminar por Centro de Costo y período de la consulta.

Microsoft Access - [Informe Consumo Centro Costo]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpa deco Empresa Ltda.

Informe Consumo por Centro Costo

Desde 01-Feb-2000 hasta 29-Feb-2000

NIVEL Administración

CENTRO COSTO Administración

Cuenta 3010105 MANTENCIÓN MAQUINARIAS Y TALLER

F.Emision	Factura	Producto	Cantidad	Precio	Exento	Neto	Total
02/02/2000	8965	PETROLEO	120,00	180	5.863	21.600	27.463
Total						21.600	27.463
TOTAL C. COSTO						21.600	27.463
TOTAL NIVEL						21.600	27.463
TOTAL GENERAL						21.600	27.463

Página: 1

Preparado NUM

❑ Costo por Cuenta

Informe de gestión que permite seguir la situación de una determinada cuenta, que requiere mayor análisis. Seleccionar el ícono correspondiente

Microsoft Access - [Informe Consumo Cuenta]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpa deco Empresa Ltda.

Informe Consumo por Cuenta

Desde 01-Feb-2000 hasta 29-Feb-2000

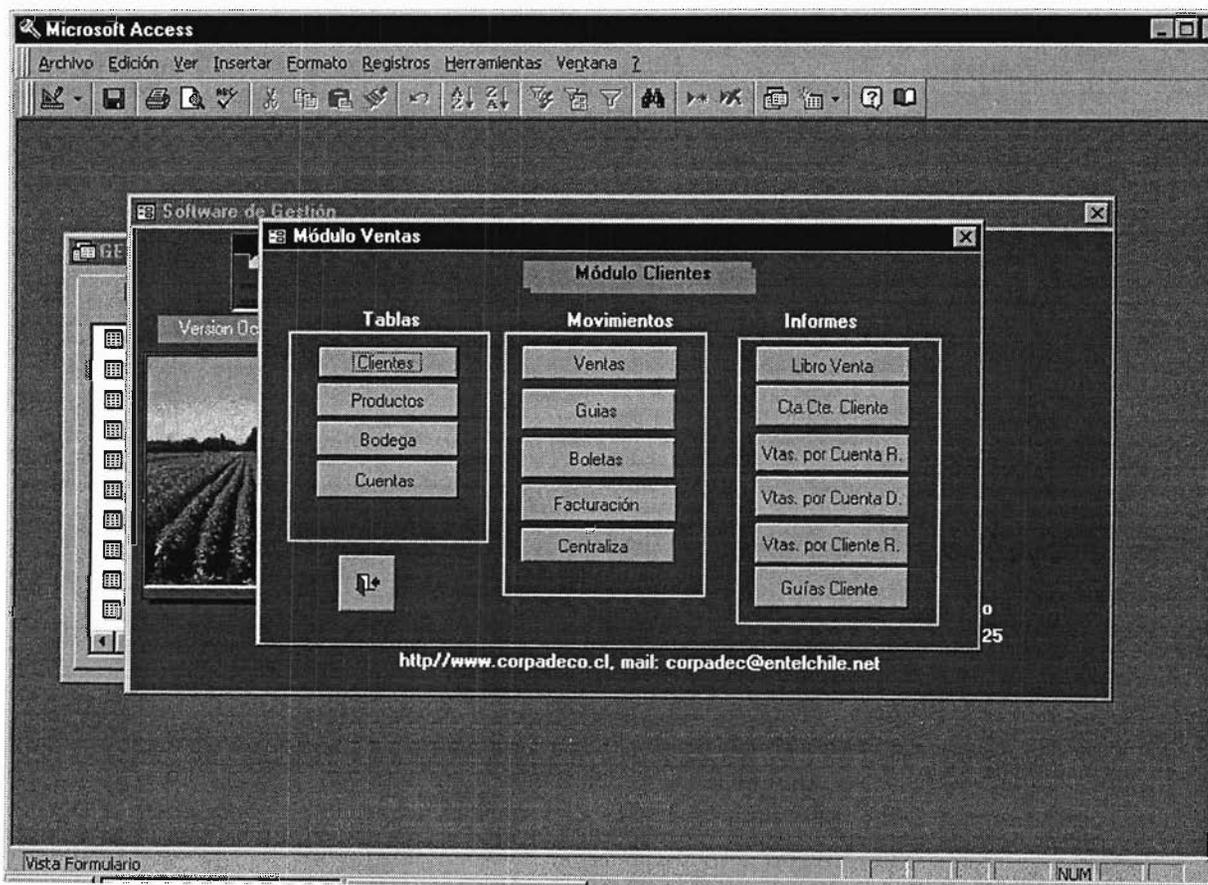
CUENTA		3010104		MATERIALES VARIOS						
Fecha	Predio	C. Costo	Docto.	Producto	Cantidad	Precio	Exento	Neto	Total	
01/02/2000	Producción	Alfalfa	125	IMPLEMENTO DE ASEO	12	150	0	1.800	1.800	
TOTAL CUENTA		3010104		MATERIALES VARIOS				1.800	1.800	
Total General								1.800	1.800	

Página: 1

Preparado NUM

2. Módulo de Ventas

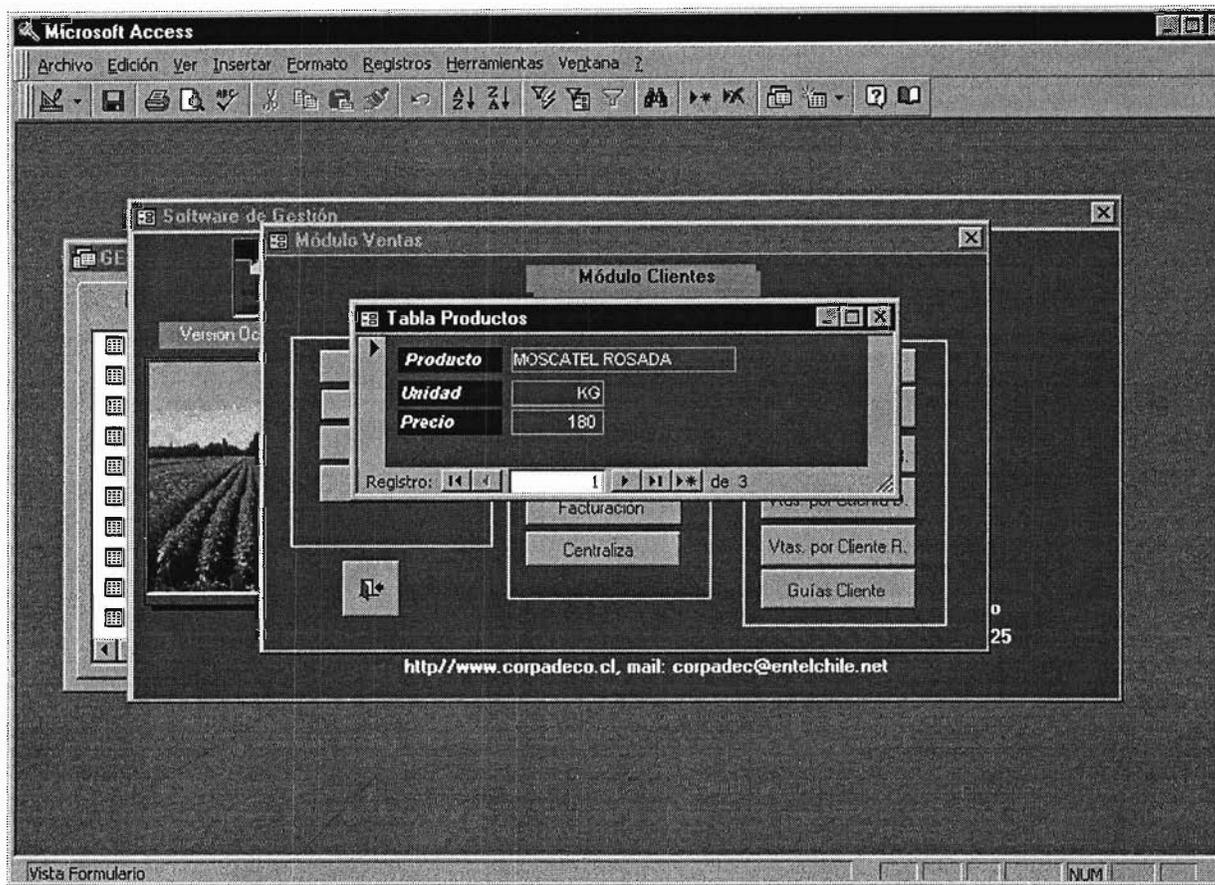
Conceptualmente, el módulo de ventas es el inverso de Compra y permite medir y analizar los ingresos de la empresa. Al igual que el módulo Compras, se compone de alimentadores del Sistema y de Informes, presentados a la izquierda y derecha de la pantalla respectivamente cuando se presiona el ícono



2.1. Alimentadores

□ Productos

El registro de los productos permite mantener la base de datos de los productos puestos en venta, de acuerdo a sus características particulares, tales como unidad de comercialización, categoría y precio de venta (referencial).



La importancia de ingresar adecuadamente los productos dará cuenta de la calidad de los informes obtenidos.

□ Vendedores

Base de datos del nombre del vendedor y de la comisión que se le cancela.

□ Clientes

Tabla de registro de clientes por Rut, Nombre, Dirección, Teléfono y Giro Comercial.

❑ Sucursal

Indica las sucursales que la empresa mantiene, permitiendo crear infinitas sucursales. Se debe identificar exclusivamente un nombre, por ej. La Serena, Sala de ventas Puerto, etc.

❑ Bodega

Clasifica las bodegas de venta para el control de las salidas y stock existentes.

❑ Ventas

Corresponde al alimentador de las ventas realizadas vía facturación directa, sin incluir guías de despacho previas.

Ventas

Folio: []
 Rut: CAPEL LTDA
 Factura: 101
 Tipo Docto.: FACTURA
 Mes: SEPTIEMBRE
 Fecha: 30/09/2000
 F. Vencto.: 30/09/2000
 Bodega: CVALLE

IdCuenta	NombreCuenta	IdProducto	Centro	Cantidad	Precio	Total
4010104	VENTA UVA PISQUERA	MOSCATEL AI	MOSCATE	15000	250	3.750.000
4010104	VENTA UVA PISQUERA	MOSCATEL RC	MOSCATE	12500	180	2.250.000
4010103	VENTAS UVA VINIFERA	CABERNET SC	CABERNE	50000	340	17.000.000
*	0					

Impuesto: 18,00%

Neto: 23.000.000
 I.v.a.: 4.140.000
 Total: 27.140.000

Registro: 14 de 1

El menú de entrada de datos es similar el de compras y debe seguirse el siguiente procedimiento.

1°. Indique el folio (campo numérico)

- 2°. Seleccione el cliente de la lista, presionado la barra de ayuda de cliente. En caso de no estar creado, hacer doble click en cuadro Cliente y se desplegará la aplicación Clientes, que es la base de datos donde se mantienen los registros. Para crear, basta completar el formulario y cerrar la aplicación, entrando directamente a la base de datos. No se puede digitar directamente sobre el cuadro Cliente en el Ingreso factura Compra.
- 3°. Ingrese el número del documento
- 4°. Ingresar tipo de documento: factura, Nota de Débito o Crédito, con botón de ayuda.
- 5°. Ingresar el vendedor con botón de ayuda. En caso de no estar creado, hacer doble click en la celda de vendedor e ingresarlo en la base de datos.
- 6°. Registrar mes del proceso contable en el que se declarará el documento con botón de ayuda.
- 7°. Ingresar Factura Crédito sólo en caso de que sea una Nota de Crédito. Caso contrario, pasar al siguiente campo.
- 8°. Ingresar sucursal.
- 9°. Digitar Fecha de emisión, en campo dd/mm/aaaa (día/mes/año)
- 10°. Digitar Fecha de vencimiento, en campo dd/mm/aaaa (día/mes/año)
- 11°. Ingresar bodega de venta, con botón de ayuda.
- 12°. Ingresar cuenta contable a la que se asignará el documento y presionar enter. Aparecerá el nombre de la cuenta en la celda contigua. Presionar enter para pasar a producto.
- 13°. Ingresar producto previamente creado con el botón de ayuda. No se puede digitar directamente un producto no existente. Al desplegar el producto, la ayuda mostrará el saldo existente en bodega.
- 14°. Registrar la cantidad
- 15°. Colocar el precio unitario neto.
- 16°. Presionar enter y se grabará el registro pasando a la línea siguiente.
- 17°. Utilizar la línea siguiente siguiendo instrucciones de la 12 a la 16, en caso de que el documento requiera registrar más de un producto.
- 18°. Cuando se finalice el ingreso, colocar el curso en descuento, en caso de requerirlo, digitado el valor de descuento en número (ej. 0,05 por 5%). En caso de no requerir descuento, hacer click en la celda de datos de Total Venta, debajo de la factura y pasar al siguiente registro con enter o con el botón >* en la parte inferior de la aplicación.
- 19°. Para imprimir la factura, presionar el botón Imprimir Factura.
- 20°. Cuando se finalice, cerrar el archivo con "x" en la parte superior, como se explicó previamente.

□ Guías

El módulo de ventas permite registrar guías de despacho, de manera de que sean conciliadas con las posteriores facturas de venta. Para ingresar una guía, se debe registrar de manera similar a la factura de venta, pero con menor información contable.

The screenshot shows a Microsoft Access window titled 'Software de Gestión' with a form titled 'guías'. The form contains the following fields and values:

- N° Guía:** 12
- Cliente:** EXPORTADORA RIO BLANCO
- Fecha:** 20/10/2000
- Mes:** OCTUBRE
- Bodega:** OVALLE

Below these fields is a table titled 'Detalle Guías' with the following data:

IdProducto	Precio	Cantidad	Total
MOSCA TEL AMARILLA	250,00	100	25.000
	0,00	0	
Total			25.000

At the bottom of the form, it says 'Registro: 1 de 1' and provides contact information: 'http://www.corpadeco.cl, mail: corpadec@entelchile.net'. The status bar at the bottom of the Access window shows 'Vista Formulario' and 'NUM'.

Una vez ingresada la guía, se graba haciendo click en la celda numérica de Total Neto.

□ Facturación Guías

El proceso de facturación de Guías de Despacho, permite anexar las guías emitidas a una única factura, evitando el re-ingreso de los datos.

El proceso requiere que se ingrese el folio, número de factura, cliente (con botón de ayuda), fecha de emisión y de vencimiento.

Al pasar a la línea de detalle, se desplegarán exclusivamente las guías de despacho del cliente y al seleccionar la guía, ingresará al detalle la fecha de emisión y el valor neto. Para grabar, hacer click en Total Venta.

FacturaGuia

N° Factura: 128 Folio: 1

Rut: EXPORTADORA RIO BLANCO

Mes: OCTUBRE

Fecha: 30/10/2000

Fecha Vencio: 30/11/2000

Detalle Factura Guia

Numero Guia	fecha	Valor
12	20/10/2000	25.000
0		

Impuesto: 18,00%

Total: 25.000

I.v.a.: 4.500

Total: 29.500

Registro: 1 de 1

□ Boletas

En caso que la venta sea vía boletas, se debe ingresar al módulo correspondiente y llenar el cuadro de datos por cada boleta individual con número de boleta, fecha de emisión, bodega de venta, mes, vendedor, sucursal, además de ingresar la línea de detalle con cuenta, producto, cantidad y precio unitario neto.

Ingreso Boleta Venta

N° Boleta: 20
 Fecha: 05/02/2000
 Bodega Venta: BODEGA SAN ANTONIO
 Vendedor: JUAN RAMIREZ V.
 Mes: FEBRERO
 Sucursal: LA SERENA

Detalle Boleta

	IdCuenta	NombreCuenta	IdProducto	NombreProducto	Cantidad	Precio	Total
▶	4010101	VENTA	2	QUESO CABRA EN TROZO	4	3.700	14.800
	4010101	VENTA	1	QUESO CABRA EN PIEZA	3	3.700	11.100
*	0		0		0	0	

Subtotal Neto 25.900

Registro: 1 de 2

<http://www.corpadeco.cl>, mail: corpadeco@entelchile.net, La Serena, Chile

□ Facturas Nulas

Se debe ingresar el número de folio, factura y mes contable. Automáticamente se asignará el valor de nula en los informes contables.

2.2. Informes Módulo Venta

❑ Libro venta

Informe contable con las ventas realizadas durante un mes determinado. Para ejecutar, repetir los pasos del Libro Compras.

❑ Cuenta Corriente Cliente

Informe que indica la situación de pago por cliente, mostrando los ingresos y egresos.

Microsoft Access - [CTACTE]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpa deco Empresa Ltda.

Informe Cta. Cte. Cliente

Desde 01-Ene-2000 hasta 29-Feb-2000

Cliente		BROCHAS S.A.					
Docto.	Tipo	N° Pago	F.Emision	F.Vencdo.	Debe	Haber	Saldo
10	FACTURA	0	01/02/2000	15/02/2000	0	64.655	
0	INGRESO	1	15/02/2000		64.655	0	
Total					64.655	64.655	0

Cliente		SUPERMERCADO SPECIAL					
Docto.	Tipo	N° Pago	F.Emision	F.Vencdo.	Debe	Haber	Saldo
289	FACTURA	0	15/02/2000	20/02/2000	0	20.650	
Total					0	20.650	20.650
Total General					85.305	64.655	20.650

Página: 1

Preparado NUM

□ Flujo de vencimiento

Informe que ordena por fecha, las obligaciones de la empresa

Microsoft Access - [Informe Flujo/Vencimiento Cliente]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpa deco Empresa Ltda.

Informe Vencimientos Clientes

Cliente	Factura	F.Vencido	Saldo
BROCHAS S.A.	10	15/02/2000	64.655
SUPERMERCADO SPECIAL	289	20/02/2000	20.650

Página: 1

Preparado NUM

□ Informe Vendedores

Informe que da cuenta de las ventas realizadas por cada vendedor de la empresa y que le permite calcular la comisión de ventas. El informe clasifica por mes y sucursal, indicando, además, el folio interno, la fecha de venta y vencimiento, número de documento, nombre del proveedor y valor neto.

Microsoft Access - [prueba]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

Centro de Gestión Empresarial Corpa Deco Empresa Ltda.

INFORME VENTAS VENDEDORES

Mes FEBRERO

Sucursal LA SERENA

Vendedor PATRICIO FLOODY

N°	Fecha	Factura	F.Vencto.	Nombre	Monto Afecto
1	01/02/2000	10	15/02/2000	BROCHAS S.A.	54.792
Total Vendedor				PATRICIO FLOODY	54.792
				Comisión	0,03 1.644

Vendedor PEDRO REYES S.

N°	Fecha	Factura	F.Vencto.	Nombre	Monto Afecto
2	15/02/2000	289	20/02/2000	SUPERMERCADO SPECIAL	17.500
Total Vendedor				PEDRO REYES S.	17.500
				Comisión	0,05 875
Total Sucursal				LA SERENA	72.292
Total Mes				FEBRERO	72.292
Suma Total					72.292

Página: 1

Preparado NUM

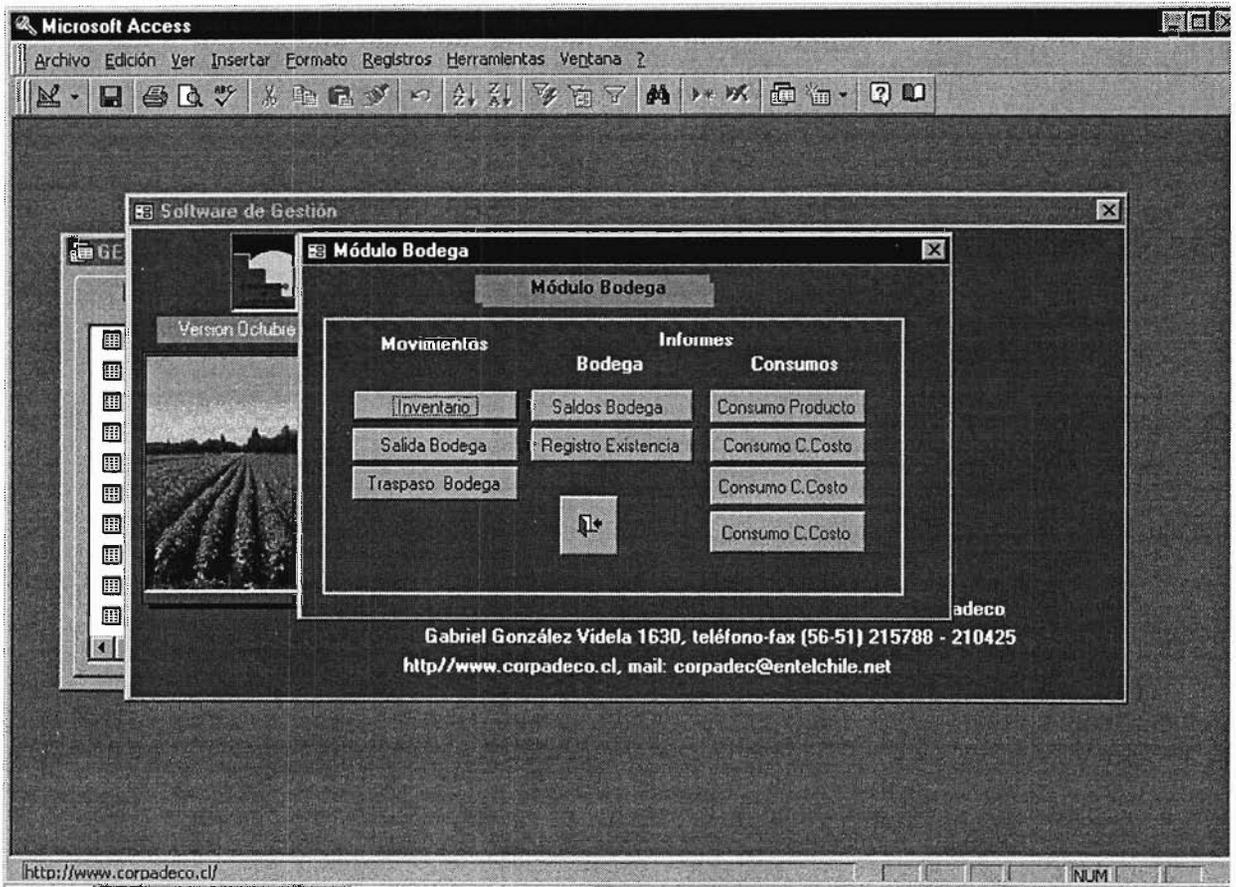
3. Módulo de Bodega

El módulo bodegas permite al usuario crear múltiples bodegas tanto de compra como de venta, de manera de llevar un control de los inventarios.

La bodega de compras se alimenta directamente por el ingreso del documento de compra, exclusivamente para aquellos productos definidos como "inventariables". Los productos "no inventariables" pasan directamente a gasto y no generan repercusiones en la bodega.

La salida de bodega se realiza por medio de una aplicación que permite asignar al centro de Costo y que se registra para efectos de los informes de gestión.

La bodega de ventas se alimenta del módulo de producción y se rebaja directamente por factura, guía y/o boletas. Todos los productos de venta son inventariables y permite al usuario mantener un registro valorado de las existencias.



3.1. Bodega de Compras

Se compone de tres alimentadores y salidas de informe.

3.1.1. Alimentadores

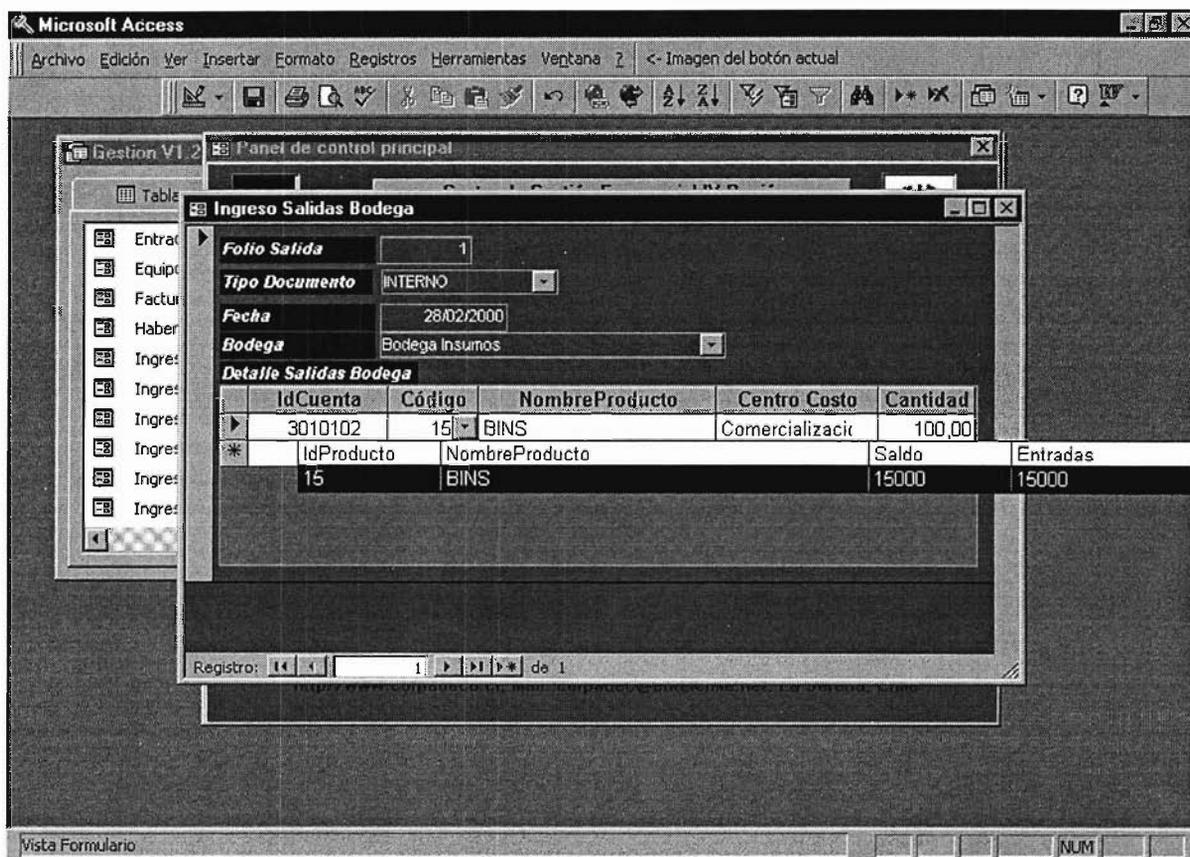
□ Inventario Inicial

Se debe registrar el inventario al inicio del período, generalmente 1 de enero de cada año. El registro requiere incorporar bodega, fecha del comprobante, producto, precio y cantidad existente.

□ Salidas Bodega

Las salidas permiten asignar los productos a los diferentes centros de costos y rebajar el stock de productos. Se debe registrar el número de egreso, tipo documento (interno, generalmente), fecha de emisión, bodega de salida, cuenta imputada, producto, centro de costo y cantidad.

El SIG permite ,mostrar en pantalla el saldo actual del producto, de manera de contar con una referencia para el encargado de salidas.



□ Traspasos

Permite traspasar stock de productos de una bodega a otra, sin involucrar asignaciones de costos. Este sistema se utiliza para casos de empresas que centralizan las compras y posteriormente asignan a otras bodegas.

3.1.2. Informes

Los informes de bodega de compra se utilizan para conocer los movimientos y el saldo a una fecha de corte por bodega.

□ Registro Existencias

Indica los movimientos producidos en una o todas las bodegas por producto valorizados a precio promedio.

Microsoft Access - [Informe Registro Existencia]

Centro de Gestión Empresarial Corpa Deco Empresa S.A.

Informe Registro Existencia

Desde 01-Ene-2000 hasta 29-Feb-2000

Bodega	Bodega Insumos	Producto	BINS	Fecha	Tipo	Docto.	Precio	Entradas	Salidas	Saldo	Valor	CentroCosto
				01/01/2000		1	1.850	15000	0			
				28/02/2000	CONSUMOS	1	1.850	0	100			Comercialización
Total							1.850	15.000	100	14.900	27.565.000	

Página: 1/1

Preparado NUM

□ Saldo de stock

Informe que presenta el saldo de existencias de bodega a la fecha de consulta, valorizada a precio promedio. Este informe es un resumen del informe Registro Existencia

Centro de Gestión Empresarial Corpa deco		Empresa S.A.			
Informe Saldos Productos Bodega					
Bodega Insumos					
Producto	Entradas	Salidas	Saldo	Precio	Total
BINS	15000	100	14,900	1,850	27,565,000
Total	Bodega Insumos				27,565,000
Total General					27,565,000

Página: 1
Preparado

3.2. Bodega de ventas

Esta bodega es la contraparte del módulo de producción y permite registrar las salidas de los productos que se elaboraron en el proceso productivo de la empresa. En la versión 1.2, sólo se presentan informes, dado que los alimentadores se encuentran en el módulo de producción, que se describirá en el punto 4.

3.2.1. Alimentadores

Véase punto 4 del manual.

3.2.2. Informes

Registro Existencias

Informe que entrega antecedentes sobre los stock en bodega, ingresados vía producción y retirados vía ventas. El informe se entrega por fecha y producto específico y resume un estado final de cada una de las bodegas, totalizando los productos.

The screenshot shows a Microsoft Access window titled 'Informe Registro Existencia Venta'. The report is for 'Centro de Gestión Empresarial Corpa Deco' and 'Empresa S.A.'. The report title is 'Informe Registro Existencia' for the period 'Desde 01-Ene-2000 hasta 29-Feb-2000'. It displays two tables for 'Bodega BODEGA SALA VENTA' and 'Bodega BODEGA SAN ANTONIO', both for the product 'QUESO CABRA ENTROZO'. Each table has columns for 'F.Emision', 'Docto.', 'TipoMovimiento', 'Entrada', 'Salidas', and 'Saldo'. The first table shows four entries with a total of 50 in 'Entrada', 18 in 'Salidas', and 32,0 in 'Saldo'. The second table shows one entry with a total of 100 in 'Entrada', 0 in 'Salidas', and 100,0 in 'Saldo'. A 'TOTAL GENERAL' row at the bottom shows 150,0 in 'Entrada', 18,0 in 'Salidas', and 132,0 in 'Saldo'. The status bar at the bottom indicates 'Preparado' and 'MAYUS NUM'.

Bodega		BODEGA SALA VENTA				
Producto		QUESO CABRA ENTROZO				
F.Emision	Docto.	TipoMovimiento	Entrada	Salidas	Saldo	
01/01/2000	3	PRODUCCION	50,0	0,0		
08/02/2000	88880	Ventas	0,0	1,0		
10/02/2000	14850	Ventas	0,0	15,0		
10/02/2000	350	Ventas	0,0	2,0		
Totales			50	18	32,0	

Bodega		BODEGA SAN ANTONIO				
Producto		QUESO CABRA ENTROZO				
F.Emision	Docto.	TipoMovimiento	Entrada	Salidas	Saldo	
01/01/2000	2	PRODUCCION	100,0	0,0		
Totales			100	0	100,0	
TOTAL GENERAL			150,0	18,0	132,0	

□ Saldo de Stock

Saldo de bodega por producto a la fecha de consulta

Microsoft Access - [Informe Saldo Productos Venta]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial CorpaDeco Empresa S.A.

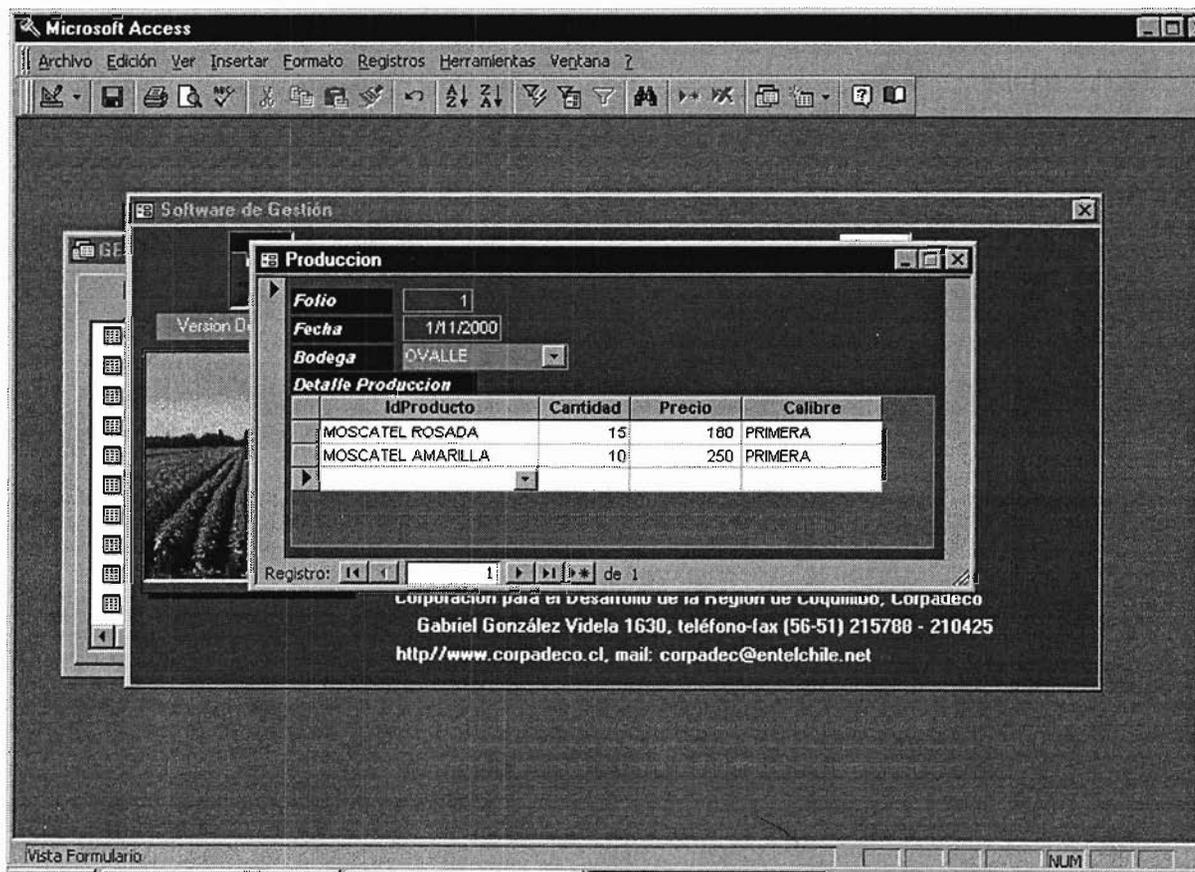
Saldos Productos Bodega Venta

Bodega Venta BODEGA SALA VENTA

Código	NombreProducto	Entradas	Salidas	Saldo
1	QUESO CABRA EN PIEZA	50	25	25
2	QUESO CABRA EN TROZO	50	18	32

Página: 1

Preparado MAYÚS NUM



El informe se muestra en existencias de bodegas como producción. Las ventas se descuentan y aparece el valor del saldo de productos

Microsoft Access - [Produccion1]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ?

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpaedeco

Informe de Producción

Desde 01-Ene-2000 hasta 31-Dic-2000

Producto	Fecha	Folio	Cantidad	Precio	Total
MOSCATEL AMARILLA	1/1/2000	1	10	250	2.500
Totales			10		2.500

Producto	Fecha	Folio	Cantidad	Precio	Total
MOSCATEL ROSADA	1/1/2000	1	15	180	2.700
Totales			15		2.700
Total Gral.			25		5.200

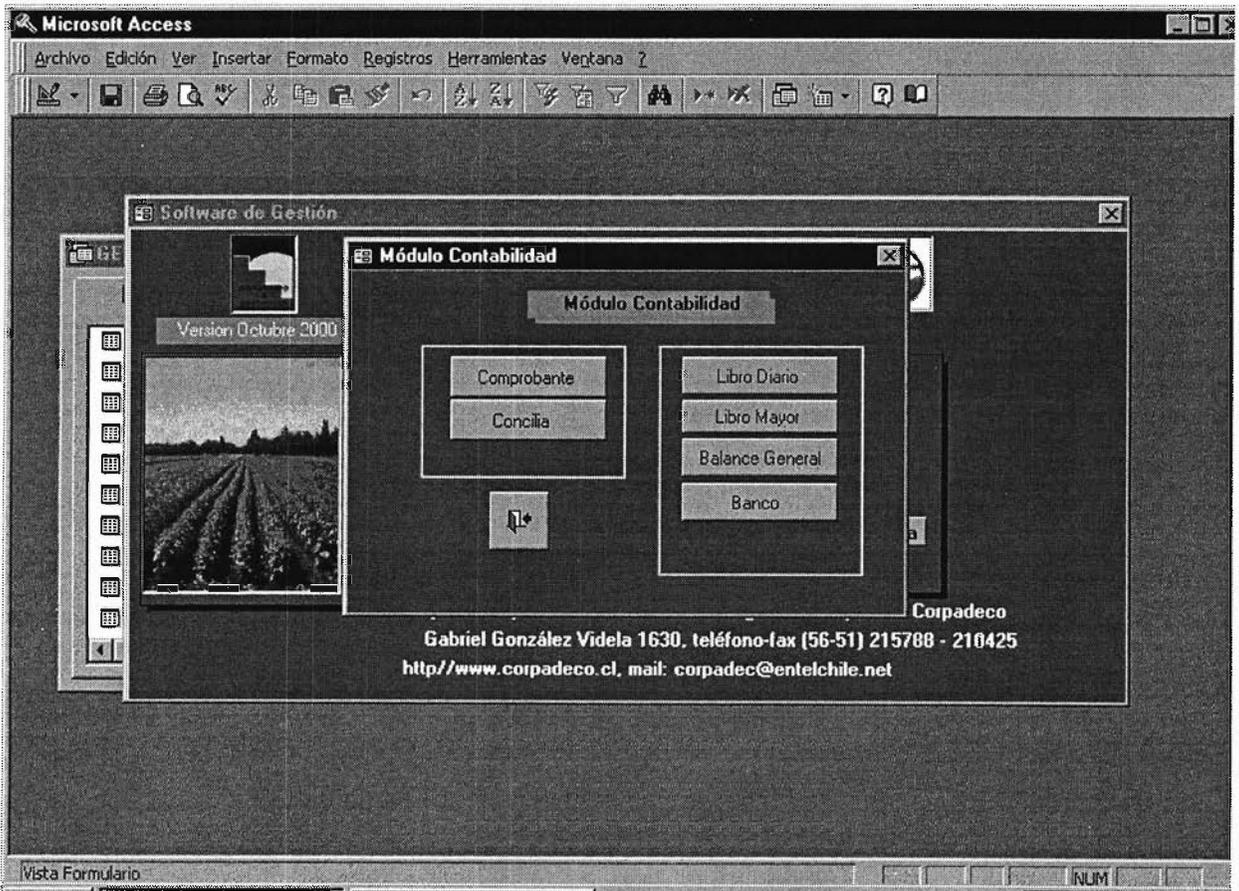
Página: 1

Preparado NUM

5. Contabilidad Financiera

El proceso de contabilización permite a la empresa registrar sus transacciones en términos habilitados por los organismos fiscalizadores. En tal sentido, la contabilidad refleja los movimientos realizados durante un período y los organiza de acuerdo a principios contables.

En la versión 1.2 se incluyen los informes de libro diario, mayor y balance, existiendo un único alimentador llamado comprobante



5.1. Alimentadores

5.1.1. Comprobante

El comprobante permite realizar asientos de apertura, traspaso, egreso e ingreso para todas las cuentas y la información alimenta directamente las cuentas corrientes de proveedores y clientes.

El comprobante requiere de los siguientes datos: tipo de comprobante (ingreso, egreso, traspaso o apertura), número, fecha (dd/mm/aaaa), glosa general, cuenta imputada, glosa específica, auxiliar, fecha vencimiento y valor, imputado al debe o haber.

El comprobante presenta ayudas en su confección que permite indicar las facturas pendientes de pago o cobro y su monto, evitando la mantención de sistemas paralelos. Esta función se ejecuta con el auxiliar del comprobante, como se explicará más adelante. Se analizarán los casos de apertura, ingreso y egreso.

Comprobante Contable

Tipo Comprobante: []

N° Comprobante: INGRESO

Fecha: TRASPASO

Glosa: APERTURA

Detalle Comprobante

	IdCuenta	HombreCuenta	Glosa	Tipo	IdAuxiliar	NombreAuxiliar	Factura	F.Vencto.	Debe	Haber
▶	0				0		0	14/02/2000	0	0

Imprimir Comprobante

Totales

Diferencia 0

Registro: 3 de 3

Vista Formulario

□ Apertura

Representa el asiento realizado a principio del período contable y que traspasa los saldos del año anterior. Su ejecución consisten en imputar las cuentas correspondientes, con todas las deudas y cobranzas pendientes de la empresa, separados por el nombre del proveedor o cliente.

Instrucciones

- 1°. Seleccionar tipo de Comprobante "Apertura"
- 2°. Indicar número de comprobante
- 3°. Indicar fecha de confección
- 4°. Digitar glosa general
- 5°. Ingresar cuentas de activos, pasivos y patrimonio de arrastre. En el caso de los proveedores y clientes, ingresar uno por uno indicando los nombres de cada uno y los documentos pendientes, marcando el auxiliar. Para el caso de los proveedores, utilizar la cuenta proveedores (2010301) y para clientes, utilizar cuenta Deudores por Venta (1010401). Estas cuentas utilizan auxiliares, que permiten al sistema proporcionar ayudas para su cancelación.
- 6°. Digitar glosa particular por línea (opcional).
- 7°. Seleccionar al proveedor o cliente, según se marque cuenta Proveedores o Deudores por Venta. El menú presenta ayuda, pero en el caso de una apertura, se debe digitar el número del documento, sea factura de compra o venta.
- 8°. Introducir fecha de vencimiento
- 9°. Indicar valor del documento al debe o haber según corresponda y continuar en la otra línea para otro documento. Cerrar una vez finalizada la apertura

Comprobante Contable

Tipo Comprobante: APERTURA

N° Comprobante: 1

Fecha: 01/01/2000

Glosa: Apertura año 2000

Detalle Comprobante

IdCuenta	NombreCuenta	Glosa	Tipo	IdAuxiliar	NombreAuxiliar	Factura	F.Vencto.	Debe	Haber
2010301	PROVEEDORES		P	23	ALCIDES AGUILERA	10	31/01/2000	10000	0
1010401	DEUDORES POR VENTA		A	1214	SERVICIOS PARA L.	20	28/01/2000	0	10000
				0		0	14/02/2000	0	0

Totales Debe: 10.000 Haber: 10.000

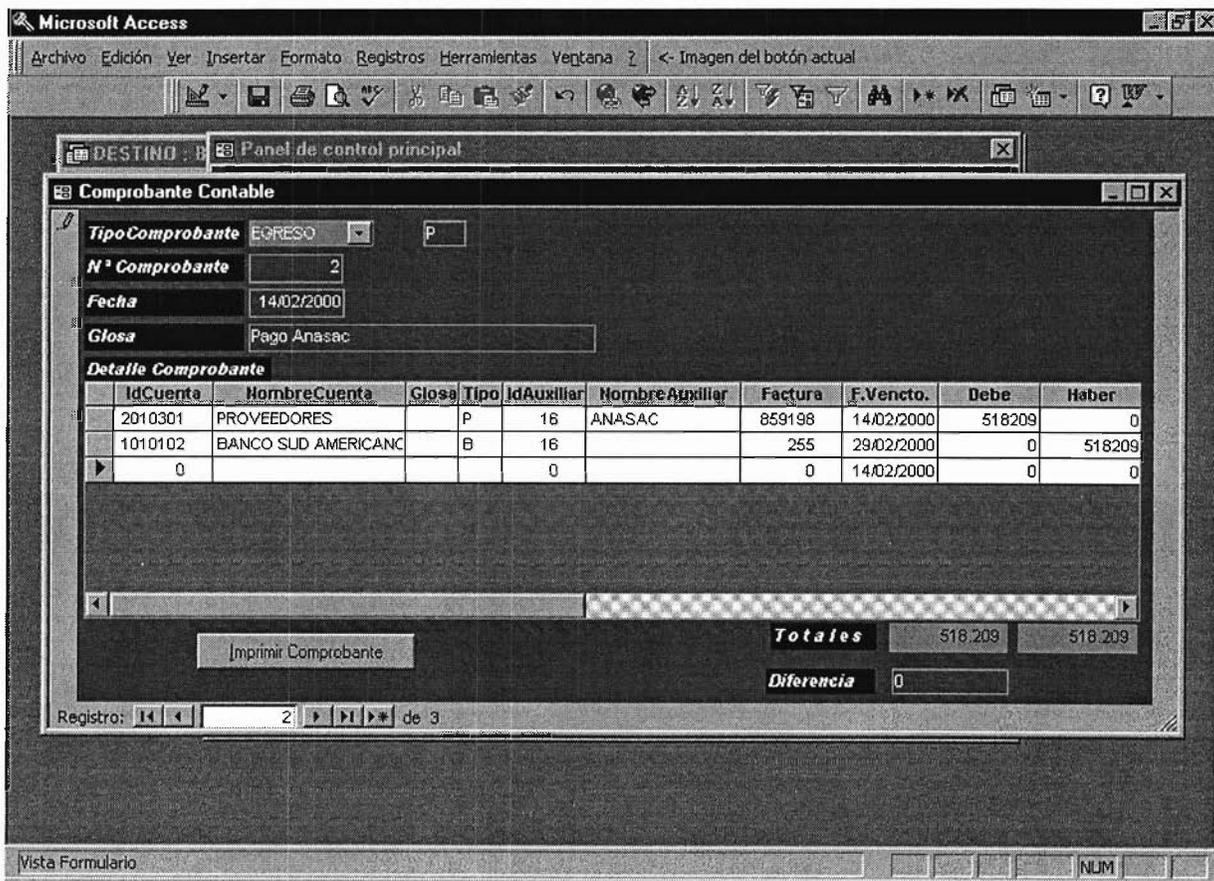
Diferencia: 0

Registro: 3 de 3

□ Ingreso y egreso

Ingreso y egreso permiten reconocer cancelaciones realizadas hacia y por la empresa y se ejecutan de igual manera entre sí, siguiendo las siguientes instrucciones

- 1°. Seleccionar tipo de Comprobante "Ingreso" o "Egreso"
- 2°. Indicar número de comprobante
- 3°. Indicar fecha de confección
- 4°. Digitar glosa general
- 5°. Ingresar cuentas de activos, pasivos y patrimonio de arrastre. En el caso de los proveedores y clientes, ingresar uno por uno indicando los nombres de cada uno y los documentos pendientes, marcando el auxiliar. Para el caso de los proveedores, utilizar la cuenta proveedores (2010301) y para clientes, utilizar cuenta Deudores por Venta (1010401). Estas cuentas utilizan auxiliares, que permiten al sistema proporcionar ayudas para su cancelación.
- 6°. Digitar glosa particular por línea (opcional).
- 7°. Seleccionar al proveedor o cliente, según se marque cuenta Proveedores o Deudores por Venta. El menú presenta ayuda, debiendo seleccionarse la empresa y factura involucrada. Automáticamente el sistema introducirá la fecha de vencimiento y el valor.
- 8°. Realizar el asiento de contrapartida para igualar las partidas dobles contables. Cerrar una vez finalizado el comprobante.



Los ingresos y egresos afectan las cuentas corrientes de la empresa y permiten mantener en orden la gestión de la empresa. Para cada comprobante, se debe imprimir (utilizar botón de impresión) y archivar.

Microsoft Access - [Lista Baucher]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpadeco Empresa S.A.

Comprobante Contable

Tipo Comprobante EGRESO
 N° Comprobante 2
 Fecha 14/02/2000
 Glosa Pago Anasac

Cuenta	Nombre Cuenta	Glosa	Auxiliar	Documento	F.Vencido.	Debe	Haber
1010102	BANCO SUD AMERICANO			255	29/02/2000	0	518.209
2010301	PROVEEDORES		ANASAC	859198	14/02/2000	518.209	0
Totales						518.209	518.209

Confeccionado Por Autorizado Por Recibí Conforme

Página: 1

Preparado NUM

5.2. Informes

☐ Libro Diario

Microsoft Access - [Informe Libro Diario]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpa deco Empresa Ltda.

Informe Libro Diario

01/01/2000 1 APERTURA 2000 APERTURA

Cuenta	Descripción	Glosa Movimiento	Documento	Debe	Haber
1010101	CAJA	Auxiliar Ejecutivo	0	100.000	0
1010102	BANCO DE CHILE	Cuenta 2458921	0	125.000	0
1010201	DEPÓSITO BANCO	Documento 3567	0	4.500.000	0
1010401	DEUDORES CLIENTES	ADC	44	14.000	0
1010401	DEUDORES CLIENTES	Adelco Ltda.	51	18.000	0
1010401	DEUDORES CLIENTES	Ades Ltda.	63	25.000	0
2010301	PROVEEDORES	Copec	1		36.000
2010301	PROVEEDORES	Nestlé	2		28.000

Página: 1

Preparado NUM

□ Libro Mayor

Microsoft Access - [Informe Libro Mayor]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial CorpaDeco Empresa Ltda.

Informe Libro Mayor

1010101 CAJA

Fecha	N°Comp.	Tipo	Glosa	Factura	Debe	Haber
01/01/2000	1	APERTURA	Auxiliar Ejecutivo	0	100.000	0
Total					100.000	0

1010102 BANCO DE CHILE

Fecha	N°Comp.	Tipo	Glosa	Factura	Debe	Haber
01/01/2000	1	APERTURA	Cuenta 2458921	0	125.000	0
31/01/2000	2	EGRESO	PAGO BCO CHILE	3333		37.594
01/02/2000	50	EGRESO		2222		36.000
28/02/2000	60	INGRESO		4444	23.246	0
Total					148.246	73.594

1010201 DEPÓSITO BANCO

Página: 1

Preparado NUM

□ Balance

Microsoft Access - [Balance General]

Centro de Gestión
La Serena

Balance General

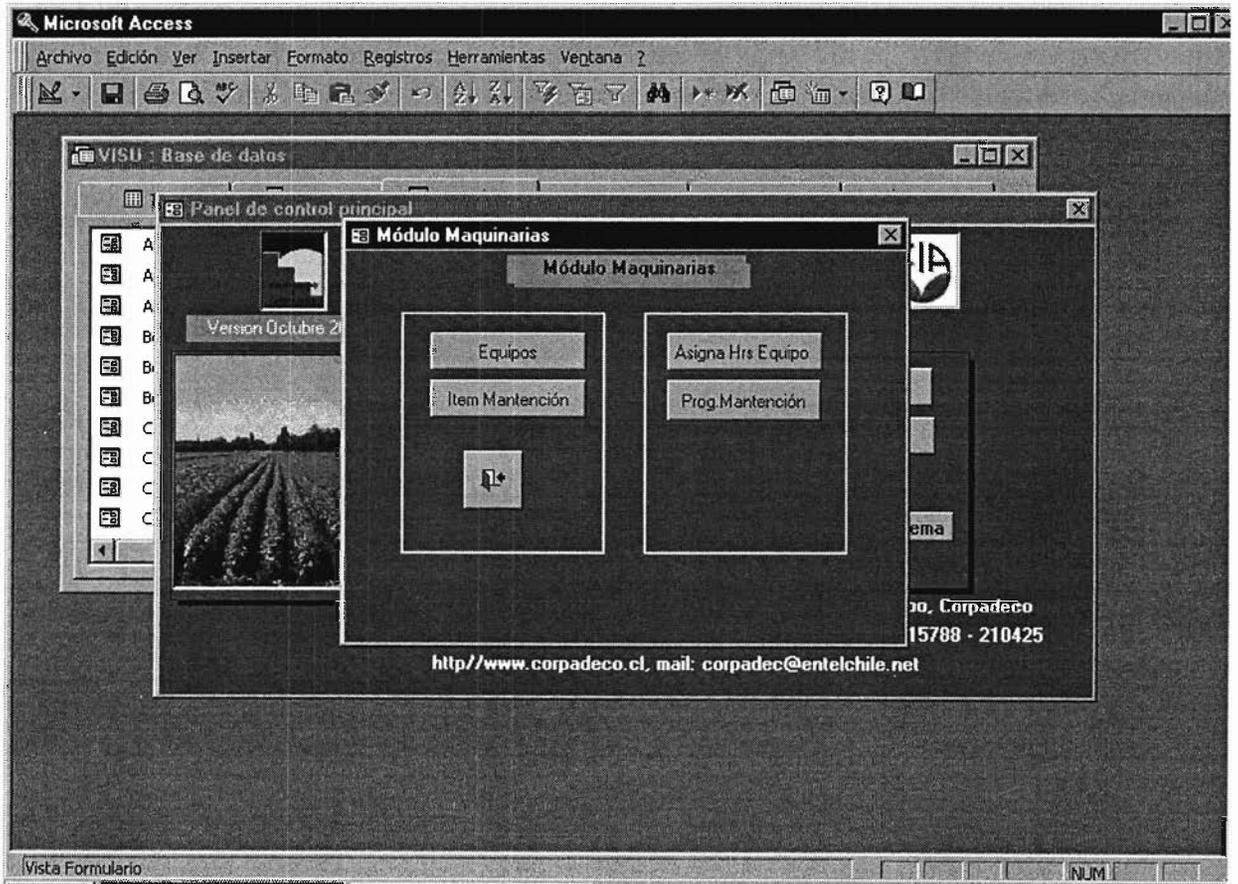
Cuentas				Saldo		Inventario	
N°	Nombre Cuenta	Debitos	Creditos	Deudor	Acreedor	Activo	Pasivo
1010102	BANCO SUD AMERICANO	17.738.964	9.523.661	9.834.853	1.619.550	9.834.853	1.619.550
1010103	BANCO SANTANDER	20.724.399	11.265.814	19.289.165	9.830.580	19.289.165	9.830.580
1010104	BANCO DEL DESARROLLO	32.575.080	9.762.140	25.610.720	2.797.780	25.610.720	2.797.780
1010401	CLIENTES	75.278.183	71.038.443	4.239.740	0	4.239.740	0
1010701	IMPUESTO ESPECIFICO	17.300	0	17.300	0	17.300	0
1010702	IVA CREDITO FISCAL	4.862.977	0	4.862.977	0	4.862.977	0
2010301	PROVEEDORES	30.551.615	31.896.815	1.345.200	2.690.400	1.345.200	2.690.400
2010404	IVA DEBITO FISCAL	0	11.483.113	0	11.483.113	0	11.483.113
3010102	INSUMOS DE PRODUCCION	21.138.438	0	21.138.438	0	0	0
3010104	MATERIALES Y HERRAMIENTAS	4.530.000	0	4.530.000	0	0	0
3010106	MANTENCIÓN VEHICULOS	130.000	0	130.000	0	0	0
3010109	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	1.143.100	0	1.143.100	0	0	0
3010203	TELEFONO Y FAX	75.000	0	75.000	0	0	0
4010101	VENTAS CITRICOS	0	23.642.250	0	23.642.250	0	0
4010102	VENTAS UVA EXPORTACION	0	12.853.820	0	12.853.820	0	0
4010103	VENTAS UVA VINIFERA	0	27.299.000	0	27.299.000	0	0
	Sumas Parciales	208.765.056	208.765.056	92.216.493	92.216.493	65.199.955	28.421.423
	Resultado Ejercicio						36.778.532
	Sumas Iguales	208.765.056	208.765.056	92.216.493	92.216.493	65.199.955	

Página: 1/1

Preparado

6. Módulo de Maquinarias

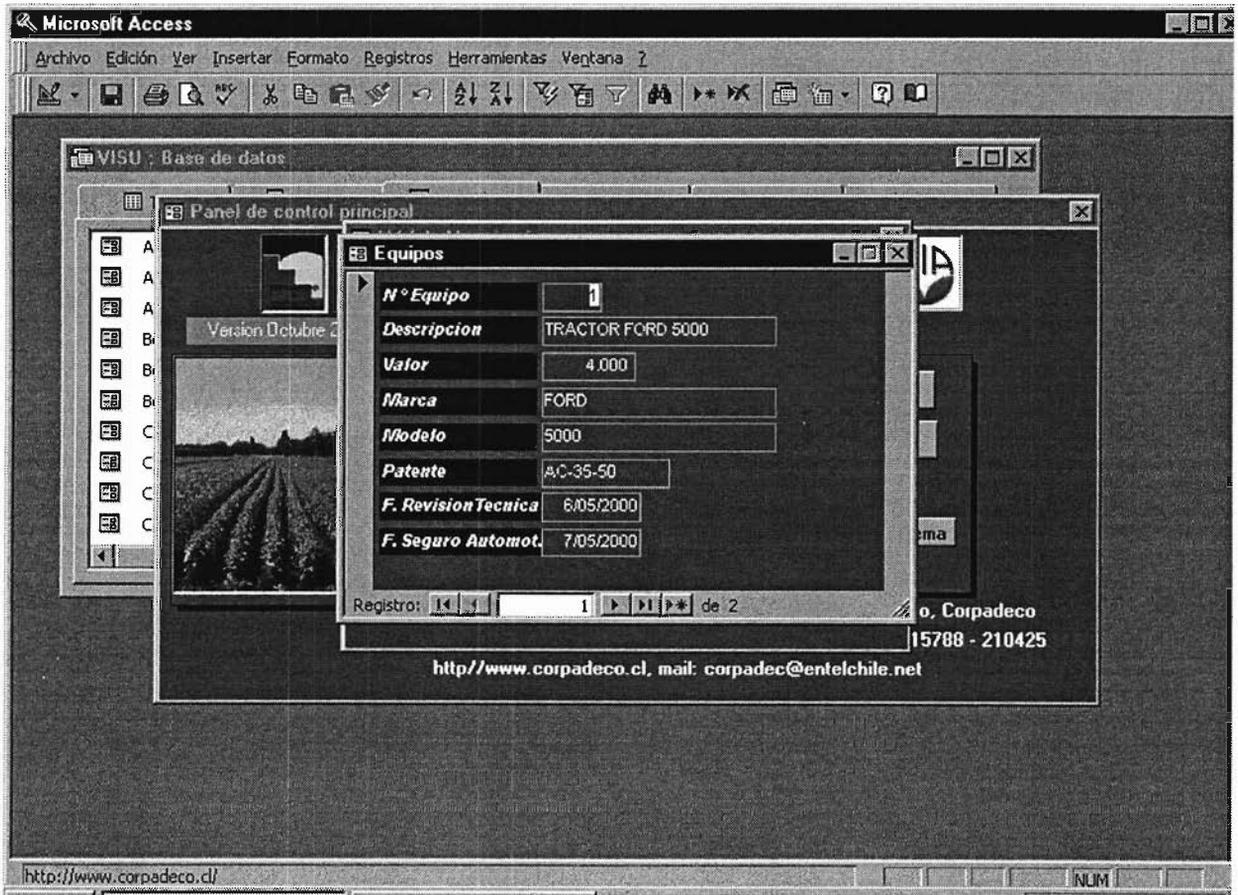
Maquinarias tiene por objeto mantener un plan preventivo de mantención para los equipos de una empresa. Consta de tres alimentadores y un informe, que deben ser mantenidos diariamente para registrar la actividad del equipo, de forma de visualizar la oportunidad de ejecutar las mantenciones..



6.1. Alimentadores

□ Equipos

Ficha que incluye todos los datos de un equipo que requiera de continuas mantenciones, especificando su identificación, valor, tipo de equipo y repuestos. El SIG permite crear múltiples maquinarias.



□ Ítem de mantención

Especifica los ítems requeridos para los equipos, como cambio de aceite, filtros, neumáticos, revisiones técnicas, etc.

□ Ingreso Programa

Ficha diaria que especifica el horómetro o kilometraje inicial, los intervalos de cambios y entrega como resultado la siguiente mantención

Microsoft Access

Archivo Edición Ver Insertar Formato Registros Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

Ingreso Programa

N° Programa: 3

Equipo: BULDOSER D6H

Fecha Programa: 09/01/2000

Detalle Programa

IdItemMantencion	Hor_Ini	Intervalo	Proximo
ACEITE HIDRAULICO	1040	400	1440
ACEITE MOTOR	1010	200	1210
FILTRO AIRE	1059	400	1459
NEUMÁTICOS	1059	5000	6059
	0	0	0

ACEITE MOTOR
ACEITE HIDRAULICO
ACEITE TRASMISION
FILTRO MOTOR
FILTRO AIRE
DISPONIBLE
DISPONIBLE
NEUMÁTICOS

Registro: 14

<http://www.corpapeco.cl> mail: corpapeco@entelchile.net La Serena, Chile

Gestion V1...

Vista Formulario MAYÚS NUM

6.2. Informe

Entrega como resultado la ficha de mantenencias de cada equipo, para cada uno de los ítemes creados, especificando ítem, intervalo de cambio, próximo cambio, horómetro o kilometraje actual y lo que resta para realizar el cambio.

Microsoft Access - [Informe Programa Mantenición]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

Centro de Gestión Empresarial Corpadeco Empresa Ltda.

Programa Preventivo Equipos

Equipo	1	BULDOSER D6H				
Item	Nombre Item	Horo. Inicial	Intervalo	Proximo Cambio	Horometro Actual	Falta
1	ACEITE MOTOR	1010	200	1210	1070	-140
2	ACEITE HIDRAULICO	1040	400	1440	1070	-370
3	ACEITE TRASMISION	1060	200	1260	1070	-190
5	FILTRO AIRE	1059	400	1459	1070	-389
8	NEUMÁTICOS	1059	5000	6059	1070	-4989

Página: 1

Preparado MAYUS NUM

V. CONSULTAS ESPECIALES

Para consultas específicas, recurrir a :

Centro de Gestión Empresarial IV Región CORPADECO - FIA,
Gabriel González Videla 1630, La Serena, teléfonos (56-51) 215788 / 210425 / 223011
www.corpadeco.cl, e-mail corpadec@entelchile.net.

Todos los derechos Reservados. Prohibida su reproducción sin autorización de CORPADECO.



MANUAL DEL USUARIO
SISTEMA DE INFORMACIÓN DE PRECIOS
SIP

CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA REGIÓN DE COQUIMBO
Y
FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

I. INDICE

CONTENIDO	PÁGINA
I. INDICE	2
II. PRESENTACIÓN	3
III. CONCEPTOS BÁSICOS	4
1. Tablas del sistema	4
2. Ingreso de Encuestas	5
3. Informes y consultas al sistema	6
IV. FUNCIONES Y OPERACIÓN REGULAR	7
1. Ingresar al Sistema	7
2. Menú principal	7
3. Menú de Tablas del Sistema	8
4. Ingreso de Encuesta	9
5. Informes	10
5.1. Informe por feria	11
5.2. Informe Hortofrutícola por origen	13
5.3. Informe Hortofrutícola sin origen	14
5.4. Volver al Menú Principal	14
6. Exporta Precios Individual por Feria	15
7. Exporta Compara Ferias	16
8. Salir del Sistema	16
V. CONSULTAS ESPECIALES	17

II. PRESENTACIÓN

El Sistema de Información de Precios (SIP) corresponde a una base de datos programada en Microsoft Access, herramienta que permite manejar eficiente y ordenadamente numerosos registros, otorgando al usuario todas las bondades de los programas en Windows.

El SIP ha sido desarrollado por el Centro de Gestión Empresarial IV Región de la Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo en asociación con la Fundación para la Innovación Agraria, FIA, en el marco del proyecto Centro de Gestión Empresarial IV Región de Coquimbo.

Los objetivos del SIP son transferir información oportuna de los mercados hortofrutícolas a las empresas agrícolas para mejorar la toma de decisiones. Esta base de datos presenta información de los mercados mayoristas de la IV, V y Región Metropolitana.

En la IV Región, se realizan recolecciones periódicas de las Ferias La Palmera de La Serena, Terminal del Agro y Modelo de Ovalle. La recolección se realiza con personal especializado del Centro de Gestión.

En la V Región, se incorpora información de las ferias Cardonal de Valparaíso y Femacal S.A. de La Calera, proporcionado por la oficina Sipre V Región de Indap.

En la Región Metropolitana, las Ferias en estudio son Lo Valledor y Terminal Mapocho o Vega Central, para productos hortofrutícolas y el Mercado Mayorista de Flor Cortada de Santiago (Merflor) para flores, información que se obtiene de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, ODEPA.

En el SIP se encuentra información disponible desde el mes de febrero de 1999 y contiene, a diciembre de 1999, un total de 416 registros de productos (incluido variedades) clasificados en nueve categorías: Frutas, Hortalizas, Pecuarios, Frutos deshidratados, Alimento para animales, semilla, flores, especias y otros. En términos de locales encuestados, en La Palmera se realiza un registro de 34 locales, 20 locales en la Feria Modelo y 5 en el Terminal del Agro. Para las regiones V y Metropolitana se utilizan datos consolidados por producto en cada feria.

El acceso al SIP podrá realizarse vía consulta directa en las oficinas del Centro de Gestión, o vía acceso remoto en Internet, con una clave especial para el usuario, en la WEB www.corpadeco.cl, en el ícono Agroprecios en línea.

III. CONCEPTOS BÁSICOS

El SIP funciona con un Menú principal que permite el acceso a diferentes niveles de consulta y entrada de datos. Los niveles de consulta permiten analizar el comportamiento de los precios en las diferentes ferias para distintos periodos. Los niveles de entrada de datos, permiten acceder a la base de datos original del sistema, posibilitando la modificación y actualización de los registros.

1. Tablas del sistema

El SIP maneja el concepto de tablas. Una tabla es un conjunto de datos sobre un tema específico, independiente que asegura la no duplicación de datos. Las tablas organizan los datos en columnas, denominadas campos, y filas denominadas registros. Tanto los campos como los registros son modificables y adaptables a los requerimientos de los usuarios.

El SIP utiliza ocho tablas que contienen la fuente original de información:

- ◆ Tabla de productos

Registro del producto específico, descripción, categoría, variedad y referencia. Cada producto presenta un código interno que evita la duplicación. La descripción se utiliza como información especial de apoyo acerca del producto. La categoría permite clasificar al producto de acuerdo al uso (véase tabla de categorías). La variedad utiliza los criterios asignados tanto por los mercados para los productos como por la variedad taxonómica del producto. La referencia corresponde a la unidad mínima de transacción del producto en los diferentes mercados de estudio.

- ◆ Tabla de Calidades

Identifica la calidad del producto en estudio, de acuerdo a los parámetros de exigencia del mercado. Cada calidad presenta un código interno que evita la duplicación.

- ◆ Tabla de Origen

Identifica la procedencia de los productos.

- ◆ Tabla de Categorías

Existen nueve categorías: Frutas, Hortalizas, Pecuarios, Frutos deshidratados, Alimento para animales, semilla, flores, especias y otros. Cada producto se clasifica en una categoría de acuerdo a su uso.

- ◆ Tabla de Ferias

Presenta las ferias de las cuales se recolectan datos de los productos. En la actualidad, el sistema incluye ocho ferias: La Palmera de La Serena, Terminal del Agro y Modelo de Ovalle, Cardonal de Valparaíso, Femacal S.A. de La Calera y Lo Valledor, Mapocho o Vega Central y Mercado Mayorista de Flor Cortada (Merflor) de Santiago. El sistema resiste la inclusión de nuevos mercados de acuerdo a la demanda del usuario.

- ◆ Tabla de Locales

Identifica el local específico para la feria particular de la cual se recolecta la información de precios.

- ◆ Tabla de Unidades de Transacción

Unidad de Comercialización en el Mercado específico.

- ◆ Tabla de IPC

Registra la variación mensual de precios al consumidor, con la finalidad de realizar análisis comparativos mensuales en precios reales de los productos.

2. Ingreso de Encuestas

El sistema de ingreso de los datos utilizado se denomina Ingreso Encuestas y registra el movimiento diario en las distintas ferias consultadas. Los datos de las ferias de la IV Región se recolectan mediante encuesta directa a comerciantes seleccionados de las ferias respectivas, muestra que se mantiene estable para asegurar la veracidad y uniformidad de los datos. Los datos de las Regiones V y Metropolitana son obtenidos de Indap y ODEPA, respectivamente.

Durante el proceso, los datos son ingresados directamente al sistema por un digitador especializado, lo que asegura su permanente actualización.

El sistema de ingreso de encuesta incluye la siguiente información:

- ◆ N° de Folio

Número interno identificatorio de cada local registrado por día.

- ◆ Fecha Encuesta

Fecha en la cual se levantó la información.

- ◆ Feria Encuestada

Feria de proveniencia de la información.

- ◆ Local encuestado

Local específico desde el cual se obtuvo la información.

- ◆ Productos encuestados

Lista completa de productos por fecha, origen, volumen transado, precio, calidad y unidad de transacción.

3. Informes y consultas al sistema

El SIP considera la obtención de dos tipos de información: válida para realizar consultas directas en formato imprimible y base de datos de trabajo para exportar a otros sistemas utilitarios de planillas (Excel, Lotus).

El sistema de consulta directa contiene dos informes:

- ◆ Informe General de Precios

El informe General incluye información para una Feria exclusivamente (seleccionada de las ocho) y entrega información sobre: Fecha de transacción, volumen, precio mínimo, máximo y promedio y origen del producto.

Para las ferias de Santiago y Valparaíso, se incluye información exclusivamente de precios promedio, dado que no se digitan precios mínimos ni máximos.

- ◆ Informe Compara por Feria

El informe Compara por Ferias incluye información de todas las ferias por producto, variedad y unidad. La idea de este informe es comparar rápidamente lo que sucede en una feria respecto de otra. Para este efecto, se unificaron las unidades de transacción en la mínima disponible (ej. Cajón de 18 kg. se unificó en kg.; docena de atados se unificó en atados). Por tanto este informe no indica el modo de transacción de cada feria, sino que compara bajo una misma base.

El sistema para exportar a otros utilitarios da origen a dos bases de datos:

- ◆ Exporta Precios por Feria Individual

Informe similar al General de precios, pero exportable a Excel u otra planilla de cálculo, especial para realizar análisis particulares de forma rápida y cómoda.

- ◆ Exporta Compara ferias

Informe similar al Compara precios, pero exportable a Excel u otra planilla de cálculo.

IV. FUNCIONES Y OPERACIÓN REGULAR

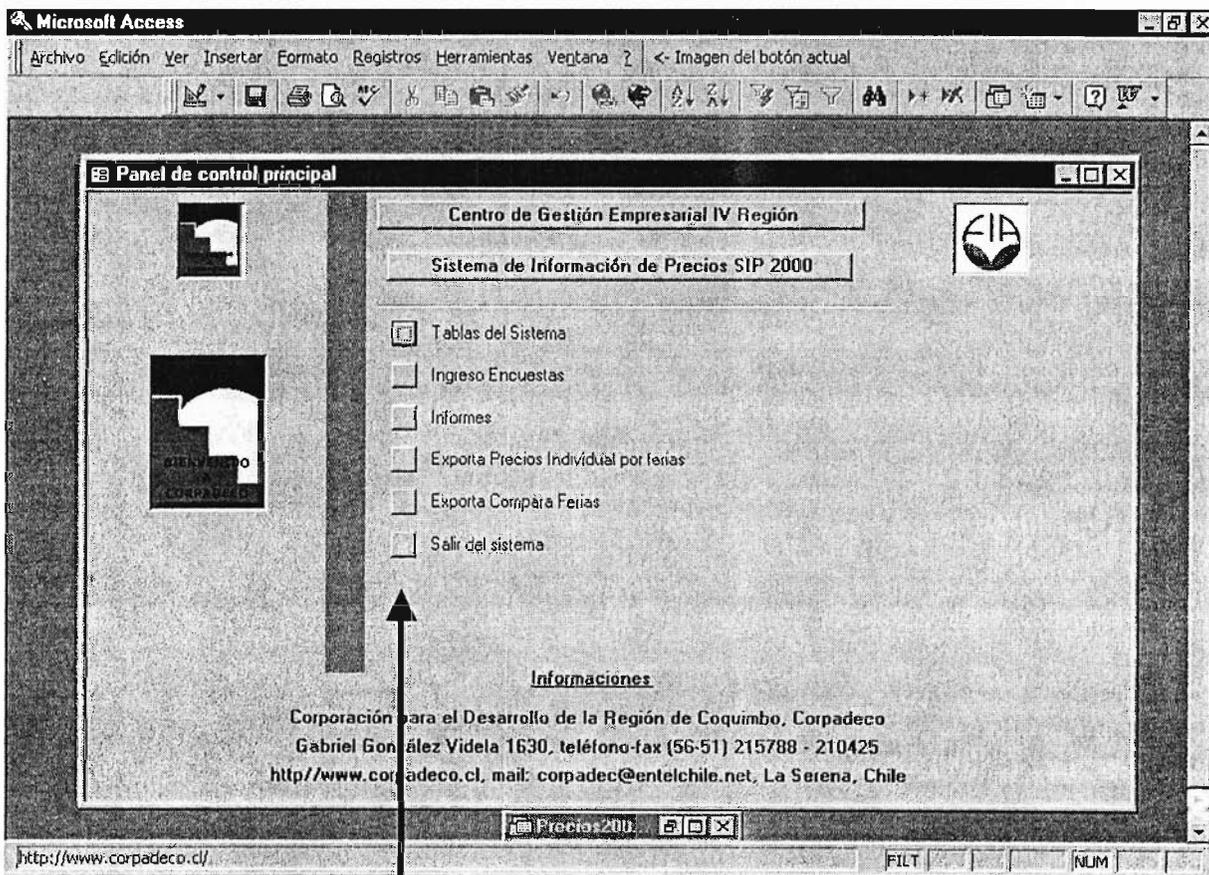
1. Ingresar al Sistema

Para ingresar al sistema se debe abrir el utilitario Microsoft Access y desde ahí abrir el archivo Precios en el subdirectorío SIP.

Desde Internet, se deberá ingresar a Internet y desde ahí acceder a la dirección www.corpadeco.cl, marcando el ícono Agroprecios en línea. Una vez dentro de la página, se exigirá una contraseña para acceder a la consulta.

2. Menú principal

Desplegado el SIP, aparecerá un panel desplegable en el que se encuentran todas las alternativas de elección para el usuario. El usuario observará:

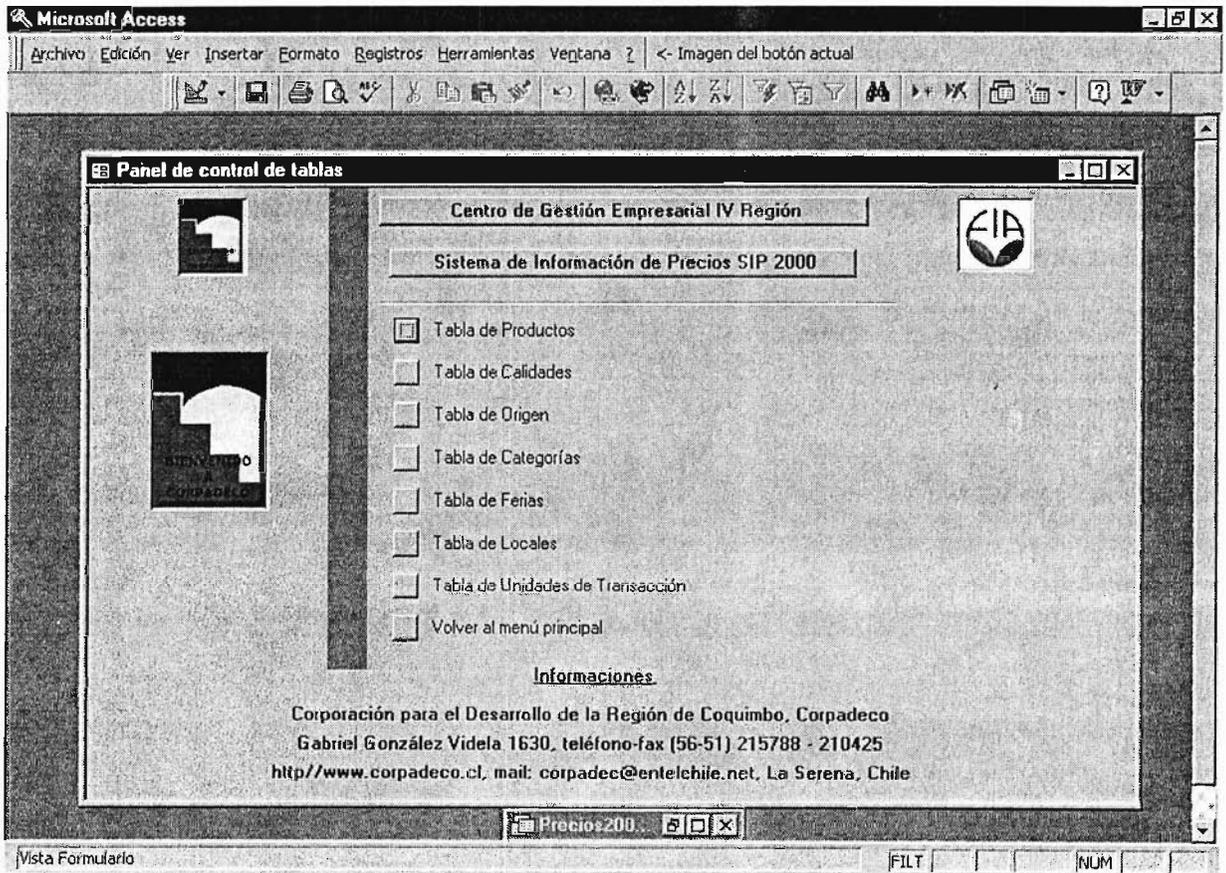


Botones de acceso

Para ingresar a las funciones, el usuario deberá presionar el botón izquierdo a la alternativa requerida. El sistema entrega cinco opciones desplegables, más un botón de salida del sistema.

3. Menú de Tablas del Sistema

El botón de **Tablas del Sistema** del Menú Principal da entrada a un menú secundario con las tablas del SIP, como se muestra en la siguiente figura:



Las tablas del sistema son la base de información desde donde se alimenta el SIP. Para la consulta de cualquier tabla, se debe presionar el botón izquierdo de la alternativa escogida.

En general, esta información es de poco interés para el usuario, puesto que representa información base que no significa ningún análisis posterior.

Para volver al menú principal, presionar el botón izquierdo **Volver al Menú Principal**.

4. Ingreso de Encuesta

El sistema permite al usuario la alternativa de construir una base de datos propia o continuar con la recolección realizada por el Centro de Gestión.

En el primer caso, el usuario dispondrá de una base de datos sin contenido. Dado que esta alternativa es poco viable, el usuario estará conectado al Centro de Gestión para sus permanentes actualizaciones. En este caso, al desplegar el menú de ingreso de encuesta, el sistema le mostrará los datos originales no procesados del sistema, por feria y local de consulta.

Nº de Folio Feria Encuestada Local Fecha Encuesta Observaciones

INGRESO DE PRECIOS ENCUESTA

Nº de Folio: 7014 Fecha Encuesta: 10/01/2000

Feria Encuestada: La Palmera

Local Encuestado: Local Nº 81 Observaciones:

Productos Encuestados

Fecha	Producto	Origen	Volumen	Precio	Calidad	Unidad Comercial	Variedad
10/01/2000	Ajo, Cristal	Ovalle	0	500	Primera	Kg.	Cristal
10/01/2000	Ajo, Sin Especificar	Ovalle	0	2000	Primera	Trenza 100 Cabez	Sin Especificar
10/01/2000	Cebolla, Sin especificar	Ovalle	0	1200	Primera	Malla 18 Kg.	Sin especificar
10/01/2000	Limón, Amarillo	Ovalle	0	2500	Primera	Malla 20 Kg.	Amarillo
10/01/2000	Morrón, Cuatro Cascos	Ovalle	0	50	Tercera	Unidad	Cuatro Cascos
10/01/2000	Morrón, Cuatro Cascos	Ovalle	0	60	Segunda	Unidad	Cuatro Cascos
10/01/2000	Morrón, Cuatro Cascos	Ovalle	0	70	Primera	Unidad	Cuatro Cascos
10/01/2000	Pepino, Sin Especificar	Ovalle	0	70	Primera	Unidad	Sin Especificar
10/01/2000	Poroto, Verde, Magnum	Ovalle	0	300	Primera	Kg	Magnum
10/01/2000	Tomate, Fortaleza	Ovalle	0	4000	Primera	Caja 18 Kg.	Fortaleza
10/01/2000	Zapallo Italiano, Sin Esper	Ovalle	0	70	Primera	Unidad	Sin Especificar
* 10/01/2000			0	0			

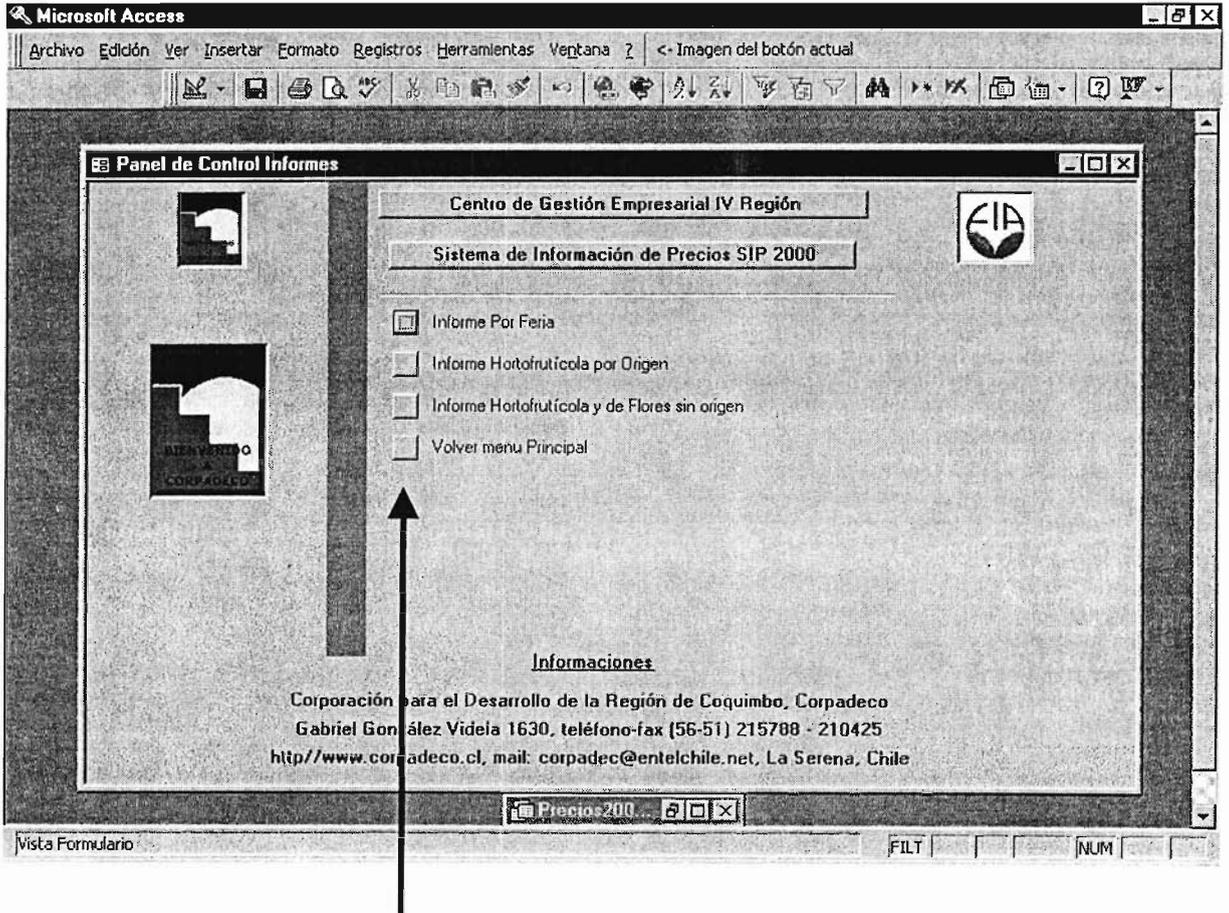
Registro: 6251 de 6938

Vista Formulario

Datos del Sistema

5. Informes

Para realizar consultas interactivas, se debe presionar el botón izquierdo de **Informe** en el menú principal. Esto desplegará un menú secundario con tres alternativas:



Opciones de Informe

5.1. Informe por Feria

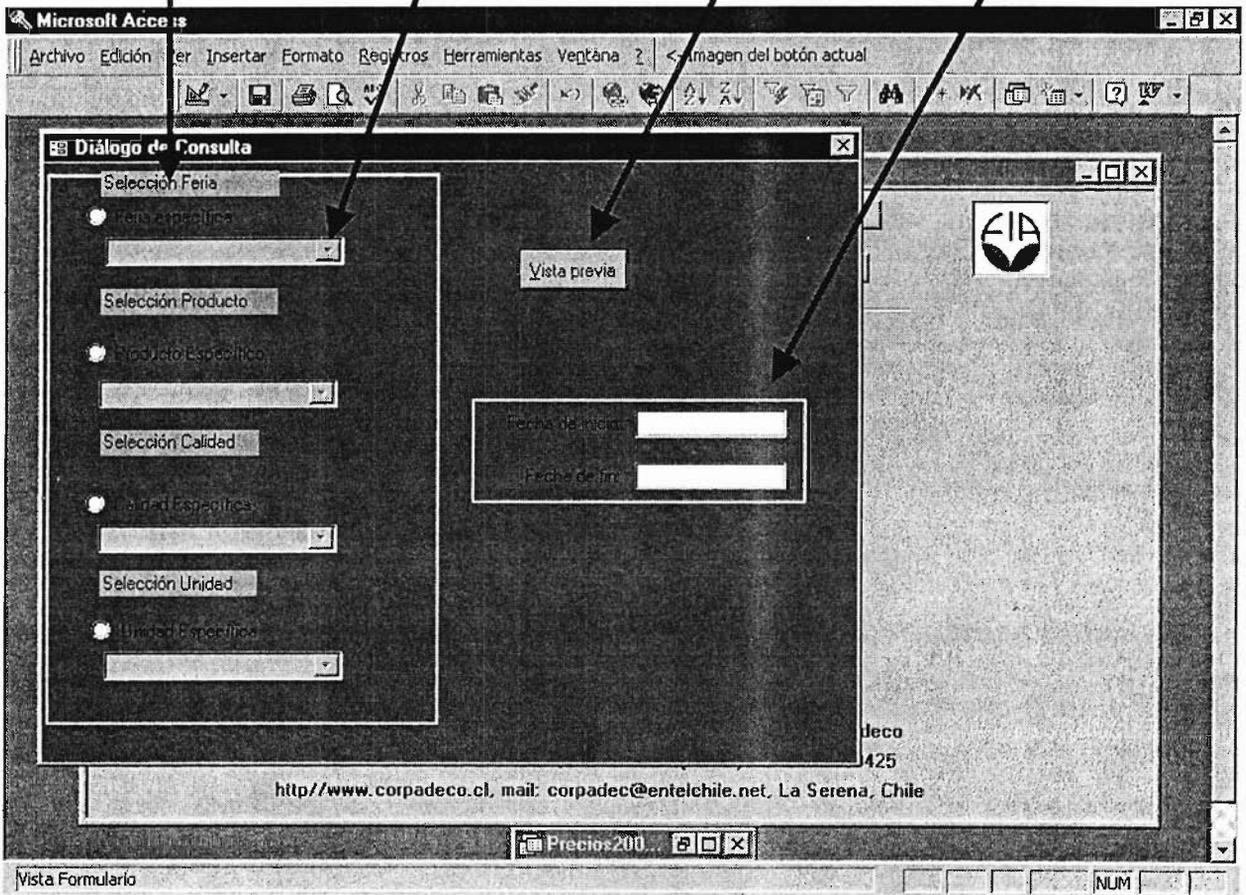
La primera alternativa, Informe por Feria, entrega información de precios para un producto específico en una feria determinada. Para ejecutar esta consulta, presionar el botón izquierdo de **Informe por Feria**, donde se desplegará un diálogo de consulta con:

Presionar para
Seleccionar opción

Botón desplegable
con diferentes opciones

Botón vista
Informe

Fecha inicio y
término consulta



5.2. Informe Hortofrutícola por Origen

Originado bajo el concepto de una rápida visión de los productos en diferentes ferias, este informe compara bajo una misma unidad los productos transados en las cinco ferias.

Para acceder, presionar el botón izquierdo de **Informe Compara Por ferias** y se desplegará el menú con las siguientes alternativas:

PRESIONAR PARA SELECCIONAR UNA OPCION

BOTON DESPLEGABLE

VISTA PREVIA

FECHA INICIO Y TERMINO CONSULTA

Al elegir las alternativas, el sistema entrega un Informe visualizable en pantalla e imprimible por producto, comparando los precios promedios de las cinco ferias encuestadas.

La información se ordena por fecha y en cada columna aparecen datos por feria encuestada. El informe visualizado es del siguiente modo:

Microsoft Access - [GENERAL]

Archivo Edición Ver Herramientas Ventana ? <- Imagen del botón actual

100% Cerrar

INFORME HORTOFRUTÍCOLA POR ORIGEN

Nombre	Variiedad	Calidad	Fecha	Unidad	La Palmera	Lo Valledor	Modelo	Del Agro	Mapocho	La Cale
Acelga	Sin Especificar	Primera	03.01/2000	Atado			100			
Acelga	Sin Especificar	Primera	03.01/2000	Docena de Paquetes						600
Acelga	Sin Especificar	Primera	03.01/2000	Docena Atados		2.350				
Acelga	Sin Especificar	Primera	03.01/2000	Atado	80					
Acelga	Sin Especificar	Segunda	03.01/2000	Docena Atados		1.700				
Aji	Americano	Primera	03.01/2000	Kg.		350				
Aji	Americano	Primera	03.01/2000	Kg.						500
Aji	Americano	Segunda	03.01/2000	Kg.		240				
Aji	Americano	Segunda	03.01/2000	Kg.						300
Aji	Chileno	Primera	03.01/2000	Kg.		540				
Aji	Chileno	Segunda	03.01/2000	Kg.		360				

Página: 14

Preparado NUM

5.3. Informe Hortofruticola sin Origen

Informe similar al anterior, pero sin entregar origen.

5.4. Volver al Menú Principal

Presionar botón izquierdo de **Volver Menú Principal** para regresar al menú principal

6. Exporta Precios Individual por Feria

Para realizar trabajos específicos de análisis de los datos y operaciones adicionales, el SIP entrega la opción de abrir una base de datos para realizar copias a otros utilitarios.

Para realizar análisis de productos por feria, presionar el botón izquierdo de **Exporta Precios Individual por Ferias**. Dado que esta consulta es interna al sistema, no existe un menú de diálogo con opciones desplegables, por lo cual se debe utilizar el listado que se entrega en anexos.

Ejemplo.

Ingrese Código Feria!IdFeria	3
Fecha Inicio	01/01/2000
Fecha Termino	31/01/2000
Ingrese Nombre del Producto!NombreProducto	Acelga

El sistema despliega información organizable y copiable a otros utilitarios, como la siguiente:

Feria	Fecha	Nombre	Variedad	Unidad	Calidad	PROMEDIO	MINIMO	MAXIMO
La Palmera	03/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	80,00	80,00	80,00
La Palmera	05/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	80,00	80,00	80,00
La Palmera	07/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	80,00	80,00	80,00
La Palmera	10/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	95,00	80,00	100,00
La Palmera	12/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	95,00	80,00	100,00
La Palmera	14/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	95,00	80,00	100,00
La Palmera	19/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	100,00	100,00	100,00
La Palmera	21/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	90,00	80,00	100,00
La Palmera	24/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	80,00	80,00	80,00
La Palmera	26/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	80,00	80,00	80,00
La Palmera	28/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Atado	Primera	80,00	80,00	80,00

Registro: 14 de 11
Vista Hoja de datos

Los precios se presentan con datos de promedio, mínimo y máximo. Para realizar transferencia a otros utilitarios, se debe marcar el área requerida y utilizar las funciones copiar y pegar de Windows, tal como se realiza habitualmente en otros programas.

7. Exporta Compara Ferias

Esta consulta es altamente utilizada comparar diversas ferias en sus respectivas unidades de comercialización. El SIP entrega información exportable a otros utilitarios bajo la misma modalidad anterior. La información se despliega en pantalla de la siguiente manera:

Fecha	Nombre	Variiedad	Calidad	NombreUnidad	PROMEDIO	Del Agro	La Palmera	Ló Valledor	Modelo
03/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Primera	Atado	90		80		100
03/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Primera	Docena Atados	2.675			2.350	
03/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Primera	Docena de Paquetes	600				
03/01/2000	Acelga	Sin Especificar	Segunda	Docena Atados	2.100			1.700	
03/01/2000	Aji	Americano	Primera	Kg.	425				350
03/01/2000	Aji	Americano	Segunda	Kg.	270				240
03/01/2000	Aji	Chileno	Primera	Kg.	540				540
03/01/2000	Aji	Chileno	Segunda	Kg.	360				360
03/01/2000	Aji	Cristal	Primera	Kg.	580		500		660
03/01/2000	Ajo	Rosado Guarda	En Rama Segunda	Mil Unidades	19.000				19.000
03/01/2000	Ajo	Sin especificar	En Rama Primera	Mil Unidades	30.000				30.000
03/01/2000	Ajo	Sin especificar	En Rama Segunda	Mil Unidades	23.000				23.000
03/01/2000	Ajo	Sin especificar	En Rama Tercera	Mil Unidades	16.000				16.000
03/01/2000	Ajo	Sin especificar	Primera	Trenza 50 Cabeza	1.750		2.500		
03/01/2000	Ajo	Sin especificar	Segunda	Trenza 100 Cabezas	2.000		2.000		
03/01/2000	Ajo	Sin especificar	Segunda	Trenza 50 Cabeza	2.000		2.000		
03/01/2000	Albahaca	Sin Especificar	Primera	Atado 3 U.	267		267		
03/01/2000	Albahaca	Sin Especificar	Primera	Cien Metas	5.550				4.500
03/01/2000	Albahaca	Sin Especificar	Primera	Docena de Paquetes	1.300				
03/01/2000	Albahaca	Sin Especificar	Segunda	Cien Metas	3.000				3.000
03/01/2000	Apio	Sin Especificar	Segunda	Docena Metas	2.000		2.000		
03/01/2000	Arveja	Perfection	Segunda	Bolsa 30 Kg.	7.200				7.200
03/01/2000	Arveja	Sin Especificar	Primera	Bolsa 30 Kg.	15.000				
03/01/2000	Betarraga	Sin Especificar	Primera	Atado 3 U.	90		90		
03/01/2000	Betarraga	Sin Especificar	Primera	Atado 4 Unidades	100				100
03/01/2000	Betarraga	Sin Especificar	Primera	Mil Unidades	18.000				16.000

El SIP permite utilizar los accesorios de Access para realizar comparaciones, tales como filtros y ordenamiento por algún criterio.

8. Salir del Sistema

Presionar el botón izquierdo de **Salir del Sistema**.

V. CONSULTAS ESPECIALES

Para consultas específicas, recurrir a :

Centro de Gestión Empresarial IV Región CORPADECO - FIA,
Gabriel González Videla 1630, La Serena, teléfonos (56-51) 215788 / 210425 / 223011
www.corpadeco.cl, e-mail corpadec@entelchile.net.

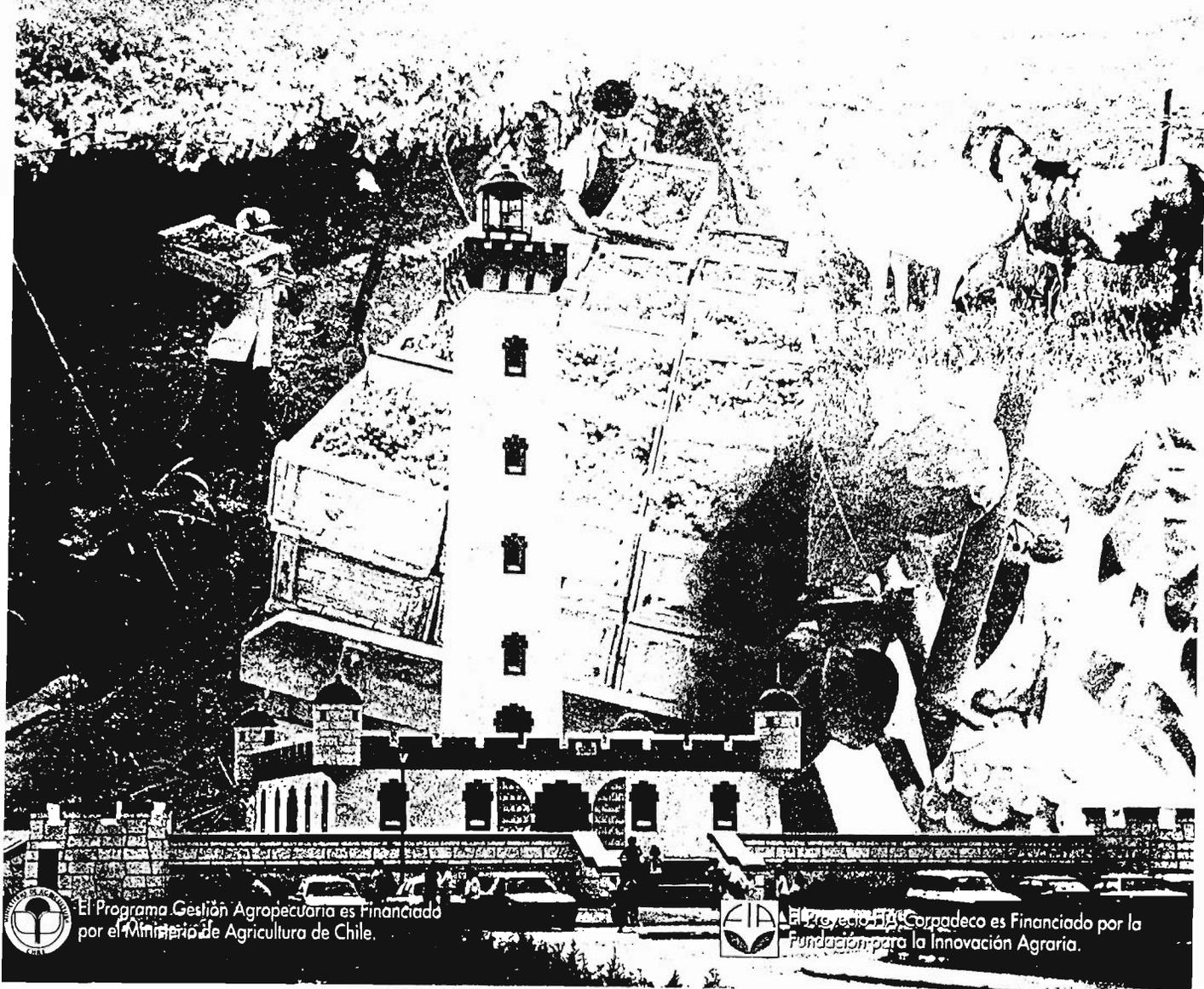
Todos los derechos Reservados. Prohibida su reproducción sin autorización de CORPADECO.



Curso

Contabilidad de Gestión

La Serena 16 de Diciembre 1999



El Programa Gestión Agropecuaria es Financiado
por el Ministerio de Agricultura de Chile.



El Proyecto FIA Corpadeco es Financiado por la
Fundación para la Innovación Agraria.

Curso Contabilidad de Gestión

Fundación Chile es una corporación de derecho privado, sin fines de lucro, creada en 1976. Su objetivo es desarrollar programas y actividades innovadores, transfiriendo tecnologías que contribuyan al mejor aprovechamiento de los recursos naturales y al desarrollo de las capacidades humanas y productivas de Chile.

Centro de Gestión Empresarial Corpadeco IV Región

El objetivo del Centro es transformarse en una unidad estratégica de servicios para la empresa agrícola con acento en la solución de problemas ligados a la administración predial, el manejo financiero, la comercialización, la obtención de información y la gestión integral de la empresa agropecuaria.

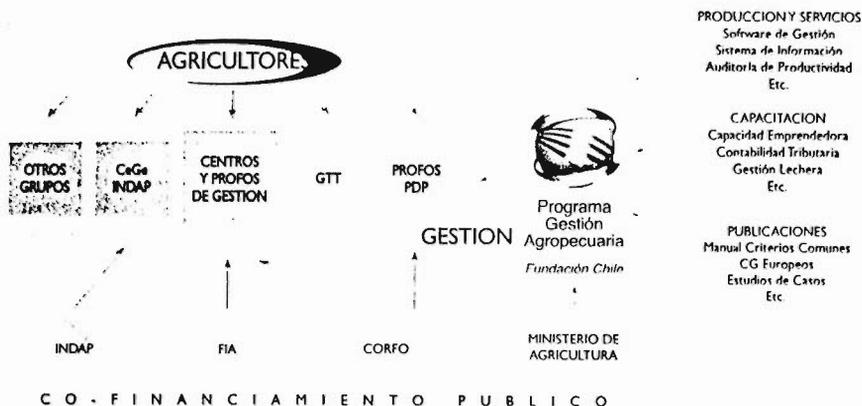
El Centro Empresarial Corpadeco entrega variados servicios con asesorías tanto directas como indirectas por medio de Internet (www.corpadeco.cl). Actualmente se encuentran a disposición de los usuarios del centro los servicios de:

- Sistemas Control de Gestión Software de control de ingresos y costos, que permite analizar la rentabilidad, productividad y otros indicadores económico-financiero del predio, con asesoría y soporte permanente en la región que permitirán mejorar la administración de la empresa.
- Mercados Regionales Información día a día de los productos transados en los mercados mayoristas hortofrutícolas de la Serena, Ovalle y Santiago.
- Negocios en Internet Sistema interactivo de conexión entre empresas en red de negocios para la compra, arriendo y venta de productos, insumos y maquinaria.
- Mercado de Trabajo Información de empleos ofrecidos y solicitados
- Asesoría, Proyectos y Giras Formulación de proyectos para financiamientos públicos y privados. Giras de captura tecnológica hasta la obtención de financiamiento y el posterior seguimiento.



Visión Estratégica del Programa de Gestión Agropecuaria

En conformidad con su misión, Fundación Chile se encuentra ejecutando el Programa de Mejoramiento de la Gestión Agropecuaria, que cuenta con el financiamiento del Ministerio de Agricultura, a través del cual pretende contribuir transversalmente al mejoramiento de la gestión agropecuaria nacional apoyando con productos y servicios las acciones de grupos asociativos de productores, ya sean Centros de gestión, Profos, Grupos de Transferencia Tecnológica (GTT), Programa de desarrollo de proveedores (PDP) u otras organizaciones afines.



PRODUCCION Y SERVICIOS
Software de Gestión
Sistema de Información
Auditoría de Productividad
Etc.

CAPACITACION
Capacidad Emprendedora
Contabilidad Tributaria
Gestión Lechera
Etc.

PUBLICACIONES
Manual Criterios Comunes
CG Europeos
Estudios de Casos
Etc.



Resena del

Seminario

Existen muchas variables que afectan la rentabilidad de una empresa agropecuaria, entre las que destacan variables macroeconómicas internacionales y nacionales, factores climáticos, políticas gubernamentales, entre otras. Evidentemente, una de las variables que más puede controlar el agricultor, es la correcta ejecución de actividades y utilización de recursos, con un consecuente efecto en los costos.

En ese contexto, la contabilidad de gestión es una herramienta imprescindible, aun cuando no es una metodología que permita incrementar mecánicamente la rentabilidad, es una herramienta básica para controlar las actividades, sus costos y mejorar la toma de decisiones.

Con ese objetivo se ha desarrollado el curso "Contabilidad de Gestión", orientado a capacitar a los productores y profesionales del sector agropecuario, en herramientas que permitan tomar mejores decisiones de producción.



8:30 – 9:00

Recepción e Inscripciones

9:00 – 11:00

Contabilidad de Gestión

El objetivo de esta sección es presentar los fundamentos de la contabilidad de gestión, incluyendo su relación con contabilidad financiera y definiciones de tipos de costos como base de un sistema de control de gestión.

11:00 – 11:30

Coffee Break

11:30 – 13:30

Conceptos e Indicadores de Costos

Se analizarán las diferencias entre el costo de oportunidad y costo histórico; costo variable y fijo, costo estándar y real, costo directo e indirecto y gastos generales. Se definirá los criterios para asignación de costos indirectos y gastos generales a las actividades propias del negocio.

13:30 – 14:30

Almuerzo



14:30 – 16:30

Centros de Responsabilidad.

Se definirá un Centro de Responsabilidad y se describirá su rol en la estructura de la empresa, mecanismos para incentivos y evaluación de desempeño del personal. Se definirá la importancia de establecer adecuadamente los precios de transferencia entre los Centros de Responsabilidad y su impacto en el análisis final de la empresa.

16:30 – 17:00

Coffe Break

17:00 – 18:30

Uso de Información en la toma de decisiones

Se presentará la importancia del uso periódico y permanente de la información del sistema de control de gestión. Se desarrollarán ejemplos.



Gonzalo Vargas Otte, es Ingeniero Agrónomo de la P.U.C., Master en Administración de Empresas y Master en Economía Agraria de la Universidad de California. Actualmente se desempeña como Profesor y Director del Departamento de Economía Agraria de la P.U.C. Ha participado en variados proyectos y escrito numerosas publicaciones relacionadas con el sector lechero en Chile y ha dictado variados cursos para el programa de Gestión Agropecuaria de Fundación Chile.

Curso Contabilidad de Gestión

ORGANIZAN



CORPADECO

Fundación Chile

Fecha

Jueves 16
de Diciembre 1999

Lugar

Universidad Católica del Norte
Calle Larrondo 1281
Campus Guayacán
Coquimbo

Valor

\$30,000 por persona
Incluye almuerzo y coffee break

Inscripciones

Pablo Pinto
Edgardo Escobar

Dirección

Gabriel González Videla 1630,
La Serena

Teléfonos: (51) 215788
(51) 223011
(51) 210425

HOSPIOD



COLABORAN



Junta de Vigilancia
Río Choapa

Asociación de Canalistas
Embalse Recoleta
"ACER"

CURSO FINANCIADO



Programa Gestión Agropecuaria
Fundación Chile

Resultados Encuesta **Curso: “Contabilidad de Gestión”**

LA SERENA

16 de diciembre de 1999
Departamento Agroindustrial
Fundación Chile

**Resultado Encuesta Curso: "Contabilidad de Gestión",
Realizado en La Serena. 16 de diciembre de 1999**

1. ¿Cómo calificaría la organización del Curso en una escala de 1 a 7?. ¿Por Qué?.

Nº	Nota	
1	6	Creo que fue bueno fusionar los conocimientos de agronomía del expositor y economía, ya que da un enfoque más general y no tan específico de ambos temas.
2	7	Suficiente información relacionada al curso, buen apoyo escrito y visual, puntualidad en horarios y seriedad.
3	-	
4	6	Por una buena organización y puntualidad en su desarrollo.
5	7	Se preocuparon de todos los detalles para llevar a efecto este excelente curso.
6	6	Por organización, puntualidad, atención, profesionalismo.
7	6,5	Buena organización, poco el tiempo.
8	7	Los horarios cumplidos casi al estilo inglés.
9	7	Durante el curso la organización ha sido muy buena y agradable.
10	7	Porque no se han producidos descoordinaciones.
11	7	Excelente calidad del expositor, equipos audiovisuales, buena calidad de fotocopias e información al público y comodidades a la audiencia (almuerzo, café etc.). Excelente calidad de sala (ventilación, audio, luz).
12	7	Los break se hicieron a tiempo, el lugar es el adecuado.
13	7	Creo que es un curso bien organizado, ya que los materiales de apoyo, carpeta, material audio visual nos ayuda a entender mejor.
14	7	Buen material de apoyo, buen lugar de trabajo.
15	7	
16	7	Ordenado y bien organizado.
17	7	Ajustados los temas y los tiempos.
18	7	
19	6	
20	5,5	Es muy escaso el tiempo para tratar a un mejor nivel de profundidad de acuerdo a lo que el programa del curso ofrece. La logística estuvo bien.
21	7	Buen material didáctico y organización.
22	7	Bastante explicativo me gusto por el desarrollo administrativo y gestión.
23	7	Porque se lograron los objetivos planteados en el inicio del curso.
24	7	El curso se desarrollo adecuadamente a lo planteado.
25	7	
26	6	Muy buena la organización, solamente el tiempo fue poco para las características del tema.
27	6	
28	7	
29	7	Bien organizado
30	7	Cumplimiento del programa.
31	6	Faltaron conceptos básicos de contabilidad.

- 32 7 Porque la forma de plantear el tema fue muy amena y el o los expositores dominan el tema.
- 33 7 Buena organización, facilidad de participación e incentivo.

Resultado pregunta N° 1:

Promedio	6,72
Desv Estan.	0,47
Moda	7,0
Máx.	7,0
Mín	5,5

2. ¿Cómo calificaría la exposición del Relator Sr. Gonzalo Vargas en una escala de 1 a 7?
¿Por Qué?

Nº	Nota	
1	6,5	Considero que fue muy claro pero también un poco ambiguo en algunas cosas donde no toma una postura específica.
2	7	Excelentes conocimientos del tema. Expresión clara.
3	-	
4	6	Buena presentación, creo que faltó más tiempo y profundidad.
5	7	Su docencia lo hace ser muy ameno, la exposición fue bien llevada y muy clara en el análisis de los conceptos.
6	6	Por claridad en los conceptos.
7	7	Claridad en la exposición y utilidad de conceptos entregados.
8	7	Su exposición es extremadamente clara, entrega eficientemente el objetivo de cada punto y en especial la relación con la práctica lo que no es muy común.
9	7	Es un excelente profesional, además sus explicaciones son muy educativas.
10	7	Es una persona preparada en temas económicos agrícolas.
11	7	Muy claro, lenguaje apropiado y desarrollo. Excelente dominio de los temas expuestos. Muy buena presentación y disposición a contestar preguntas. Controla ánimo de la audiencia para beneficio del desarrollo de la exposición.
12	6	Falta una mayor solidez en los conocimientos de costos y contables.
13		Me parece muy buena, bastante amena.
14	7	Conceptos claros, dominio del tema, buenos ejemplos.
15	7	Buena exposición clara y objetiva.
16	7	Agradable y claro en la exposición.
17	7	Particularmente por mantener la atención a pesar de ser único relator.
18	7	Claro, preciso y preparado para responder dudas, Felicitaciones.
19	6	
20	6	Repetitivo en ciertos temas. Podría desarrollar una metodología un poco más dinámica. Excelente dominio de las materias.
21	6	Tal vez faltó ejemplificar casos confusos, se dio hincapié a la definición de términos y poco al desarrollo de gestión práctica.
22		Bastante positivo lo encontré un tanto serio ya que son muchas horas el curso y se necesita un poco más de humor para ser más entretenido.
23	7	Por su capacidad pedagógica y simple en los términos, acompañado de situaciones reales y cotidianas.
24	7	Por su conocimiento y capacidad para transmitir estos a los participantes.
25	6	Faltó claridad sobre algunos puntos de gran importancia.
26	7	Amplio dominio del tema.
27	6	
28	7	Claro en la exposición de los conceptos.
29	6	Existieron temas en los cuales el tiempo de exposición y análisis fue un poco excesivo.
30	7	Conocimiento dominio del tema explicaciones y ejemplos simples y entendibles para los participantes.

- 31 7
- 32 7 Porque la contabilidad muchas veces en el rubro agrícola se hace muy deficiente por desorden y desconocimiento. Ahora el expositor hizo con muchos ejemplos la conexión entre contabilidad y el sector agrícolas.
- 33 7 Buen dominio del tema, sencillez de su exposición para llegar a un auditorio heterogéneo.

Resultado pregunta N° 2:

Promedio	6,68
Desv Estan.	0,46
Moda	7,0
Máx.	7,0
Mín.	6,0

3. ¿Cómo calificaría en una escala de 1 a7 los contenidos presentados durante el Curso? y
¿Cuáles podrían ser mejorados y aclarados?

- (1) Contabilidad de Gestión
- (2) Conceptos e Indicadores de Costos
- (3) Centros de Responsabilidad
- (4) Uso de Información en la Toma de Decisiones

Preg	Nota				
1	6,5	6,5	6,5	6,5	
2	6	6	6	6	Considero que en todos se debiera ahondar, cuestión de tiempo.
3	7	7	6	7	
4	6	6	5	6	
5	7	6	7	7	(2) Conceptos indicadores de costos, debieran ser con un ejercicio práctico.
6	5	5	6	6	
7	7	7	7	7	Hizo falta un estudio de casos.
8	7	7	7	7	
9	7	7	7	7	Creo que son lo justo para este curso, también están bien complementados con materiales para trabajar, durante el curso y de mejorar algunos creo que no.
10	7	7	7	7	
11	5	5	5	5	(4) Se debiera profundizar en el tema de aplicación de la información, ojalá en un segundo curso.
12	6	6	7	6	
13	6	6	6	6	
14	7	7	7	7	
15	7	7	7	7	
16	6,5	6	6		Centros de Responsabilidad
17	7	7	7	7	Ejemplificar con casos reales, en lo posible o bien ejemplos adecuados a diferentes niveles de tamaño de empresa
18	6	6	4	7	Definiciones de Centros de Responsabilidad deberían tratarse en forma más lenta y detallada.
19	6	6	6	6	
20	6,5	6,5	6,5	6,5	Los contenidos están bien, pero se requiere en todos una mayor profundización y por lo tanto mayor tiempo mínimo de 2 días.
21	7	7	7	6	
22	7	6	6	7	
23	7	7	7	7	Del punto de vista del objetivo y nivel del curso lo anterior estuvo muy bien.
24	7	7	6	7	(3) Es un poco difícil.
25	-	-	-	-	
26	7	7	7	7	Excelentes temas, falta más tiempo poco ejercicios (taller)
27	6	6	6	6	
28	7	7	7	7	Usar el término Costo/unidad de Producción v/s Costo/ha. Es menos equívoco.

- 29 6 6 5 7 En el tema 3 la exposición fue demasiado larga.
- 30 7 7 6,5 7 Centros de Responsabilidad aclararlos.
- 31 6 7 7 7
- 32 7 7 7 7
- 33 6 6 6 6 No le pongo un 7 porque uno se queda con gusto a poco, ojalá prontamente pudiéramos desarrollar más ejemplos sobre los temas y profundizarlos.

Resultado Pregunta N° 3.

	(1)	(2)	(3)	(4)
Promedio	6,52	6,47	6,36	6,61
Desv Estan.	0,60	0,61	0,77	0,54
Moda	7,0	7,0	7,0	7,0
Máx.	7,0	7,0	7,0	7,0
Mín	5,0	5,0	4,0	5,0

4. ¿Qué nuevos temas estima Ud. que deberían ser abordados en futuros Cursos relacionados con la gestión en el sector agrícola?

- 2 Comercialización.
- 4 Comercio Agrícola. Mercados Agrícolas
- 5 El tema tributario, en algunos casos en que existe la relación Gestión con lo Tributario
- 6 Profundizar en Contabilidad de Gestión en nivel de administradores.
- 7 Marketing agrícola.
Planificación Estratégica
- 8 Temas relacionado con el mercado y comercialización de las aguas.
- 9 Solamente ampliar un poco más el tiempo de este curso para poder estudiar en casa el material entregado.
- 10 Temas de comercialización y futuros mercados para productos nuevos en temática agrícola
- 11 Control de calidad total.
Cómo incentivar a los empleados.
Cómo dirigir equipos de trabajo.
Cómo delegar.
Presentación de proyectos.
- 12 Interpretación de la información de Mercado agrícola.
- 13 Aprovechamiento Recurso Hídrico.
Comercialización.
- 14 Comercialización.
Calidad.
- 15 Los mismos pero en forma de taller con ejercicios o aplicación de conocimientos.
- 16 Administración Agrícola.
Formulación y evaluación de proyectos.
- 17 Estilos de dirección.
Profesionalización mandos superiores y medios en el sector agrícola.
- 18 Nociones acerca de la elaboración de proyectos.
- 19 Administración de personal y financiero.
Comercialización de productos agrícolas.
- 20 Análisis de casos reales para los temas tratados.
Gestión estratégica y planificación.
Uso de software a través de talleres en casos reales.
- 21 Desarrollo de Proyectos.
- 22 La unión entre los agricultores que puedan reunirse para defender sus negocios.
- 23 Un aspecto importante en la agricultura es el número de personas que ocupa las diferentes áreas productivas, por lo que se hace muy necesario el tema de los recursos humanos y como comercializar mejor del punto de vista de la cadena productiva.
- 24 Comercialización porque es un área tremendamente importante y en donde los agricultores están más desprotegidos.
Recursos Humanos.

- 25 Manejo de recursos humanos.
- 26 Evaluación de proyectos.
Alternativas agroindustriales de la IV región.
Comercialización.
Exportaciones de productos agropecuarios.
- 27 Evaluación de proyectos para toma de decisiones de inversión.
Manejo de Recursos Humanos para mejorar su productividad
Análisis de Gestión en caos reales tipo taller
Uso de Software de Gestión Agrícola.
- 28 Como integrar hacia delante a los productores de Materia Prima hacia productos con mayor valor agregado.
- 29 Planificación Estratégica.
Comercialización (Manejo de la 4 P).
Calidad Total de los procesos.
- 30 Comercialización
Contabilidad y presupuesto financiero y producción.
Mejoramiento de costos.
- 31 Procedimientos Contables.
- 33 La parte de comercialización e inversiones (Evaluación de Proyectos)

5. Finalmente, agradeceremos que nos pueda indicar algún comentario que usted estime pertinente relacionado con el Curso.

- 2 Difusiones de organizaciones auspiciadoras en otra oportunidad
- 4 Me hubiese gustado haber tenido talleres.
- 7 Excelente iniciativa
- 8 Felicitaciones (2)
- 10 Felicitaciones, hubo una importante respuesta de los asistente tanto en participación como asistencia (No es habitual en estos tiempos)
- 11 Sería preferible dejar las consultas para el final de cada sección, ya que hubo discontinuidad en el tema para aprovechar más los conocimientos del expositor.
- 12 Tratar algún tema adicional dentro del mismo curso para hacerlo más ameno.
- 16 Excelentes temas tratados, ojalá que se repita a menudo.
- 17 Efectuarlo en los meses en que no exista tanta presión de trabajo (meses de cosecha).
- 18 Se debieran realizar ejemplos en el curso para aplicar conceptos.
- 19 Hacer algunos ejercicios.
- 20 Se requiere un proceso pensando que estos son instancias de encuentro, donde se pueda hacer algunos ejercicios o trabajos de análisis y discusión grupal.
- 22 Falta la parte comercial tenemos mucha teoría pero en la práctica tiene muchas variantes.
- 24 Clarifica mucho y aporta muchas ideas para mejorar la gestión de la empresa.
- 25 Por la temática el curso debió ser de una duración mayor para lograr abordar a fondo el tema.
- 29 Se debería tratar de homogeneizar el nivel de los participantes dado que se podría focalizar el curso y sacar un mayor provecho.
- 31 Buen nivel del expositor, aulas, etc., En general muy bueno.
- 33 Ojalá podamos contar con más cursos como este a futuro en nuestra región. Espero que este sea el inicio de una larga serie de cursos de capacitación dentro del ámbito económico y también tecnológico.

Programa Gestión Agropecuaria
Fundación Chile

PROYECTO FIA - CORPADECO

Gestión Comercial

en Hortalizas
Procesadas,
Cítricos y
Aceite de Oliva



El Programa Gestión Agropecuaria se desarrolla
en el marco de un convenio entre el Ministerio
de Agricultura de Chile y Fundación Chile.

LA SERENA, 10 de Agosto de 2000

Centro de Gestión Empresarial

Corpadeco, IV Región

El objetivo del Centro es transformarse en una unidad estratégica de servicios para la empresa agrícola con acento en la solución de problemas ligados a la administración predial, el manejo financiero, la comercialización, la obtención de información y la gestión integral de la empresa agropecuaria.

El Centro Empresarial Corpadeco entrega variados servicios con asesorías tanto directas como indirectas por medio de Internet (www.corpadeco.cl). Actualmente se encuentran a disposición de los usuarios del centro los servicios de:

- **Sistemas Control de Gestión:** Software de control de ingresos y costos, que permite analizar la rentabilidad, productividad y otros indicadores económico-financiero del predio, con asesoría y soporte

permanente en la región que permitirán mejorar la administración de la empresa.

- **Mercados regionales:** información día a día de los productos transados en los mercados mayoristas hortofrutícolas de La Serena, Ovalle y Santiago.
- **Negocios en Internet:** Sistema interactivo de conexión entre empresas en red de negocios para la compra, arriendo y venta de productos, insumos y maquinaria.
- **Mercado de trabajo:** Información de empleos ofrecidos y solicitados.
- **Asesoría, proyectos y giras:** Formulación de proyectos para financiamientos públicos y privados. Giras de captura tecnológica hasta la obtención de financiamiento y el posterior seguimiento.

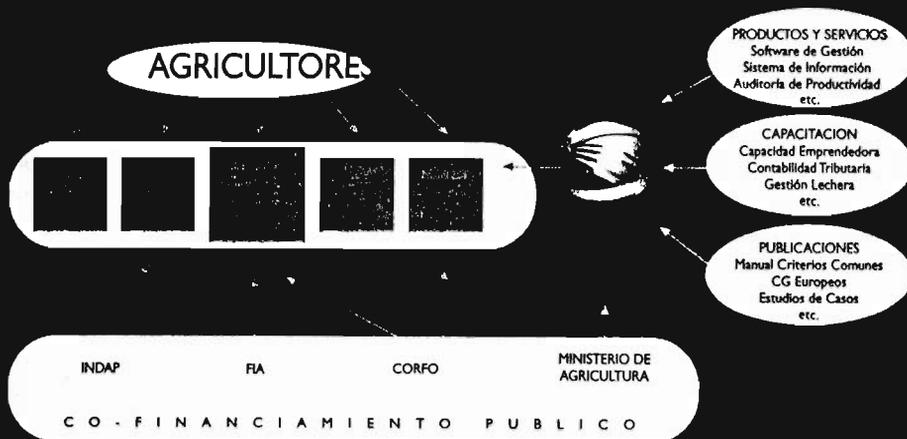
RESEÑA DEL PROGRAMA DE GESTIÓN AGROPECUARIA

Fundación Chile es una corporación de derecho privado, sin fines de lucro, creada en 1976. Su objetivo es desarrollar programas y actividades innovadoras, transfiriendo tecnologías que contribuyan al mejor aprovechamiento de los recursos naturales y al desarrollo de capacidades humanas y productivas de Chile.

En conformidad con su misión Fundación Chile está ejecutando, desde 1998, el Programa de Apoyo a la Gestión Agropecuaria en Chile, que cuenta con el financiamiento del Ministerio de Agricultura.

La misión del Programa es contribuir al mejoramiento de la gestión agropecuaria nacional, desarrollando y transfiriendo metodologías aplicadas en gestión, a través de productos y servicios que sean de amplio uso y de acuerdo a las necesidades de los grupos asociativos de agricultores.

El Programa ha apoyado a Centros de Gestión, PROFOS, Centros de Gestión vinculados a INDAP, Grupos de Transferencia Tecnológica (GTT), agricultores vinculados a Programas de Desarrollo de Proveedores (PDP) y otros que puedan establecerse en el futuro.



Reseña del Curso

• Objetivo del Curso

El curso "Gestión Comercial en Hortalizas Procesadas, Cítricos y Aceite de Oliva" busca capacitar a productores y profesionales, vinculados al Centro de Gestión Corpadeco, en herramientas que les permitan definir comercialmente sus actividades, como también evaluar estratégicamente la entrada o no a un negocio o rubro en particular.

• Contenido

• Mercados Mayoristas Hortofrutícolas

En este módulo se analizarán las tendencias del consumo de hortalizas y frutas, los tipos de comerciantes mayoristas y las funciones asociadas, la situación de los Mercados Mayoristas en Santiago, así como se analizará la gestión mayorista en diferentes casos planteados.

• Gestión Comercial en el Negocio de las Hortalizas Procesadas.

Se dará un enfoque estratégico con antecedentes concretos, sobre la situación de las hortalizas y las oportunidades existentes en el ámbito de la agroindustria

hortícola: Qué productos, qué mercados y qué camino habría que seguir.

• Perspectivas del Negocio del Aceite de Oliva.

En este módulo se abordarán aspectos del mercado internacional del Aceite de Oliva y orientación del negocio desde una perspectiva país.

• Mercado de Productos Cítricos

El objetivo de este módulo es conocer, para limones y mandarinas, las características del Mercado Interno (tendencias de la oferta, tendencia y estacionalidad de los precios en mercados mayoristas, precios según calidad, tendencias del mercado) y el mercado de Exportación (análisis del volumen y valor de las exportaciones según época y destino, tendencias del mercado).

• Exportación de Hortalizas frescas al Mercado Argentino: Perspectivas y Oportunidades

En este módulo se abordarán aspectos generales del mercado hortícola argentino, ventanas físicas y diferenciales de precios para las principales especies de producción regional, aspectos de calidad, costos de comercialización, márgenes de utilidad y aspectos operativos de la región comercial con compradores argentinos.

8:30 - 9:00

Recepción e Inscripciones

9:00 - 9:30

Inauguración. Programa Centro de Gestión Corpadeco, Programa Fundación Chile.

Costos para la toma de decisiones en producción hortícola.

Sr. Flavio Araya M. (Fundación Chile)

9:30 - 11:15

Mercados Mayoristas Hortofrutícolas Sr. Gastón Bruna D. (Universidad de Chile).

11:15 - 11:30

Coffee Break

11:30 - 13:15

Perspectivas del Negocio de Aceite de Oliva.

Angela Casté C. (Fundación Chile)

13:15 - 14:15

Almuerzo

14:15 - 15:45

Gestión Comercial en el negocio de las Hortalizas Procesadas

Sr. Raúl Dastres A. (Consultor Fundación Chile, Director DiG Ltda)

15:45 - 16:00

Coffee Break

16:00 - 17:30

Mercado de Productos Cítricos. Limones y Mandarinas.

Sr. Gastón Bruna D. (Universidad de Chile)

17:30 - 18:45

Exportación de Hortalizas frescas al Mercado Argentino: Perspectivas y Oportunidades

Sr. Osvaldo Vallejo G. (Inia Intihuasi)

18:45 - 19:00

Cierre del Curso. Centro de Gestión Corpadeco

curso
Gestión Comercial
en Hortalizas Procesadas,
Cítricos y Aceite de Oliva

Fecha: Jueves 10 de Agosto de 2000

Lugar: Universidad Católica del Norte
Calle Larrondo 1281
Campus Guayacán
Coquimbo

Valor: \$ 35.000 por persona
Incluye almuerzo, coffee break
y material de trabajo.

Inscripciones: Pablo Pinto
Ana Hernández

Dirección: Gabriel González Videla 1630
La Serena

Teléfonos: (51) 215 788
(51) 223 011
(51) 210 425

Email: corpadec@entelchile.net
www.corpadeco.cl

- Angela Casté C. Ing. Agr. Jefe Programa Olivícola de Fundación Chile. Dentro del mismo programa se desempeña, en forma complementaria, como Gerente del Profo "Aceite de Oliva" constituido por un núcleo de empresas.
- Gastón Bruna D. Ing. Agr. Economista Agrario y Especialista en Comercialización y Marketing de Productos Agropecuarios. Profesor de la Cátedra de Comercialización en la Carrera de Agronomía, Universidad de Chile.

- Raúl Dastres A. Ing. Agr. Diplomado en Gestión, Consultor Fundación Chile. Director de Consultora en Agronegocios DiG Ltda. Productor de hortalizas, espárragos, cultivos anuales, arándanos, bovinos de carne y plantas de vivero.
- Osvaldo Vallejo G. Ing. Agr. U de Chile, Master of Science C.I.H.E.A.M España, Diplomado en Marketing Alimentario CEPADE, Universidad Politécnica de Madrid. Coordinador Departamento de Gestión y Sistemas Productivos, INIA Intihuasi.

Auspician



Colaboran



Organizan



Productores regionales proyectan elaborar leche de cabra en polvo

La iniciativa está inserta dentro de los Fondos de Innovación Agraria que dispone la institución para los empresarios de la zona.

La Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo, Corpadeco, junto a diversas entidades privadas y la Universidad de La Serena, está implementando la etapa final del proyecto de elaboración de leche de cabra en polvo. "Para lanzar este producto al mercado debemos fabricar algo que sea aceptable para el consumo humano, o sea, que tenga buen gusto. Ahora, el Servicio Nacional de Salud evaluará los valores nutritivos de las muestras que mandemos y desde ahí podremos saber con certeza lo que estamos ofreciendo", contó el ingeniero civil industrial, Jorge Fredes.

"La ventajas de la leche caprina es que tiene más calcio que la de vaca, gran similitud con el alimento del pecho materno, no posee lactosa, o sea es más digerible y no provoca problemas gastrointestinales", agregó.

Fredes dijo que lo único que no habían previsto, hasta el momento, era el aspecto del precio. "Todo depende de la oferta y la demanda que se dé en el mercado, porque el producto que comúnmente se vende en los supermercados se elabora de la misma manera que lo hacemos nosotros. El precio de la leche de vaca se transa a 80 pesos y la de cabra a 180. Lo anterior es

una desventaja, pero también una oportunidad porque los productos caprinos están considerados como una exquisitez y la gente está dispuesta a pagar más por ellos".

"Los derivados caprinos están catalogados como uno de los más finos. Por ejemplo, el queso de cabra está a \$7.500 y el de vaca a 3.000 el kilogramo", acotó.

Los ganaderos que están trabajando en el proyecto se encuentran en Tulahuén, Los Aromos, Ovalle y Choapa. "Vamos a trabajar con la ULS solamente en la etapa de experimentación, porque después viene la de inversión en la cual tenemos que

buscar capitales regionales, nacionales o internacionales para poder instalar la planta elaboradora a gran escala".

Una de las falencias que podría tener el artículo es la estacionalidad en la producción de la materia prima, pero este problema, en parte, se encuentra solucionado porque los integrantes de la Asociación de Productores Caprinos se encuentran en bajo riesgo, lo que asegura la elaboración de leche durante todo el año. Además, existen otros crianceros que están desarrollando más plantales y praderas.

OTRAS INICIATIVAS

En la comuna de Río Hurtado también se están habilitando unidades demostrativas de manejo intensivo del ganado caprino de tipo lechero para fomentar el uso sustentable de este recurso productivo. Esto supone la habilitación de una unidad experimental en el Liceo Jorge Iribarren Charlin, que estudiará la introducción de nuevas razas productoras de leche (anglonubian y alpina), a través de inseminación artificial y del ensayo de forrajeras de altos niveles de pro-



Jorge Fredes explicó algunas de las iniciativas que está desarrollando la institución.

ductores caprinos del sector por medio del trabajo directo con la comunidad experimental; se mejorará la infraestructura de producción de queso en el colegio antes mencionado y se transportará la leche en un vehículo con cámara refrigerada.

"Dentro del área agrícola, también, estamos trabajando con el Alocé, que no se sabía si funcionaba en Chile o en la región. Ahora estamos elaborando gel a partir de esa especie. En todo caso, estamos viendo si este artículo tiene mercado ya que en el país lo compran como extracto. Creemos, en todo caso, que nos va a ir bien porque es algo

novedoso", explicó Jorge Fredes.

Otra iniciativa de Corpadeco es el Centro de Gestión Empresarial que es una unidad estratégica de servicios para los agricultores. El objetivo de esto es solucionar los problemas ligados a la administración predial, al manejo financiero y la comercialización. Para esto la entidad ofrece un software de control, que es una herramienta que administra ingresos y costos; entrega información de los mercados regionales; negocios en internet y asesorías en diversos pro-



MIYEL DA



Comercializarán leche en polvo de cabra

MIYEL DA

a Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo, Corpadeco, es una entidad dada sin fines de lucro. Su objetivo principal es canalizar los recursos disponibles en la zona, proteger el medio ambiente y el ecosistema que nos rodea.

La organización de la institución recae en un directorio de empresas, más dos representantes del gobierno regional que son nombrados por el presidente. "Esto la hace diferente a cualquier organización de este tipo en Chile, ya que incorpora al Estado para potenciar en conjunto una serie de proyectos que presionan a las dos partes", explicó Cristián Buzeta, presidente ejecutivo del directorio de Corpadeco.

Sence, Indap y el Fosis", indicó Jorge Fredes, profesional de la organización.

"Fundamentalmente somos agentes operadores de Corfo. Aquí en la región existen dos, que son Sercofec, que es público, y nosotros, que vemos la parte privada. Todo lo que es fomento se traspasó a la primera institución, como era natural, pero se dieron cuenta de que los privados no estaban aprendiendo mucho, puesto que las iniciativas eran muy débiles, entonces nació la idea de incorporar a los empresarios como sus ejecutores y ahí entró Corpadeco", dijo.

TRABAJO CON CORFO

Los instrumentos que maneja la institución son los de Fomento, los Fondos de Asistencia Técnica, el Programa de Desarrollo de Proveedores, los FATs y el FDI.

La primera propuesta se relaciona con el área agrícola e industrial. Estos son planes asociativos de al menos 5 productores de bienes y servicios tendientes a solucionar problemas comunes que, por su naturaleza y magnitud, no pueden ser resueltos indivi-

dualmente. Los requisitos para poder acceder es pertenecer a las Pymes, con ventas netas anuales entre las 2.400 y 100.000 Unidades de Fomento.

Los FATs están vinculados fuertemente con la parte del riego, gestión y producción agrícola. "Este es uno de nuestros fuertes. El año pasado movimos alrededor de 200 millones de pesos en ese sector. Nosotros estamos coordinados con casi todas las juntas de vigilancia de la zona, que suman unos 12 mil asociados. A estas les adjudicamos casi el 70% de los Fondos de Asistencia Técnica", explicó Jorge Fredes.

El Programa de Desarrollo de Proveedores, PDP, que busca aumentar la competencia de las cadenas pro-

Corpadeco, organización para el desarrollo regional

A fines de 1993 se juntaron entes privados y públicos para crear una entidad que fomentara el crecimiento económico de la zona.

ductivas nacionales, a través de la creación y la consolidación de relaciones de subcontrataciones estables, contempla una etapa de diagnóstico y otra de gestión.

Otra iniciativa es el FONTEC, que es el Fondo de Desarrollo Tecnológico y Productivo. Este organismo fue creado por Corfo que, a través de cinco líneas de cofinanciamiento, apoya la ejecución de proyectos de innovación tecnológica, de transferencia de conocimiento y de adquisición de infraestructura. Las empresas que pueden acceder son las productoras de bienes y servicios que acrediten capacidad técnica, administrativa y financiera en la

ejecución y materialización de los planes.

Por último, está el Programa de Apoyo a la Gestión, que es un instrumento que cofinancia la contratación de consultoría externa especializada en productividad y calidad para firmas de mediano tamaño. Dicho estudio debe orientarse a desarrollar un proyecto de modernización que se traduzca en mayor eficiencia de los procesos y en el mejoramiento de la calidad de lo que se elabora.

"Uno de los mayores logros que hemos efectuado a través de los instrumentos de la CORFO son la mejora de infraestructura de riego. Gracias a los planes se han pavimentado varios canales. Antes la seguridad de agua en la agricultura era de un 25%,



Cristián Buzeta, presidente ejecutivo de Corpadeco.

ahora es de un 85%. La situación de la zona no es como la del sur, ya que ellos se preguntan qué van a hacer, nosotros nos cuestionamos cómo vamos a regar para cultivar algo. Las obras de almacenamiento del vital líquido están, pero se requiere de una buena conducción, y ahí está la importancia de los planes", sostuvo el profesional de Corpadeco.

INNOVACION AGRARIA

Otro punto que maneja la Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo es el Centro de Gestión Empresarial, que es un proyecto que se está ejecutando conjuntamente con la Fundación de Innovación

Agraria, FIA, del Ministerio de Agricultura.

Esta iniciativa tiene como fin transformarse en una unidad estratégica de servicios para la empresa agrícola. Lo que se pretende solucionar son los problemas ligados a la administración de tierras, el manejo financiero, la comercialización, obtención de información y la gestión integral de la entidad.

El centro entrega, de acuerdo a las nuevas tecnologías, varios servicios con asesorías directas y por internet. Actualmente se encuentran a disposición de los empresarios el software de control de gestión, que permite analizar la rentabilidad, productividad y otros indicadores económico-financieros del predio

agrícola; información de mercados regionales que cada día la transacción de productos mayoristas, frutícolas, trancados y Serena, Ovalle y San negocios en internet, un sistema interactivo conexión entre las firmadoras, clientes y productores conectados a los negocios para la arriendo y venta de santos descuentos, proyectos y giras que las iniciativas de fomento público o privado, por último, están las de trabajo y negocios organizan seminarios de capacitación empresarios y asesorados con el área agri-

Los socios de la entidad son la Compañía Minera del Pacífico, las universidades de La Serena y Católica del Norte, Infoland, Ingservtur, Pisco Capel, Escco, Emec, Sociedad Agrícola del Norte, Asociación de Canalistas del embalse recoleta, Junta de Vigilancia del río Choapa y la del río Elqui.

"La entidad es dirigida por el presidente que ve toda la parte ejecutiva. A la vez, hay una contraparte técnica que la componen 13 profesionales que ven directamente algunas iniciativas o que ejecutan los programas que tenemos a cargo. También trabajamos con algunas instituciones públicas como la Corporación de Fomento de la Producción, con el Fondo de Innovación Agraria,



Ahora con agua potable

Sitios urbanizados sobre 5000 m² con acceso controlado y calles interiores pavimentadas • Canalización subterránea de electricidad, T.V. Cable y teléfono • Intercomunicación desde cada sitio a través de citófono y portero automático

- Abastecimiento de agua potable Escco y agua de riego independientes, por red subterránea a cada sitio • Paisajismo con palmeras
- En la falda del Cerro Grande, entorno totalmente natural • A 10 minutos del centro de la Serena y colegios importantes adyacentes
- Atractivo sistema de financiamiento y descuentos por pago contado.

"Consulte por Promoción"



Centro de Gestión Empresarial:

CONTROL DE GESTIÓN E INFORMACIÓN PARA AGRICULTORES DEL LIMARÍ

Dedicado al área agrícola, pero sobre todo, para el control de la gestión y manejo de la información del pequeño y mediano empresario del Limarí, se creó un nuevo Centro de Gestión Empresarial o CEGE que ya lleva funcionando más de un año. Patrocinado por CORPADECO (Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo), agente operador CORFO, cuenta con el financiamiento del Ministerio de Agricultura a través de la FIA (Fundación para la Innovación Agraria).

Se trata de un Centro de Gestión, que proporciona un servicio, que según se analizó en Corpadeco y en el FIA, no ha sido bien cubierta, como es el área del Control de la Gestión.

Pablo Pinto Cornejo, Ingeniero Comercial y Gerente del proyecto, explica que cada empresa se puede dividir en 3 áreas: la productiva, la comercial y el control de gestión, y que es esta última parte la que siempre se olvida, y que tiene que ver con la administración de la empresa, el manejo de la información, el contacto con otras empresas y la utilización de algunos instrumentos, ya sean de fomento, productivos o giras tecnológicas, entre otros. Por esta razón, señala, «la idea de nuestro Centro de Gestión, es brindar este apoyo, enfocados básicamente a lo que son los pequeños y medianos empresarios, esto es, según definición de la CORFO, aquellos que superan los requisitos de INDAP, es decir, que son normalizados y superan un nivel de ventas y que, en general, tiene un negocio que puede ser pequeño pero que tiene proyecciones de crecimiento».

LA GESTIÓN

El servicio que brindan tiene relación con tres áreas: una con el área de Gestión. Para esto han desarrollado con un sistema de control de información, un programa computacional, para la administración de las empresas, denominado Software Integral de Gestión (SIG). Esta herramienta tiene la ventaja, fundamental, de que está pensado para pequeños y medianos empresarios, más aún, de ellos partió esta iniciativa.

El proyecto comenzó con 7 empresas, entre las que figuran, Agrícola e Industrial Agroindustrial Sañumo, Agrícola e Industrial Agronova, Agroindustrial Los Aromos y Agroindustrial Tamaya, entre otras, con las cuales se levantó un conjunto de necesidades, para luego desarrollar el programa que les permitirá controlar fácilmente, su gestión, manejar los costos, las ventas, el inventario, la parte productiva como rendimiento, e incluso, adicionalmente si algún empresario lo requiere, agregar la parte contable.

Así el SIG se implementa en cada empresa que participa en este proyecto, entregándoles la ayuda necesaria para armar y mejorar todo el sistema interno de administración de su empresa, a través de una serie de visitas técnicas que les permiten ir diagramando el conjunto de labores que el software cumple.

Cómo funciona el software

Sin grandes ambiciones, sólo pretende ayudar a la gestión, y cualquier empresario puede acceder a él, mediante una cuota mensual o simplemente,



Pablo Pinto Cornejo, Gerente del Centro de Gestión Empresarial de Corpadeco.

te, comprándolo. La ventaja sobre otros más completos y complejos, es que éste posee soporte en la zona. Los otros, además, son muy caros y difíciles de trabajar. Este es simple, accesible y con soporte en la zona. La idea es que el mismo empresario pueda utilizar y trabajar con este programa. La idea es ofrecer el SIG a un precio accesible para los empresarios de la zona.

LA INFORMACIÓN

La segunda área, en la que trabaja este CEGE, es la de la información que es brindar a los agricultores datos que les sirvan para su toma de decisiones. Esta información se traduce en tres tipos: precios de productos agropecuarios; precios de los mercados de la IV Región, Quinta y de Santiago, muchos de los cuales son recolectado por personal propio del Centro de Gestión; precios de productos del área de insumos agrícolas, con la idea de asesorar técnicamente en la adquisición de estos productos; e información de mercado, para la creación de algún tipo de negocio.

También en esta área desean comenzar a entrar poco a poco a utilizar Internet, es decir, entregar todos los datos antes mencionados a través de esta gran red internacional. «La idea», como lo señala su Gerente, «es ingresar en esta base de datos toda la información de manera que el empresario a cualquier hora, de cualquier lugar pueda, mediante un sistema de seguridad, pueda ingresar y tener esta información clasificada. En esto último queremos crear una vitrina virtual, algo así como los portales, pero mucho más aterrizado al área agrícola,

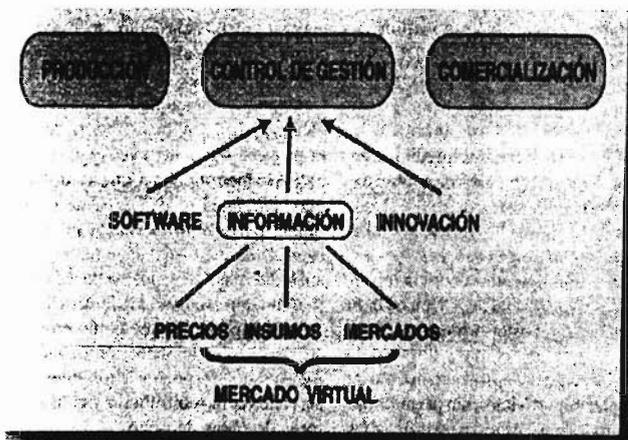
donde cada empresa puede productos y mostrarlos, la ventaja de esto es que el sistema abierto, o sea que si conoce la dirección puede ir y visitar a las empresas».

A LA VANGUARDIA

La tercera área, en la que se trabaja es la innovación, donde se trabaja estrechamente con los empresarios, la formulación de productos innovativos, giras tecnológicas, cualquier instrumento de esa naturaleza a los cuales se puede acceder vía CORFO, FIA u otros.

Pero ¿qué relación tiene esto con el Centro de Gestión con la A.C.E.R.? «Este proyecto es patrocinado por la A.C.E.R. y cuenta, además, con el apoyo de las Juntas de Vecinos de los ríos Choapa, Elqui y Aconcagua de regantes del Limarí. Nuestra intención es que los empresarios tengamos desarrollados los productos, sean las asociaciones de regantes encargadas de difundir los productos, pues ellos tienen una plataforma estructurada para llegar al empresario agrícola, difundir los productos más allá de los empresarios tales como los de INDAP».

Y es que, agrega Pinto Cornejo, las asociaciones de regantes ya tienen sus propios administradores de aguas, son el lugar donde convergen los empresarios a discutir, sus necesidades, información y mejorar su gestión, por lo tanto, son los lugares donde se puede desarrollar este tipo de proyecto.



Esquema de los ámbitos de una empresa, en los que trabaja un Centro de Gestión Empresarial.

Con la presencia del gobernador de Limari, Iván Pavletic, del presidente del directorio de esa corporación, Cristián Buzeta, de representantes de organizaciones de regantes del sistema Paloma, fue inaugurada en Ovalle la oficina de la corporación para el desarrollo de la Región de Coquimbo, CORPADECO.

En la ocasión, Cristián Buzeta afirmó que era un momento muy importante para ellos volver a Ovalle, esto que esta entidad está bajando desde hace varios años con gran fuerza en la provincia de Limari. "Y ya llegó el momento de tener acá una oficina para atender a los regantes y la gente que necesita nuestro subsidio a través de los instrumentos que tenemos a nuestra disposición y el FIA", dijo.

Señaló que Corpadeco es una institución privada sin fines de lucro a la cual están afiliadas las principales presas y organizaciones de la zona, incluidas las más importantes agrupaciones de antes.

"Es una corporación que va que aún debe dar más apoyo que ha entregado. Y creemos que su presencia en la provincia nos dará una actividad mayor aún de la que tenemos. No sólo en la agricultura, sino que también en la parte turística y a la industrial".

A su vez el gobernador destacó la importancia de la presencia de la corporación para el desarrollo en Limari, desde el punto de vista de servicios que puede planificar su relación con los regantes y la actividad turística, y también en el ámbito comercial, y también en el ámbito social, y también en el ámbito cultural".

Asimismo manifestó que la provincia enfrenta desafíos importantes a lo que es la reconstrucción hacia nuevos ejes de acción agrícola como son

CRISTIAN BUZETA AL INAUGURAR OFICINAS EN OVALLE:

"Ya era el momento de que la Corpadeco regresara a Limari"



Cristián Buzeta, y el gobernador Iván Pavletic, presidieron la reunión, que contó con la presencia de dirigentes de las principales organizaciones de regantes de la zona.

el vitícola, olivícola, hortícola y todo cuanto es la gestión comercial y tecnológica.

Y que la presencia de Corpadeco hace posible el acceso a fondos y líneas tecnológicas privadas y públicas que permitirían enfrentar el desafío.

"Obviamente que eso significa sumar este esfuerzo a otros que están destinados a nuevos sectores de pequeños empresarios con ámbitos

complementarios, como es el Indap propiamente tal que asistirá a los agricultores más pequeños y Fosis. Entonces aquí podríamos ver una suerte de alianza en la cual podemos contar con organismos de carácter público-privado que nos permita establecer una línea de trabajo a las distintas áreas de la economía.

"Lo que necesitamos

entre otras cosas, y Corpadeco debe jugar un papel importante en ese sentido, es la posibilidad de atraer nuevas inversiones hacia la provincia de Limari", concluyó.

También reconocieron la importancia de la instalación de la entidad en Ovalle los dirigentes de regantes, José González del Río, Jorge Humberto Aguirre y Adolfo Cortés.

PRESENCIA EN LIMARI

La Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo ha desarrollado desde 1997 una labor permanente en la provincia de Limari, principalmente en la atención de los empresarios agropecuarios, a través de la promoción y colocación de diversos instrumentos de apoyo, puestos a su

disposición por el Estado. Como agente operador intermedio privado Corpco, mediante la ejecución de Proyectos de Fomento, PROFO, hasta fecha ha canalizado recursos por un valor cercano a los \$120 millones, los cuales han girado en rubros como el caprino, de mesa y pimiento deshidratado.

En el mismo esquema trabaja en otros programas Corpco, de gran impacto en el sector productor de uva para uva y vinífera, éstos son los Programas de Desarrollo de Proveedores, con montos anuales de cofinanciamiento por hasta 45 millones de pesos en cada iniciativa.

Por último, ha ofrecido apoyo al tema recurso hídrico, mediante el subsidio a la elaboración de propuestas de riego, para tecnificación intrapredial y mejoramiento de canales, postulados a Ley 18.450 de fomento al riego y drenaje, por montos aproximados a los 30 millones de pesos desde 1998.

En otro ámbito, Corpadeco ejecuta actualmente un proyecto en el rubro caprino, cofinanciado por Fundación para la Innovación Agraria, FIA, y Río Hurtado y terminó en Tuluahuén por montos de casi 100 millones de pesos. Además integran un plan de gestión empresarial agricultores de esta provincia y participan en otro de investigación en producción de leche en polvo caprina por montos de 10 millones.

La oficina de Ovalle estará ubicada en el pasaje Manuel Peñafiel 293, oficina 313, tercer piso, y será atendida por la ingeniera agrónoma Ingrid Surriva, el técnico agrícola Cristián Díaz y una secretaria.

Además se cuenta con alrededor de 13 profesionales en la región, desde ingenieros civiles, comerciales agrónomos y técnicos agrícolas para la asesoría en los proyectos.

Con curso enseñarán gestión comercial a productores de hortalizas y cítricos.

La globalización es un fenómeno que ha afectado a todos los ámbitos de la sociedad moderna. En el campo de las transacciones comerciales, con la tura de los mercados reimportantisimo conocer diferentes alternativas de compra y venta para los diversos productos.

tendiendo a esta imperiosidad, la Corporación el Desarrollo Regional de Limbo (CORPADECO) y la Unión Chilena están organizando un «Curso de gestión comercial en hortalizas procesadas, cítricos y aceites de oliva» el cual se desarrollará el día 10 de agosto a partir de las 9 de la mañana en el Campus Guayacán de la Universidad Católica del Norte de Coquimbo.

La realización cuenta con

el auspicio de Pisco Capel y Emec, además de la cooperación de INIA- Intihuasi y de la UCN.

Corpedeco, a través de su centro de Gestión Empresarial, busca entregar detalles estratégicos de servicios para el área agrícola, dando énfasis a la solución a problemas ligados a la administración predial, el manejo financiero, la venta, la obtención de información y la gestión integral de la empresa agropecuaria.

El desarrollo del curso se enmarca dentro de esta misión y sus objetivos son capacitar a los productores y profesionales en herramientas que les permitan definir comercialmente sus actividades y, en segundo lugar, evaluar la entrada o no a un negocio o rubro en particular.

El curso se extenderá por todo el día y contará con la participación de cuatro ingenieros agrónomos expertos en gestión comercial, quienes abordarán diferentes temáticas.

En primer lugar se contempla la exposición de Gastón Bruna, catedrático de la Universidad de Chile, quien dictará dos charlas sobre «Mercados mayoristas hortofrutícolas», en donde se analizarán las tendencias del consumo de hortalizas y frutas, los tipos de comerciantes mayoristas y las funciones asociadas y la situación de los mercados con esas características en Santiago.

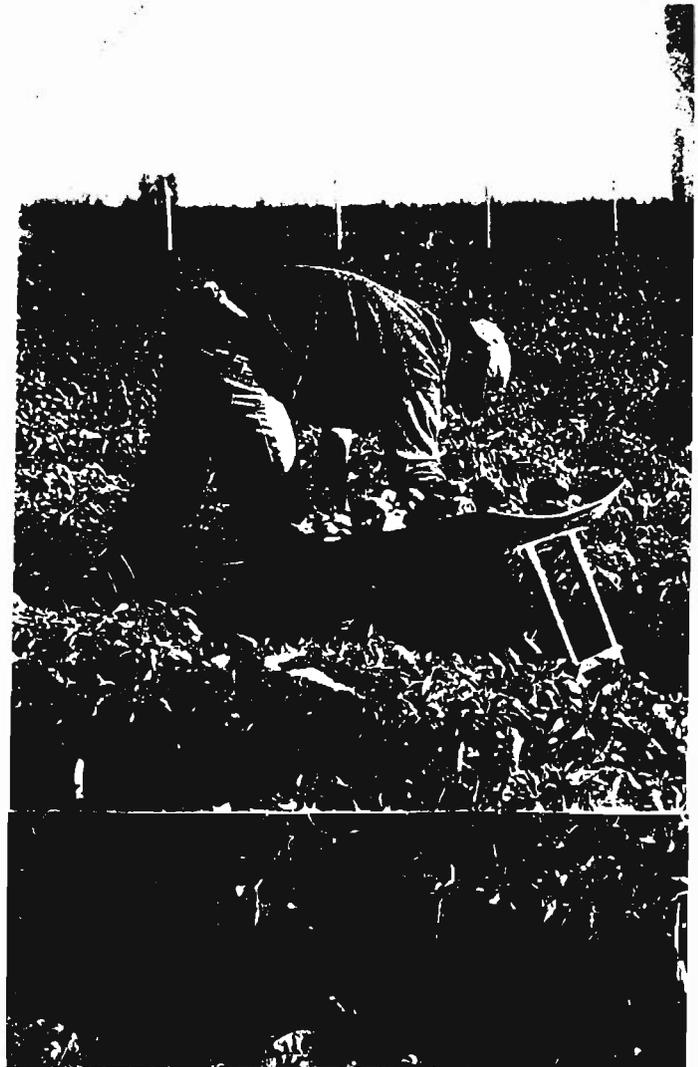
La segunda exposición de «Mercados de productos cítricos: limones y mandarinas» abordará las características de las plazas internas y de exportación considerando, entre otras, las tendencias de oferta y demanda, la estacionalidad de los precios, el volumen, etc.

El segundo participante es el consultor de la Fundación Chile, Raúl Destres, quien hablará sobre la «Gestión comercial

Se busca entregar a los empresarios agrícolas de la Región de Coquimbo, las herramientas fundamentales para que definan sus actividades productivas.

cial en el negocio de las hortalizas procesadas». Esta exposición dará un enfoque estratégico con antecedentes concretos sobre la situación y las oportunidades existentes en el ámbito de la agroindustria hortícola, conociendo así qué mercados y qué caminos habría que seguir.

La tercera conferencia será de Angela Casté, jefa del Programa Olivícola de la Fundación Chile, quien dará una visión de las «Perspectivas del negocio del aceite de oliva»,



se abordarán aspectos del mercado internacional del aceite y la orientación del negocio con visión de país.

Finalmente, el último expositor será Osvaldo Vallejo, de INIA-Intihuasi, quien tiene a cargo el tema «La exportación de hortalizas frescas al mercado argentino: perspectivas y

oportunidades». Esta charla dará a conocer diferentes aspectos del mercado hortícola argentino, ventajas físicas y diferenciales de precio para las principales especies de producción regional, aspectos de calidad, costos de comercialización, márgenes de utilidad y aspectos operativos de la relación comercial con los compradores trasandinos.

Los organizadores invitan a asistir al curso inscribiéndose antes del 10 de agosto en Gabriel González Videla 1630, La Serena, o llamando a los teléfonos (51) 215788- 223011 y 210425.

Directorio:
 Dirección: Familia Puga Vergara

 Director Responsable: Sergio Barruzo Lazo
 e-mail: director@entelchile.net

 Editor General: Rubén Aguilar Vega
 e-mail: noticias@entelchile.net

 Editor Periodístico: Mario Banic Illanes
 Redacción: Denis Ferrada

 Editor Fotográfico: Mauricio Toro Goya
 Fotografías: Leonel Pizarro Viera, Alejandra Rojas
 archivo diario El Día

 Editor de Arte y Diagramación: Alejandro Cáceres Ortiz
 Digitación: Jacqueline Torres Cruzic, Marcela Tello Jopia
 Agrupación Electrónica: Alejandro Cáceres Ortiz, Raúl Calderón Cañillar

 Publicidad: Carlos Zamora Rivera, Liliana Leyton Lastarria

 Circulación y Pre-ventas: Víctor Leyton Arancibia, Mario Zepeda Vergara

 Equipo de Producción: Ricardo Guerrero Demant, Agnes de Vossler, Mariana Osses Geffert

 Equipo Taller de Prensa: Moisés Ojeda Díaz

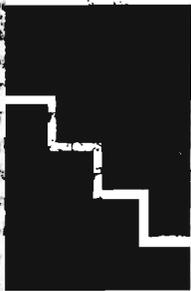
 suplemento circula gratis junto su diario El Día. Impreso en talleres de El Día, Brasil 431 • La Serena
 Mesa Central: (51) 200400
 Teléfono: (51) 229515
 www.diarioeldia.cl.com



La exportación de hortalizas frescas es uno de los objetivos de la agricultura regional.

El pasado viernes, con la asistencia del presidente, Gerente General, juntas, autoridades locales y dirigentes del sector agrícola de la zona, fueron inauguradas las oficinas de la Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo, CORPADECO, en Ovalle.

Las dependencias estarán ubicadas en el pasaje Manuel Penafiel 293, oficina 313, en el tercer piso del edificio Nueva Centro y estarán a cargo de la ingeniera agrícola, Jorgelina Sumiva y del técnico agrícola Cristián Díaz.



Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo

I. Centro de Gestión Empresarial

Nuestro objetivo es brindar servicios de apoyo en la toma de decisiones a agricultores, empresas agrícolas y en general las ligadas con el sector agrícola y ofrecer soporte para múltiples programas de fomento productivo, tecnológico y comerciales. En específico, nuestros servicios incluyen:

- Asesoría integral en sistemas de gestión empresarial, que incluye la instalación y utilización de un software de control financiero y operativo de la empresa, disponible para realizar un control integral de remuneraciones y mano de obra, ventas, compras, bodega, producción y maquinaria, enlazados con informes de gestión para reforzar la administración de la empresa.

- Sistema de asesoramiento en Portal WEB www.corpadeco.cl.
- Información de mercados regionales.
- Información técnica, capacitación y transferencia tecnológica.
- Mercado del trabajo.
- Vitrina virtual de negocios, para ofrecer y comprar productos agrícolas.

II. Curso de Gestión

Curso de gestión comercial hortalizas procesadas, cítricos y aceite de oliva

Fecha: Jueves 10 de agosto, entre las 08:30 y 19:00 horas.

Lugar: Universidad Católica del Norte, calle Larrondo 1281, Campus Guayacán, Coquimbo.

OBJETIVOS DEL CURSO

El curso de Gestión comercial en hortalizas procesadas, cítricos y aceite de oliva busca capacitar a productores y profesio-

nales en herramientas que le permitan definir comercialmente sus actividades, así como también evaluar estratégicamente la entrada o no a un negocio o mercado, analizando las tendencias actuales y futuras de los mercados agropecuarios.

CONTENIDO

- Costos para la toma de decisiones.
- Mercados mayoristas hortofrutícolas.
- Gestión comercial en el negocio de las hortalizas procesadas.
- Perspectivas del negocio del aceite de oliva.
- Mercados de productos cítricos.
- Exportación de hortalizas frescas al mercado argentino: perspectivas y oportunidades.

EXPOSITORES

- Flavio Araya M., Ingeniero civil industrial, jefe proyecto Departamento de Agroindustria, Fundación Chile.
- Gastón Bruna D., ingeniero agrónomo y economista agrario, especialista en comercialización y marketing de productos agropecuarios. Profesor de la cátedra de comercialización en la carrera de agronomía de la Universidad de Chile.
- Angela Casté C., ingeniero agrónomo, jefe programa

olivícola de Fundación Chile. Se desempeña, además, como gerente del Profo aceite de oliva.

- Raúl Dastres A., ingeniero agrónomo y diplomado en gestión, consultor de Fundación Chile. Director de consultores en agronegocios DIG Ltda. Productor de hortalizas, espárragos, cultivos anuales, arándanos, bovinos de carne y plantas de vivero.
- Osvaldo Vallejo G., ingeniero agrónomo, Master of Science, C.I.H.E.A.M. España y diplomado en marketing agroalimentario, Universidad Politécnica de Madrid, España, coordinador Departamento de Gestión y Sistemas Productivos, Inia Intihuasi.

INSCRIPCIONES Y VALOR

- Valor: \$35.000 por persona (incluye materiales, almuerzo y coffee break).
- Inscripciones: Pablo Pinto/Ana Hernández, Gabriel González Videla 1630, La Serena. Teléfono-fax (51) 210425/223011/215788. e-mail: corpadec@entelchile.net, Visite www.corpadeco.cl WEB

26 julio / 2000

Programa de Gestión Agropecuaria

Durante los últimos meses, el Programa de Gestión Agropecuaria de Fundación Chile ha continuado contribuyendo transversalmente al mejoramiento de la gestión agropecuaria nacional apoyando con productos y servicios las acciones de grupos asociativos de productores. Es este sentido actualmente se está trabajando directamente con más de diez grupos asociativos de productores en la transferencia de metodologías de gestión agrícola a través del software Agrogestión que está impulsando el Programa.

Adicionalmente, durante el mes de noviembre el Programa organizó en conjunto con el Centro de Gestión de Pitrufquén el Seminario "Situación Actual y Perspectivas de los Mercados de Leche y Carne", que fue dictado por profesionales del propio Centro de Gestión, Odepa, la Unión de Centros de Acopio Lechero Unical S.A., SINA y Fundación Chile. En este Seminario se presentó la evolución, situación actual y perspectivas de los mercados en que opera el pequeño y mediano productor agropecuario, revisando con estudios de casos

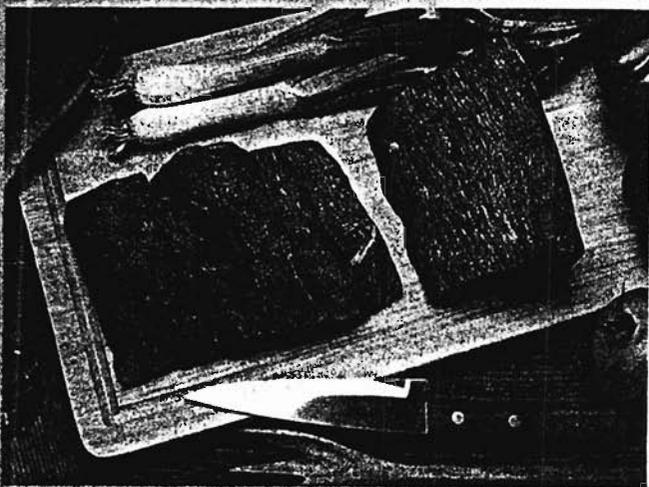
cómo la gestión explica las diferencias de los resultados entre productores similares a través de la rentabilidad y costos de producción lecheros que se obtienen.

En el mes de Diciembre, el Programa de Gestión Agropecuaria organizó en conjunto con el Profo de Gestión Agropecuario de Temuco, en la misma ciudad de Temuco, el Taller "Leche y Carne; Discusión de las Perspectivas en el Marco de la Gestión". En este Taller dictado especialmente para profesionales y productores vinculados a los Centros de Gestión se analizó en detalle la situación del sector lechero y de carne bovina a través de profesionales de la Fundación Chile y la Universidad de Cornell.

Finalmente, también el mes de diciembre, el Programa organizó en conjunto con el Centro de Gestión Corpadeco de La Serena, el Curso "Contabilidad de Gestión Agropecuaria", orientado a capacitar a los productores y profesionales del sector agropecuario, en herramientas que permitan tomar mejores decisiones de producción.



Análisis de Cadena Alimentaria de Carne de Bovino



La realización, en diciembre pasado, del Seminario "Carne de Bovino: Coyunturas y Perspectivas, Transferencia Tecnológica y Gestión", organizado por Fundación Chile y SNA de acuerdo a un convenio con el Ministerio de Agricultura, permitió a empresarios, investigadores, representantes de agrupaciones del rubro y expertos en el tema, tener una instancia para discutir y analizar cada uno de los principales aspectos que preocupan al sector.

En una mesa redonda en la que expusieron; Juan Enrique Moya, del Departamento de Políticas Agrarias de Odepa; Horacio Bórquez, gerente de Planta Faenadora Carnes Ñubles; Rodrigo Prado, Consultor ganadero; Fernando Osorio, gerente de adquisiciones de Supermercados Santa Isabel; Jorge Matetic, empresario ganadero y Eugenia Muchnik, gerente del Área Agroindustrial de Fundación Chile, se analizó la situación y los principales problemas

INIA: 8 años de investigación agropecuaria en el Norte Chico

Conscientes de la fragilidad de los ecosistemas productivos de zonas áridas y la constante desertificación y degradación del medio, se hizo urgente la necesidad de establecer en las regiones de Atacama y Coquimbo programas permanentes de investigación y de difusión de tecnologías agropecuarias, a fin de hacer de la producción agrícola una actividad sustentable.

En agosto de 1991, el entonces presidente ejecutivo del Instituto de Investigaciones Agropecuarias, Dr. Iram Grove Valenzuela, firmaba el decreto resolutorio de la creación de la Estación Experimental del Norte. El objetivo de ésta era, y sigue siendo, dar mayor competitividad a los productores del sector agropecuario regional, a través de la generación, adaptación y transferencia de tecnologías apropiadas en los valles transversales del Norte Chico de Chile y del secano productivo de la región de Coquimbo.

La Estación Experimental del Norte surgió como un modesto proyecto, apoyado financieramente por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con asientos en Vicuña, en lo que hasta ese momento era la Subestación Experimental dependiente de La Platina, en Santiago.

A través del BID se contaba con recursos para construir instalaciones en La Serena y de establecer oficinas técnicas en los valles transversales más importantes. Además, el BID hacía posible, en 1991, llevar a cabo la ejecución de 5 proyectos de investigación y de transferencia tecnológica, con un presupuesto operacional cercano a los cincuenta millones de pesos.

Nació una nueva instancia con 8 profesionales a cargo de los proyectos, alrededor de 50 trabajadores de los otros establecimientos y 3 campos experimentales: en Coquimbo, Los Vilos y Pan de Azúcar.



Carlos Quiroz Escobar, Ingeniero, agrónomo M.Sc. y Ph.D., director regional INIA Intihuasi.

Al cabo de 8 años, la Estación Experimental del Norte se convirtió en el Centro Regional de Investigación Intihuasi, que en este momento maneja una treintena de iniciativas. A esta sede central de La Serena, que fue inaugurada en 1994, se agregan un campo experimental en Huasco, oficinas técnicas en Copiapó, Vallenar,

Ovalle, Illapel y Canela. Asimismo, cuenta con un total de 140 empleados, de los cuales 25 son profesionales encargados de las labores de investigación y desarrollo, y un presupuesto operacional anual cercano a los mil millones de pesos. Con estos recursos humanos y financieros se han alcanzado importantes logros para la región.

Principales logros de investigación - desarrollo de INIA Intihuasi

En los 8 años de vida de INIA Intihuasi, desde agosto de 1991 hasta diciembre de 1999, es posible destacar una serie de logros en el área de la investigación y el desarrollo, los que se detallan en esta sección.

Banco Base de Germoplasma de Chile, administrado por INIA Intihuasi.

Pecano, un frutal de nuez introducido por INIA en la Región de Coquimbo como nueva opción para los agricultores.

Líneas avanzadas de pepino dulce de las que se espera obtener una variedad para los productores de Chile, que se concentran en Ovalle.

En la provincia de Huasco, Región de Atacama, han incorporado mejoras en los olivos promovidas localmente por el INIA.

A través de búsqueda y rescate de material genético de durazneros blanquillos y de palitos del Norte Chico, se esperan variedades con nuevas características para los cada día más exigentes consumidores.

* En la Cuarta Región ha sido evaluada por INIA, la técnica de injertación en hortalizas, viéndose promisorios resultados al ser probada para escapar a enfermedades fungosas del suelo.

Pioneros en Chile con diversos estudios tendientes a la producción de tomate orgánico bajo invernadero.

Manejo de chanchito blanco de la vid, plaga cuarentenaria para Estados Unidos, a través de aplicaciones selectivas mediante el riego por goteo, reemplazando las aspersiones al follaje con tóxicos altamente contaminantes.

Selección de clones de papa resistentes al ataque de polilla y mosca minadora, como una forma de reducir el uso de plaguicidas (este cultivo es en el que se usa más pesticidas en el mundo).

Agricultores capacitados en cuanto a los beneficios de los sistemas de riego localizado. Una de las numerosas acciones de transferencia tecnológica desarrolladas por INIA Intihuasi en el Norte Chico.

Desde el Centro Experimental Los



Agricultores reciben, de primera fuente, los resultados de las investigaciones regionales.

Vilos se ha generado variada y valiosa información para la producción sustentable del ganado caprino de la Región de Coquimbo.

Con el decidido apoyo del gobierno regional de Coquimbo, se ha comenzado un proyecto de mejoramiento genético del ganado caprino de la zona, con el que se espera cambiar el rostro de la actividad caprina por uno de actividad agropecuaria competitiva y sustentable.



CURSO

Contabilidad de Gestión

16 DE DICIEMBRE

Este curso está orientado a capacitar a los productores y profesionales del sector agropecuario, en herramientas que permitan tomar mejores decisiones de producción. El expositor central, Gonzalo Vargas Ote, es ingeniero agrónomo de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), master en Administración de Empresa y en Economía Agraria de la Universidad de California. Actualmente se desempeña como profesor y director del Departamento de Economía Agraria de la PUC.

El curso se desarrollará integralmente en el Campus Guayaacán de la Universidad Católica del Norte y tiene un valor de \$30.000 por persona, incluyendo el almuerzo y los "coffee break". Las instituciones organizadoras son Corpadeco y Fundación Chile, mientras que las entidades colaboradoras son INIA Intihuasi, Universidad Católica del Norte, Junta de Vigilancia del Río Elqui y del Río Choapa, Asociación de Canalistas Embalse Recoleta e Ingservtur.

Esta actividad se enmarca en el Programa de Mejoramiento de la Gestión Agropecuaria, que encabeza la Fundación Chile y que cuenta con el financiamiento del Ministerio de Agricultura, a través del cual se pretende contribuir al mejoramiento de la gestión agropecuaria nacional, apoyando con productos y servicios las acciones de grupos asociativos de productores, ya sean centros de gestión, Profos, Grupos de Transferencia Tecnológica (GTT), Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP) u otras organizaciones afines, como las asociaciones de regantes de nuestra región.

Mayores consultas e inscripciones en Corpadeco, teléfonos 215788 ó 223011, o en INIA Intihuasi (223290).

Agro Noticias



CURSO Contabilidad de Gestión

16 DE DICIEMBRE

Este curso está orientado a capacitar a los productores y profesionales del sector agropecuario, en herramientas que permitan tomar mejores decisiones de producción. El expositor central, Gonzalo Vargas Otte, es Ingeniero agrónomo de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), master en Administración de Empresa y en Economía Agraria de la Universidad de California. Actualmente se desempeña como profesor y director del Departamento de Economía Agraria de la PUC.

El curso se desarrollará íntegramente en el Campus Guayacán de la Universidad Católica del Norte y tiene un valor de \$30.000 por persona, incluyendo el almuerzo y los "coffee break". Las instituciones organizadoras son Corpadeco y Fundación Chile, mientras que las entidades colaboradoras son INIA Intihuasi, Universidad Católica del Norte, Junta de Vigilancia del Río Elqui y del Río Choapa, Asociación de Canalistas Embalse Recoleta e Ingservih.

Esta actividad se enmarca en el Programa de Mejoramiento de la Gestión Agropecuaria, que encabeza la Fundación Chile y que cuenta con el financiamiento del Ministerio de Agricultura, a través del cual se pretende contribuir al mejoramiento de la gestión agropecuaria nacional, apoyando con productos y servicios las acciones de grupos asociativos de productores, ya sean centros de gestión, Profos, Grupos de Transferencia Tecnológica (GTT), Programa de Desarrollo de Productores (PDP) u otras organizaciones ligadas, como las asociaciones de regantes de nuestra región.

Mayor consulta e inscripción en Corpadeco, teléfono 2171111, 223011, o en INIA Intihuasi 223011.

INIA ESTUDIA LA FACTIBILIDAD DE ESTE TIPO DE PRODUCCION EN LA REGION

Tomate orgánico bajo invernadero

En un "día de campo" (típica actividad de transferencia tecnológica) se mostraron las experiencias alcanzadas a través de varios trabajos cultivo y como resultado de tres temporadas para un proyecto específico en el tema.

En el manejo fitosanitario se recurrió a mallas mosquiteras para las polillas y a la utilización de azufre para el oídio (dado que el cultivo se inició tarde -julio-, las condiciones ambientales no son propicias para otras enfermedades como botrytis). La incidencia del insecto la fue baja, siendo la malla tan efectiva como las aplicaciones químicas y no se ha registrado presencia de oídio.

Los resultados obtenidos a la fecha hacen promisorio seguir investigando alternativas de producción orgánica, otorgando de este modo a la Región de Coquimbo la posibilidad de que sus agricultores sean los primeros en incorporar el cultivo del tomate bajo esta modalidad.



Leonardo Rojas Parra, Roberto Salinas Yesuda Ingenieros agrónomos INIA Intihuasi

Las técnicas específicas probadas son variadas.



INIA Intihuasi está llevando a cabo el proyecto "Técnicas conducentes a la producción de tomate orgánico en invernadero".

POSIBILIDADES DE DESARROLLO DE LA PRODUCCION ORGANICA

En el mundo existe un importante movimiento hacia técnicas de producción limpias y sostenibles acompañado de un desarrollo de mercados para ello. Con ello también se está implementando una industria de insumos biológicos tendiente a proveer de más herramientas a los agricultores. También en Chile se están realizando experiencias concretas en este campo y hay creciente interés por realizar investigación en este tema, aprovechando ciertas condiciones agroecológicas favorables en nuestro país.

En este contexto, INIA Intihuasi está llevando a cabo el proyecto "Técnicas conducentes a la producción de tomate orgánico en invernadero", cuyo objetivo general es llegar a una tecnología alternativa al sistema actual que utiliza altos dosis de insumos agroquímicos. Las técnicas específicas probadas son de fertilización orgánica, posibilidades de control preventivo de plagas y/o por productos de base natural (para las principales plagas) y enfermedades del tomate (polilla, principalmente).

RESULTADOS REGIONALES

Hasta el momento se observan claras diferencias desde la fertilización, donde las plantas con tratamiento convencional tienen mayor crecimiento y más carga de frutos. Se observa intermedio a los frutos que no tienen ningún tipo de abono, indicando la necesidad de complementario con compost, mediante algas orgánicas como extracto de permes o "té de compost".

Otorgan capacitación agrícola a los reclusos

El martes 7 de diciembre se suscribió un convenio entre la Dirección Regional de Gendarmería de Chile y el Centro Regional de Investigación Intihuasi del Instituto de Investigaciones Agropecuarias, INIA, con el fin de capacitar a parte de la población penal del CET de Vicuña.

Esta actividad se enmarca en la política de contribución a la inserción social encabezada por Gendarmería, entidad que ha visto la necesidad de suscribir acuerdos con organismos que permitan potenciar las acciones de inserción de los reos entregados a su custodia. En este ámbito, INIA se comprometió a impartir, entre mayo y julio del 2000, los cursos de operador de equipos de riego, poda de vides, uvaconata y manejo de bodega.



Curso sobre Operador de Equipos Riegos de Poda, Uvaconata y Manejo de Bodega. Párrafo: Miguel Salazar, en un momento de Gendarmería, y el personal de Gendarmería, en un momento de Gendarmería.

¿Qué es la producción agrícola orgánica?

Esta se define como "un sistema que, formulado con base agroecológica, evita usar agroquímicos sintéticos o sustancias artificiales que afectan el equilibrio del ecosistema silvoagropecuario. Se deben emplear para este efecto insumos y mecanismos naturales y técnicas que incorporen las potencialidades y características del medio rural y que, a su vez, estén de acuerdo con su realidad

socioeconómica y cultural, con el objeto de hacer un uso racional de los recursos naturales renovables que deriven en la obtención de una producción sostenida y con un alto valor biológico para la salud humana." Si bien existen muchos matices para interpretar esta definición, según la motivación que tenga el cultivador, en la práctica, desde un punto de vista comercial se traduce en la pro-

ducción dentro de normas definidas y controladas. Por certificadoras acreditadas y que son exigidas por algunos clientes. Tal es el caso de exportaciones de productos orgánicos como kiwis, espárragos y frambuesas que se realizan desde la VIII Región. No obstante, ha sido aprobada recientemente la "norma chilena de producción y certificación orgánica" para los consumidores e importadores extranjeros.



Firmado Convenio Entre Empresarios y Corfo

Representantes de Corfo, Corpadeco y Hortofrutícola La Serena S.A., firmaron un convenio de asociatividad para la comercialización de cultivos de diversa índole, cultivados en 1.120 hectáreas de La Serena y Coquimbo, con una inversión de \$33,4 millones.

En la foto: Luis Arjona, Gerente General de Hortofrutícola La Serena S.A.; Tomás Vial, Gerente División de Fomento Corfo; Cristián Buzeta, Presidente de Corpadeco, agente operador del Profo; y Luis Jeffery, Director Regional de Corfo.

Semana del 31 de marzo al 06 de abril 2000

Corfo y Corpadeco auspician proyecto para agricultores

Interesante resultó la ceremonia de firma de contrato del Proyecto de Fomento Hortofrutícola La Serena, S.A., que se efectuó en los salones del Club Social de La Serena.

El proyecto que está constituido por seis empresarios agrícolas pertenecientes a las comunas de La Serena y Coquimbo, cuenta con el apoyo de Corpadeco en su calidad de agente operador y de la Corporación de Fomento de la Producción.

La principal actividad económica de estos empresarios se relaciona con el cultivo de papas, alcachofas, pimentones, pepinos, lechugas, maíz, porotos, chirimo-

yas y papayas, productos que cultivan en 1.120 hectáreas que contempla el proyecto.

Tiene un costo de \$33.464.000, de los cuales la Corfo aporta el sesenta por ciento y la diferencia como aporte directo de los empresarios.

La mencionada propuesta tiene por finalidad la diversificación de la producción para la obtención de nuevos mercados, es decir, el estudio y análisis de procesos de comercialización de los productos hortofrutícolas, el desarrollo de los relacionados con la agroindustria (frescos y semiprocados), la negociación conjunta y la creación de

base de datos de los clientes.

Aparte, el establecimiento del proceso de control de la gestión predial para mejorar la administración integral de las empresas que involucra la realización de talleres de contabilidad de gestión para la toma de decisiones, el desarrollo de sistemas de información administrativa, la implementación de software de gestión, un taller de gestión empresarial y un control para la administración de clientes y proveedores.

Otro detalle que enriquece la iniciativa, es la optimización de los recursos productivos como una forma directa de máximo provecho a la parte económica.



FOTO EL DIA

Luis Jeffery y Cristián Buzeta, durante la firma del convenio en el Club Social de La Serena. Asistió también el gerente de la División Fomento y Desarrollo Tecnológico de la Corfo, Tomás Vial.

Corpadeco ofrece charlas sobre tractores Massey-Ferguson



Entrega de certificados a alumnos de agrícola Villa Alegre La Serena.



Charla en móvil con capacidad para 15 personas.

... quince
... con un
... monitor de
... en apoya-
... rencias,
... ja de un

texto "Jornada de puertas
abiertas" con abundante
material gráfico y de esq-
emas e información de muy
fácil lectura y comprensión
para los tractoristas.
Las empresas interesa-

das en participar en estos
talleres de capacitación
pueden ponerse en contac-
to con los representantes
de la empresa Tulio
Callegari en sus respectivas
ciudades.

**Tulio Callegari,
Hijos y Cia.**

Insumos y maquinarias agrícolas
Transporte
Agricultura
Estación de servicio

La Serena • Coquimbo • Ovalle • Copiapó

545 • Fonos 226441 - 223103 - 225508 • Fax 225033 • La Serena

La gestión: Instrumento esencial para la nueva agricultura

El requerimiento de aumentar la competitividad y eficiencia productiva de las empresas agrícolas pasa por establecer una estrategia de negocios acorde a las condiciones productivas y comerciales de los diversos cultivos, esto es, por una cuidadosa planificación de corto, mediano y largo plazo, con metas evaluables y con verificación de los resultados. Esta estrategia debe responder a la pregunta: En qué negocios estamos y dónde queremos estar. En otras palabras, qué especies y variedades cultivar, tomando como base las características de su predio, su conocimiento del cultivo y cuánto producir de manera de tener razonablemente asegurada su comercialización en términos de lograr márgenes de contribución positivos.

En el agro, durante muchos años, los campesinos focalizaron sus esfuerzos en los aspectos productivos y comerciales de sus productos agrícolas y postergaron el control de la gestión de su empresa y el análisis del negocio en general y por rubro en particular. Sin embargo, dadas las restricciones de los mercados, los bajos precios y en general la pérdida de competitividad de algunos sectores, los agricultores debieron transformarse en empresarios, esto es, en tomadores de decisiones integrales del quehacer de su empresa.

A ese respecto, muchos nuevos empresarios se percataron de que carecían de las herramientas para controlar adecuadamente su gestión y que además tenían escaso tiempo para hacerlo, una vez que cumplían con las labores técnicas y productivas. Lamentablemente, la composición de la información contable de la empresa tampoco proporcionaba un correcto indicador de cómo había evolucionado la empresa y, en muchos casos, la complejidad de su lectura hacía impensable su adecuada utilización. Ante este problema central, Corpadeco decidió establecer un Centro de Gestión que colaborase en la toma de datos, pero sobre todo en el análisis de la información para que cada empresario pueda tomar decisiones técnicas y económicamente valiosas.

La necesidad imperiosa de controlar la gestión para la mejor toma de decisiones es ahora un instrumento poderoso a disposición de las firmas de la región. En el Centro de gestión Corpadeco se brinda una extensa asesoría a cada empresa y se le otorga la posibilidad de utilizar su sistema computacional, además de acceder a una serie de oportunidades adicionales de contar con información de mercado y a participar en la primera vitrina virtual de la región, que será levantada en Internet en la dirección HIPERVINCULO <http://www.corpadeco.cl>

En dicha dirección, se puede acceder a otros sitios agrícolas de interés nacional.



Corporación para el Desarrollo de la Región de Coquimbo

CORPADECO COMO AGENTE OPERADOR PRIVADO DE CORFO EN LA IV REGION

INVITA AL EMPRESARIADO REGIONAL A UTILIZAR
LOS INSTRUMENTOS ESTATALES DE APOYO A
SU GESTIÓN (FONDO DE ASISTENCIA TÉCNICA,
PROYECTOS DE FOMENTO, PROGRAMA DE
DESARROLLO DE PROVEEDORES Y PROGRAMA
DE APOYO A LA GESTIÓN DE EMPRESAS).

OFICINAS EN:
GABRIEL GONZALEZ VIDELA 1630, LA SERENA

CONSULTAS A:
TELEFONOS (51) 215788 / 223011 / 210425
WWW.CORPADECO.CL O ESCRIBANOS A:
corpadec@entelchile.net

Lanzan sitio virtual interactivo para la

agricultura regional

Una página web interactiva donde los agricultores y actividades ligadas al agro podrán recabar información sobre el tema fue implementada recientemente por la Corporación para el Desarrollo de Coquimbo (CORPADECO).

La nueva estructura del sitio web www.corpadeco.cl ofrece numerosas oportunidades para empresas y profesionales de la región vinculados al sector agrícola.

Diseñado como un lugar interactivo, entrega opciones que van desde publicitar empresas y cotizar productos, hasta encontrar y ofertar nuevas alternativas laborales y acceder a servicios de asesoría vía la utilización de instrumentos públicos y privados de financiamiento de proyectos.

Cuenta, además, con importante e interesante información estadística de precios de mercados regionales y nacionales, y permite conectarse a otra webs.

"Nuestra idea del nuevo sitio -señala Pablo Pinto, gerente del Proyecto Centro de Gestión- es dar una alternativa de bajo costo a productores y profesionales de la zona para utilizar internet como una nueva forma de hacer negocios. La interactividad permite estar continuamente abierto a requerimientos de empresas y particulares, sea para ingresar su empresa, recabar y ofrecer trabajo o para buscar información comercial de interés.

"En el corto plazo esperamos contar con un servicio integral de asesoría a las empresas vía internet y esto es posible gracias a la nutrida cartera de clientes con que nuestra institución cuenta".

El sitio se encontrará funcionando en forma piloto durante todo el presente mes, recepcionando requerimientos de empresas y particulares, y puede ser visitado en www.corpadeco.cl.

PLAN CHILE

Por su parte, varios meses en la red llevan operando los portales en internet planchile.com y planchile.cl con la finalidad de abrir espacios y oportunidades tanto para los empresarios como personas naturales.

Con ocho meses de funcionamiento, PlanChile ha sido reconocido con la nominación a mejor sitio en el mes de junio del año pasado, por importantes entidades del ámbito internet como lo son Teleduc, Club de Emprendedores y Clubempresa.com.