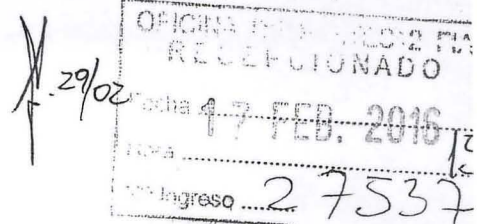




Fundación para la
Innovación Agraria



PLAN OPERATIVO F UPP 73 01

MODIFICACION N°3

NOMBRE INICIATIVA:	Producción y comercialización de Té de zanahoria del Valle de Lasana, Provincia, El Loa.
EJECUTOR:	Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa-Proloa
CODIGO:	PYT-2012-0125
FECHA:	28.12.2015

Se deja constancia que durante la supervisión continua del proyecto se podrá detectar la necesidad de ajustes y/o modificaciones al Plan Operativo y Plan de Trabajo en sus diferentes secciones, en especial, fechas de cumplimiento de resultados, metas e hitos, con las consecuentes modificaciones en actividades, método y presupuesto si fuesen necesarios.

CONTENIDO

I.	PLAN DE TRABAJO TÉCNICO	3
A.	Antecedentes Generales	3
B.	Plan de Trabajo	5
C.	Dedicación	26
D.	Fichas curriculares.....	28
E.	Indicadores Solicitados por el Ministerio de Agricultura	36

I. PLAN DE TRABAJO TÉCNICO

A. Antecedentes Generales

1. Nombre Ejecutor (Entidad Responsable)

Nombre	Giro / actividad	RUT	Representante(s) Legal(es)
Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa	Administración de proyectos sociales		Víctor Darío Realini Saldaña

2. Identificación de Agentes Asociados

Nombre	Giro / actividad	RUT	Representante(s) Legal(es)
Asociación Indígena Atacameña de Mujeres de Lasana Quillantay	Elaboración de artesanías y producción agrícola		Carolina Ferrel Yere

3. Coordinadores Principal y Alternativo

Nombre	Formación / grado académico	Empleador	Función dentro del proyecto
Ximena Abigail Martel Zambrano	Asistente Social	Proloa	Coordinadora Principal
Paola Quezada Quiñones	Licenciada en Comunicaciones	Proloa	Coordinadora Alternativa

4. Duración y ubicación del Proyecto

Duración		Período de ejecución	
Meses	32	Fecha de inicio	03 de junio de 2013
		Fecha de término	30 de enero de 2016
Territorio			
Región (es)		Comuna (as)	
Antofagasta		Calama	

5. Resumen ejecutivo (máximo 400 palabras)

El proyecto tiene por objetivo producir y comercializar té de zanahorias, el cual será elaborado por un grupo de mujeres pertenecientes a la etnia Atacameña, residentes en el valle de Lasana, Provincia de El Loa, II Región de Antofagasta.

Durante un periodo total de 32 meses, un equipo de trabajo interdisciplinario desarrollará un conjunto de etapas y actividades destinadas a implementar una agroindustria y producir el producto té de zanahorias, el cual se orientará a nivel comercial, hacia un segmento de mercado de tipo gourmet, es decir, compuesto por consumidores que privilegian la calidad y exclusividad por sobre la variable precio.

Entre las principales etapas y actividades de trabajo a ser desarrolladas durante el periodo se destacan.

- Estudio de viabilidad técnica y económica para la producción del producto
- Implementación de la planta piloto de producción del producto
- Obtención de permisos para funcionamiento y comercialización
- Desarrollo de la marca y formatos de venta del producto
- Producción, promoción y comercialización
- Plan de capacitación integral que permita entregar herramientas para sustentabilidad del proyecto.

Para lograr el posicionamiento y comercialización del producto, el proyecto considera la utilización de canales cortos y el aprovechamiento de plataformas tales como hoteles y restaurantes de la región. También se considera la participación en ferias y eventos promocionales tales como Feploa, Ferias de Innovación Indap y ferias de la Biodiversidad.

En general, los esfuerzos se encaminaran a lograr una innovación productiva que sea competitiva en el corto y mediano plazo respecto de su competencia directa y sustituta, así como permita el aprovechamiento y valor agregado a la producción de zanahorias del valle de Lasana, la cual permitirá generar una fuente de ingresos estables a partir de la venta del producto en sus diferentes variedades y formatos.

6. Propiedad Intelectual

¿Existe interés por resguardar la propiedad intelectual?	Si	X	No	
Nombre institución que la protegerá	% de participación			
Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa	100%			

B. Plan de Trabajo

7. Objetivos

Objetivo general	
Producir y comercializar té de zanahorias, elaborado por mujeres Atacameñas del Valle de Lasana.	
Nº	Objetivos específicos (OE)
1	Completar un estudio de la viabilidad técnica y económica de la producción de té de zanahoria en el Valle de Lasana.
2	Identificar las propiedades organolépticas y nutricionales del té de zanahoria.
3	Estandarizar el proceso de producción e implementar la planta elaboradora a escala piloto.
4	Desarrollar e implementar estrategia de marketing para el té de zanahoria.
5	Comercializar el té de zanahoria.
6	Capacitar a las beneficiarias en las materias de administración, marketing y de funcionamiento legal, necesarias para manejar el negocio de manera autónoma.

8. Resultados esperados (RE)

Nº OE	Resultado Esperado (RE)	Indicadores de Resultados				Fecha de Cumplimiento
		Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Línea base del indicador (situación actual)	Meta del indicador (al final del proyecto)	
1	Los resultados del estudio de viabilidad justifican la implementación y validación de la producción de té de zanahoria	Estudio de viabilidad del té de zanahoria		Existe el estudio de viabilidad	Estudio de viabilidad aprobado por FIA	30.09.2013
2	Propiedades organolépticas y nutricionales del producto identificadas	Análisis organoléptico y nutricional		Se cuenta con el análisis organoléptico y el nutricional.	El té de zanahoria cumple con lo indicado en el Reglamento sanitario de los alimentos y recoge características deseables según el estudio de viabilidad	15.11.2013
3	Planta de producción establecida, con permiso municipal y autorización sanitaria	Habilitación de planta de producción		100% del cumplimiento de la obra.	100% de la planta habilitada, con permiso municipal y autorización sanitaria	30.12.2015



Fundación para la
Innovación Agraria

3	Protocolo de producción definido	Protocolo de producción		Existe un protocolo de producción.	El té de zanahoria se elabora mediante la aplicación del protocolo de producción	25.11.2015
4	Marca comercial registrada	Inscripción de marca comercial		Se cuenta con la inscripción de la marca en INAPI.	Una marca comercial inscrita.	15.12.2015
4	Sociedad constituida legalmente	Constitución de sociedad		La Asociación ya cuenta con iniciación de actividades	La Asociación puede realizar ventas	30.10.2015
4	Diseño participativo de imagen corporativa	Imagen corporativa		Se cuenta con una imagen corporativa para la Asociación	La Asociación cuenta con una imagen representativa.	15.12.2014
4	Plan de marketing	Plan de marketing		Existe un plan de marketing para el té de zanahoria	Plan de marketing para el té de zanahoria elaborado	15.05.2014
4	Envase y formatos de venta definidos	Envases		Existen diseños de envase para los productos	Se tienen 2 formatos de venta con sus respectivos envases	15.05.2014
4	Actividades de promoción realizadas	Promoción		Han participado en 5 eventos de promoción del producto.	2 eventos con un mínimo de 100 asistentes	15.12.2015
4	Punto de ventas implementado	Punto de venta		0	1 punto de venta operativo	15.01.2016
4 y 5	Inauguración de Planta de Producción	Planta de producción implementada		Planta inaugurada	19.01.2016	19.01.2016
5	Comercialización del té de zanahoria	Comercialización		No hay órdenes de compra	3 clientes envían orden de compra	15.01.2016



Fundación para la
Innovación Agraria

6	Las beneficiarias cuentan con los conocimientos y herramientas para manejar y administrar su negocio	Capacitación		Las beneficiarias cuentan con los conocimientos y herramientas mínimas para manejar de manera autónoma el negocio	Las beneficiarias tienen los conocimientos necesarios para manejar y administrar su negocio	15.01.2016
---	--	--------------	--	---	---	------------

9. Actividades

Nº OE	Nº RE	Actividades	Fecha de inicio	Fecha de término
1	1	- Contratar estudio de viabilidad - Reuniones de trabajo y monitoreo del servicio - Revisión y aceptación del informe por parte de FIA	01.06.2013	30.09.2013
2	2	- Contratar servicio de análisis nutricional y organoléptico - Elaborar y despachar muestras del producto - Analizar el informe y verificar que el producto cumpla con lo establecido en el reglamento sanitario de los alimentos	14.10.2013	25.11.2015
3	3	- Contratar y supervisar servicios de mejoras - Obtener permiso municipal y autorización sanitaria	14.11.2013	15.12.2015
3	4	- Elaborar y actualizar protocolo de producción de acuerdo a los requerimientos de Servicio Salud	14.02.2014	25.11.2015
4	5	- Inscribir la marca comercial en INAPI	14.02.2014	15.12.2015
4	6	- Diseñar la imagen corporativa representativa para la Asociación	14.03.2014	15.12.2014
4	7	- Elaborar el plan de marketing	14.02.2014	15.05.2014
4	8	- Definir y diseñar los 2 formatos de venta del té de zanahoria de forma que recojan la identidad de la Asociación y los atributos del producto	14.02.2014	15.05.2014
4	9	- Realizar eventos de promoción (FEPLOA, Feria de la Biodiversidad en Antofagasta y ferias INDAP).	14.06.2014	15.12.2015



Fundación para la
Innovación Agraria

4	10	- Realizar reuniones con potencial red de distribución (hoteles, restaurantes y tiendas especializadas en productos gourmet) - Implementar punto de venta (aeropuerto, centros comerciales, etc.)	14.05.2014	15.01.2016
5	11	- Implementar un Modelo de Negocio para la comercialización del té de zanahoria gourmet del Valle de Lasana	14.05.2014	15.12.2015
5	12	- Obtener al menos 3 órdenes de compra por té de zanahoria	14.05.2014	15.01.2016
6	13	- Implementación de plan de capacitación y asistencia formativa	14.02.2014	15.01.2016
4 y 5	9 y 12	- Inauguración y cierre de proyecto	15.01.2016	30.01.2016

10. Hitos Críticos

Nº RE	Hitos críticos	Fecha Cumplimiento
1	Estudio de viabilidad aprobado por FIA	30 de septiembre de 2013
2	Planta de producción habilitada y con permisos que permitan su funcionamiento	15 de diciembre de 2015
3	El té de zanahoria cumple con lo establecido en el reglamento sanitario de los alimentos	25 de noviembre de 2015
4	Elaboración de 2 formatos de venta del producto	15 de mayo de 2014
5	Plan de marketing elaborado	15 de mayo de 2014
6	Acreditar ventas de té de zanahoria	15 de enero de 2016

11. Método

Objetivo N° 1	Completar un estudio de la viabilidad técnica y económica de la producción de té de zanahoria en el Valle de Lasana
El estudio de la viabilidad técnica y económica de la producción de té de zanahoria será realizado por una entidad independiente a Proloa, que tenga competencia en esta materia y contratada para tal efecto por el ejecutor. No obstante lo anterior, FIA se reserva el derecho de proponer, revisar y aprobar los términos de referencia del estudio de viabilidad, previo a su realización. El costo del estudio será con cargo al aporte FIA al proyecto, por un monto máximo de El plazo máximo para la realización del estudio de viabilidad es de tres meses. El estudio se entiende como de pre-factibilidad, por lo que, debe validar la viabilidad del proyecto en sus aspectos de mercado, técnico, financiero y económico. Específicamente, las conclusiones del estudio tienen que demostrar a nivel de pre-factibilidad que la producción de té de zanahoria es viable desde el punto de vista de las productoras del Valle de Lasana y de Proloa, de acuerdo a lo estipulado en los objetivos, resultados esperados e hitos críticos del plan operativo del proyecto y según lo estipulado en los términos de referencia aprobados por FIA.	

Objetivo N° 2	Identificar las propiedades organolépticas y nutricionales del té de zanahorias
---------------	---

Se contempla la contratación del laboratorio Cesmec, con amplia experiencia realizando este tipo de análisis, el cual permitirá establecer las características y composición nutricional del producto y que estas se ajusten a la normativa sanitaria vigente de composición nutricional y rotulado del envase.

Actividades asociadas:

- Contratar servicio de análisis nutricional
- Elaborar y despachar muestras del producto
- Análisis del informe y verificación de cumplimiento de normativa sanitaria de los alimentos

Objetivo N° 3

Estandarizar el proceso de producción e implementar la planta elaboradora a escala piloto

Con la asistencia técnica del ingeniero en alimentos contratado en el proyecto, se realizará la estandarización del proceso de elaboración de los productos de la agroindustria. A nivel operativo, esto se concreta por medio de la elaboración de manuales de procedimiento productivo para cada producto elaborado por la empresa.

Los procedimientos para la estandarización del productos son:

Materia prima e insumos a usar: definir características, maduración, variedad, y otras características de la materia prima.

Proceso de elaboración: entregar procedimiento para realizar la etapa de selección de la materia prima, pesado, lavado, pelado, rallado, tostado y las maquinarias requeridas.

Envasado: forma en que se debe envasar el producto y utensilios empleados para ello.

Etiquetado: Forma de realizar el etiquetado, el cual incluye la información nutricional del producto.

Almacenaje: Definición de los procedimientos para un correcto almacenaje y características que se deben cumplir para garantizar la conservación del producto.

Además se procederá a la actualización de protocolos de acuerdo al crecimiento de operación y

funcionamiento necesario para el cumplimiento con las normas sanitarias y llevar el control de su producción.

- a) Manual de descripción del proceso de producción elaboración de té de zanahoria valle de Lasana: Descripción de etapas operacionales para la elaboración del producto
- b) Programa de prevención de plagas planta elaboradora de té de zanahoria.
- c) Sistema de aseguramiento de calidad: Base las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), siendo éstas una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y forma de manipulación. El sistema de calidad será desarrollado considerando la distribución de la planta y características de elaboración del té de zanahoria.
- d) Sistema de eliminación de residuos planta elaboradora de té de zanahoria.
- e) Programa de higiene
- f) Formatos de registros:
 - Registro de recepción de materia prima e insumos
 - Registro de producción- elaboración de té de zanahoria
 - Registro de producto terminado.

En paralelo se debe concretar la implementación física del negocio, lo cual incluye el acondicionamiento de los espacios para las diferentes etapas del proceso de producción. Dichas obras serán realizadas por un contratista externo con amplia experiencia en el rubro (por definir según cotizaciones).

Se considera contratar servicios en modalidad de obra vendida para la habilitación física del negocio y adquirir directamente las maquinarias e implementos necesarios para hacer funcionar la empresa.

Se realizará un plan de marketing para definir aspectos relevantes para el desarrollo del proyecto.

El plan de marketing será implementado a través de la asistencia técnica aportada por el equipo profesional incorporado en el proyecto, quien desarrollará la imagen corporativa de la empresa y del producto, la cual debe ser adecuada para posicionarse exitosamente en el segmento de mercado de interés. En este mismo sentido, cobra particular relevancia la información aportada por el estudio de mercado desarrollado para el producto, el cual aportará información relevante en las siguientes áreas:

- Modelo de negocios a implementar
- Análisis de potenciales clientes
- Análisis de competencia
- Análisis de viabilidad económica del producto.

La identidad visual del producto, se articulará a partir de las consideraciones realizadas por las integrantes del negocio en relación a la búsqueda de una identidad visual para el producto que refleje atributos diferenciadores tales como: calidad superior, origen natural, elaboración artesanal y sello étnico ancestral.

La identidad visual del producto se expresa por medio de la elaboración del manual corporativo, etiquetado y formatos de venta.

Entre los principales aspectos que serán definidos en el manual de imagen de marca se encuentran:

- Concepto de marca
- Logotipo
- Tipografía
- Paleta de colores

A partir de estos elementos, de los antecedentes aportados en la fase de estudio realizada y el plan de marketing, se concretará la participación de la empresa en ferias destinadas a promocionar productos locales tales como FEPLA, Feria de la Biodiversidad en Antofagasta y ferias de promoción de productos agrícola organizadas por INDAP.

También se contempla la implementación de un punto de venta directa del producto en las dependencias de la Asociación, además de en hoteles y café de la región.

En relación a la estrategia de marketing a implementar, estará diseñada en función de dos objetivos principales:

- 1.- Dar a conocer el producto
- 2.- Captar el mayor número de clientes

Público objetivo:

Segmento de mercado compuesto por personas con hábitos de consumo sofisticados del tipo gourmet y que disfrutan y buscan productos de calidad y por tanto con precios altos. A nivel local existe un importante grupo de consumidores de productos Premium dado el alto poder adquisitivo con el cual se dispone, operando además un tipo de consumo vinculado a estatus social.

En general, se define a los consumidores de productos Gourmet como personas mayores de 45 años, con un nivel socioeconómico y educativo alto. Además, las personas de 25 a 34 años de edad, con buen poder adquisitivo, también tienden a comprar alimentos Gourmet de regalo para ellos mismos, como recompensa por sus logros. Asimismo, los alimentos Gourmet, particularmente aquellos certificados como orgánicos, son vistos como un aporte para un estilo de vida saludable.

Producto:

Infusión de zanahorias del valle de Lasana, elaborada a través de receta ancestral desarrollada por mujeres indígenas de comunidad perteneciente a la etnia Atacameña.

El producto se elabora de manera artesanal, conservando características naturales así como

altos estándares de calidad. Del mismo modo, a nivel del envasado y los formatos de venta, estos enfatizarán la dimensión étnico cultural del producto, así como su sello natural y alto valor nutricional.

Plaza:

Se considera adecuado, dadas las características de exclusividad del producto, la implementación de una estrategia de distribución selectiva dirigida principalmente a hoteles y restaurantes de la región. También se considera la venta directa del producto en local perteneciente a la comunidad ubicado en el Valle de Lasana. Esta estrategia permitirá la diferenciación al situar al producto solo en sitios seleccionados, es decir, los principales hoteles y restaurantes del territorio, con lo cual se produciría una aproximación directa al segmento de mercado de interés para el té de zanahorias.

La acción de la distribución será desarrollada por las propias mujeres atacameñas, dado el interés por priorizar canales cortos de comercialización.

Precio:

En el marco de la importancia que tiene la definición del precio, y considerando el hecho de que es un producto nuevo que como tal busca penetrar el mercado y captar potenciales clientes, proponemos inicialmente una estrategia para establecer el precio del producto a partir de una calidad e imagen que sostengan y justifiquen su mayor valor. Del mismo modo, los costos por producir un volumen más pequeño no deben ser tales que afecten sensiblemente los beneficios y, por último, los competidores no deben poder ingresar fácilmente en el mercado. La estrategia escogida fija el precio más alto con el fin de obtener ingresos máximos según la alta capacidad de pago existente en el segmento seleccionado.

Según lo anterior un precio adecuado para penetrar el mercado estaría dado por un rango que se movilizaría entre los y por cada 100 gramos del producto.

Promoción:

Dado los objetivos de dar a conocer el producto y captar dentro del segmento de interés a la

mayor cantidad posible de clientes, se propone informar a los potenciales consumidores por medio de la participación en ferias y a través de la implementación de puestos de degustación. Se considera también diseñar y utilizar material gráfico como afiches, folletos y catálogos que releven las características del producto y la forma de acceder a él. También se tiene contemplado el regalo de muestras y la realización de descuentos por cantidad.

Objetivo N° 5	Comercialización del producto
---------------	-------------------------------

Desarrollo de la gestión comercial y de promoción del negocio a cargo del gerente de la agroindustria:

1.- Visitas comerciales a hoteles y restaurantes de la región.

Gestiones comerciales desarrolladas en los principales hoteles y restaurantes de la región. Tienen como propósito presentar el producto y lograr que este se incorpore en las respectivas cartas.

Considera la entrega de muestras gratis y material gráfico. Además se solicitará poner a la venta los productos en estos lugares, ofreciendo un porcentaje de ganancia.

2.- Visitas comerciales a empresas mineras de la región para promocionar el producto.

Gestiones comerciales desarrolladas con los departamentos de gestión comunitaria de las principales empresas mineras de la Provincia de El Loa. Tienen como objetivo presentar el producto, el cual podría servir como regalo o recuerdo institucional personalizado a las necesidades de los potenciales clientes.

3.- Plataforma temporal de venta

Para lograr el posicionamiento y comercialización del producto, el proyecto considera la utilización de canales cortos y el aprovechamiento de plataformas tales como participación en ferias y eventos promocionales tales como Feploa, Ferias de Innovación INDAP, ferias de la Biodiversidad y cuenta pública de la SEREMIA de Agricultura.

En general, los esfuerzos se encaminan a lograr una innovación productiva que sea competitiva

en el corto plazo respecto de su competencia directa y sustituta, así como que permita el aprovechamiento y valor agregado a la producción de zanahorias del valle de Lasana, generando una fuente de ingresos estables a partir de la venta del producto en sus diferentes variedades y formatos.

Objetivo N° 6	Capacitar a las beneficiarias en las materias de administración, marketing y de funcionamiento legal, necesarias para manejar el negocio de manera autónoma
Considera la implementación del plan de capacitación y asistencia formativa para las mujeres que integran la agroindustria. Se trata de transferir los conocimientos y herramientas necesarias para que las integrantes del negocio queden habilitadas para su conducción de manera autónoma, es decir, sin apoyos o asistencias externas. En el marco de dicho objetivo, los especialistas adscritos al proyecto desarrollaran las siguientes funciones: Marketing: Servicios profesionales de asesoría personalizada a la organización, desarrollado en la comunidad de Lasana, diseñando y elaborando una estrategia de marketing. Considerando los ejes temáticos tales como: Módulo 1: Historias y conceptos básicos del marketing Módulo 2: Conocer mapa de ruta de una estrategia de marketing/ canales y soportes que se utilizan. Módulo 3: Conocer los atributos del producto ejercicio con el té de zanahoria Diseño: Prestación de servicios en dos líneas de trabajo: Servicios profesionales de asesoría personalizada a la organización, a ser desarrollada en la comunidad de Lasana, para diseño de manual de imagen de marca, diseño de página	

web, elaboración de estrategia de marketing y elaboración y diseño de formatos de venta del producto. La asesoría personalizada se realizara a través 18 visitas que el profesional efectuará durante el periodo de trabajo, destinadas a proveer su trabajo de diseño y desarrollar participativamente los diversos aspectos de los productos indicados.

- Realización de relatoría en 4 talleres de formación de 2 horas de duración cada uno, donde se desarrollarán los siguientes ejes temáticos:

Taller 1: Importancia de la identidad visual de un producto

Taller 2: Construcción de Imagen comercial

Taller 3: Difusión de un producto y publicidad

Taller 4: Comercialización y venta

Alfabetización digital:

Se realizarán 4 jornadas de capacitación en alfabetización digital con el objetivo de conocer e incorporar las herramientas básicas para utilizar un computador facilitando sus actividades comerciales una vez lanzado el producto al comercio.

- a) Conocimiento de un equipo computacional (Hardware)
- b) Programas utilizados en un PC (Software)
- c) Utilización de la herramienta Word y Excel a nivel usuario

RRPP y Protocolo:

Se efectuará asesoría en conocimientos y estrategias básicas de Relaciones Públicas y Protocolo para utilizar en hitos de difusión que las usuarias podrán utilizar para promover su empresa y producto en el mercado.

Los ejes temáticos a desarrollar serán:

- Estrategias de RRPP
- Producción de eventos

- Vocativos, precedencia y normas protocolares

Entrevistas laborales y de negocio:

Se capacitará en herramientas para la realización exitosa de entrevistas laborales y/o de negocios, actividades que las usuarias deberán enfrentar a futuro para cuando trabajen de manera independiente su producto.

Desarrollando de contenidos tales como:

- Preparación y formato de antecedentes curriculares
- Comunicación y expresión oral y gestual
- Cierre de negocios

Taller de Asesoría Legal:

Realización asesorías y talleres contemplando los siguientes ejes temáticos:

- a) Organización legal
- b) Tipo de constitución de empresas.
- c) Trámites notariales e inscripción en el Conservación de bienes raíces.
- d) Trámites específicos de funcionamiento.

Taller de costos:

Se efectuara análisis de herramientas y aspectos a considerar en la fijación de precios y costos tanto directos como indirectos de los productos a comercializar.

El taller contempla aspectos tales como:

- Valor del producto y costos directos.
- Costos Indirectos.
- Ejercidos prácticos de los contenidos aprendidos.

Fortalecimiento de modelo de negocio:

Para ello se desarrollará el Programa Dreambuilder; Creador de Negocio, cuyo propósito es poder abordar y/o reforzar conceptos tales como:

Módulo 1: Bienvenida a DreamBuilder Creador de Negocio

Módulo 2: Definir su Sueño

Módulo 3: Diseñar su Sueño

Módulo 4: Planificar su Sueño

Módulo 5: Materializar su Sueño

Módulo 6: Promocionar su Sueño

Módulo 7: Poner Precio a su Sueño

Módulo 8: Vender su Sueño

Módulo 9: Administrar su Sueño

Módulo 10: Sacar Ganancias de su Sueño

Módulo 11: Financiar su Sueño

Módulo 12: Convertir su Sueño en Realidad

Además se trabajará el modelo de CANVAS que contempla las áreas de:

- Clientes
- Propuesta de valor.
- Canales de distribución.
- Relación con los clientes.
- Fuentes de ingresos.
- Recursos claves.
- Actividades claves.
- Alianzas estratégicas.
- Estructuras de costos.

Contabilidad y finanzas básica, uso de tics y educación financiera:

Módulo: Contabilidad Básica I

Cantidad de horas: 4 horas

Contenidos a tratar:

- Objetivos básicos de la contabilidad.
- Libros contables: libro diario, libro mayor, libro balance, libros auxiliares (ejemplos prácticos).
- Tipos de contabilidad.
- Documentación mercantil (externa e interna. (ejemplos prácticos).
- Tipos de documentos de compra y venta: Confección de facturas, guías de despacho, boletas de venta y servicios, notas de crédito, notas de débitos, boletas de honorarios. (ejemplos prácticos)
- Medios de pagos.

Módulo: Contabilidad Básica II

Cantidad de horas: 4 horas

Contenidos a tratar:

- Tributación:
- Deberes tributarios de los contribuyentes.
- Calendarios tributarios.
- Presentación página del SII y sus funciones principales.
- Ejercicio práctico para confeccionar libro de compra y ventas y formulario 29.

Módulo: Finanzas Básicas

Cantidad de horas: 4 horas

Contenidos a tratar:

- Costos
- Márgenes
- Presupuesto

Módulo: Uso de Tics

Cantidad de horas: 4 horas

Contenidos a tratar:

- Comunicación electrónica:
 1. Internet
 2. Comercio electrónico o portales gratuitos de avisos clasificados o Mercado Público.
 3. Correo electrónico
 4. Marketing por internet, Facebook o twitter.
 5. Trámites on-line

Módulo: Educación Financiera

Cantidad de horas: 4 horas

Contenidos a tratar:

- Video presentación del curso
- Planificación Financiera.
- Ahorro
- Endeudamiento Responsable Objetivos básicos de la contabilidad.
- Libros contables: libro diario, libro mayor, libro balance, libros auxiliares (ejemplos prácticos).
- Tipos de contabilidad.
- Documentación mercantil (externa e interna. (ejemplos prácticos).
- Tipos de documentos de compra y venta: Confección de facturas, guías de despacho, boletas de venta y servicios, notas de crédito, notas de débitos, boletas de honorarios. (ejemplos prácticos)
- Medios de pagos.

Todas las capacitaciones se realizarán en la localidad de Lasana, en dependencias de la Asociación de Mujeres, y utilizando un enfoque lúdico, con un lenguaje simple, directo y enfatizando aspectos prácticos. Además del apoyo de material audiovisual y entrega de material de apoyo.



12. Carta Gantt (Trimestral)

[illegible]



Fundación para la
Innovación Agraria

13. Función y responsabilidad del ejecutor(es) y asociado(s) en el desarrollo del proyecto

Ejecutor(es) / Asociado(s)	Función y responsabilidad
Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa	• Ejecutar técnicamente el proyecto. • Relacionarse con FIA y garantizar el cumplimiento del proyecto según los objetivos comprometidos. • Administrar y rendir los recursos traspasados para la ejecución del proyecto. • Elaborar los informes de avance y final solicitados por FIA. • Aportar cofinanciamiento por efectivo y valorizado
Asociación Indígena Atacameña de Mujeres de Lasana Quillantay	• Aportar la Mano de obra necesaria para desarrollar el proyecto. • Facilitar la infraestructura en el poblado de Lasana, necesaria para implementar el negocio. • Aportar la materia prima necesaria (300 kilos de zanahoria) para producir el producto durante el desarrollo del proyecto.

14. Actividades de Difusión Programadas

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Perfil de los participantes	Medio de Invitación
31 de julio 2014	Poblado de Lasana	Inauguración planta producción	50 personas	• Autoridades locales • Representantes de las instancias involucradas en la realización del proyecto • Miembros de la comunidad de Lasana y prensa	Invitación impresa
26 de enero 2016	Poblado de Lasana	Inauguración de agroindustria y cierre proyecto	50 personas	• Autoridades locales • Representantes de las instancias involucradas en la realización del proyecto • Miembros de la comunidad de Lasana y prensa	Invitación impresa



C. Dedicación

15. Tiempos de dedicación del equipo técnico*.

Nombre	Rut	Cargo dentro del proyecto	Nº de resultado sobre el que tiene responsabilidad	Nº de Meses de dedicación	Período dd/mm/aa - dd/mm/aa	Horas/Mes
Ximena Martel Zambrano		Coordinadora Principal	1,2,3,4,5,6,7,8,9, 10,11,12,13	30	01/06/2013 - 14/11/2014	12
Jorge Orlando Cabezas Aguilar		Coordinador Alterno	1,2,3, y 9, 10,11,12,13	9	01/06/2013 - 14/03/2014	12
Zorka Yaksic		Coordinador Alterno	1,2,3,4,5,6,7,8,9, 10,11,12,13	10	14/03/2014 - 30/01/2015	12
Nadia Navarro		Coordinador Alterno	1,2,3,4,5,6,7,8,9, 10,11,12,13	10	01/02/2015 – 31/12/2015	12
María Antonieta Chacano Aguilera		Director agroindustria	1,2,3,4,5,6,7,8,9, 10,11,12,13	12	04/11/2013 - 14/11/2014	160
Paola Quezada		Director agroindustria	4,5,6,7,8,9, 10,11,12,13	12	04/11/2013 - 30/12/2015	160
Tomislav Radich		Asesor de diseño y relator de capacitaciones	7,8,9,13	3	01/01/2014 - 31/03/2014	100
Claudia Rojo		Ingeniera en Alimento	2 y 3	1	01/09/2015 - 31/10/2015	30

*Equipo Técnico: Todo el recurso humano definido como parte del equipo de trabajo del proyecto. No incluye RRHH de servicios de terceros.

16. Flujo de horas de dedicación al proyecto por trimestre del equipo técnico

Recurso Humano	2013				2014				2015				2016
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
María Antonieta Chacano Aguilera	0	0	320	320	480	480	480	240	0	0	0	0	0
Paola Quezada	0	0	0	0	0	0	0	240	480	480	90	60	60
Giovanni Diego Sebastián Rojas Alvarado	0	0	0	0	300	0	0	0	0	0	0	0	0
Ximena Abigail Martel Zambrano	0	0	36	36	36	36	36	36	18	18	10	10	10
Jorge Orlando Cabezas Aguilar	0	0	36	36	36	0	0	0	0	0	0	0	0
Zorka Yaksic	0	0	0	0	0	36	36	36	36	0	0	0	0
Nadia Navarro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	23	27	27
Claudia Rojo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0

D. Fichas curriculares

17. Ficha del Ejecutor (entidad responsable)

Nombre o razón social	Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa (PROLOA)			
Giro / Actividad	Administración de proyectos sociales			
RUT				
Tipo de entidad (1)	Corporación sin fines de lucro			
Ventas totales (nacionales y exportaciones) de la empresa durante el año pasado, indique monto en UF en el rango que corresponda	Micro empresa menos de 2400 UF/ año	Pequeña 2.401 a 25.000 UF / año	Mediana 25.001 a 100.000 UF / año	Grande más de 100.001 UF / año
Exportaciones, año 2010 (US\$)				
Número total de trabajadores				
Usuario INDAP (sí / no)				
Dirección (calle y número)				
Ciudad o Comuna				
Región	Antofagasta			
País	Chile			
Teléfono fijo				
Fax				
Teléfono celular				
Email				
Dirección Web	www.proloa.cl			

(1) Tipo de entidad

Empresas productivas y/o de procesamiento
Personas Naturales
Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas



Fundación para la
Innovación Agraria

Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores
Otras (especificar)

18. Ficha representante(s) Legal(es) del Ejecutor (entidad responsable)

Nombre	Víctor Darío
Apellido paterno	Realini
Apellido materno	Saldaña
RUT	
Cargo en la organización	Presidente del Directorio
Género	Masculino
Etnia (2)(clasificación al final del documento)	
Tipo (3) (clasificación al final del documento)	Técnico
Firma del representante legal	

19. Ficha del Asociado N°1.

Nombre o razón social	Asociación Indígena Atacameña de Mujeres de Lasana Quillantay			
Giro / Actividad	Elaboración de artesanías y producción agrícola			
RUT				
Tipo de entidad (1)	Asociación Indígena			
Ventas totales (nacionales y exportaciones) de la empresa durante el año pasado, indique monto en UF en el rango que corresponda	Micro empresa (menos de 2400 UF/ año)	Pequeña (2.401 a 25.000 UF / año)	Mediana (25.001 a 100.000 UF / año)	Grande (más de 100.001 UF / año)
Exportaciones, año 2010 (US\$)				
Número total de trabajadores				
Usuario INDAP (sí / no)				
Dirección (calle y número)				
Ciudad o Comuna				
Región	Antofagasta			
País	Chile			
Teléfono fijo				
Fax				
Teléfono celular				
Email				
Dirección Web				

20. Ficha representante(s) Legal(es) de Asociado(s) N°1.

Nombre	Carolina
Apellido paterno	Ferrel
Apellido materno	Yere
RUT	
Cargo en la organización	Presidenta
Género	Femenino

Etnia (2) (clasificación al final del documento)	
Tipo (3) (clasificación al final del documento)	Productor individual pequeño
Firma del representante legal	

21. Fichas de los Coordinadores

Nombres	Ximena Abigail	
Apellido paterno	Martel	
Apellido materno	Zambrano	
RUT		
Profesión	Asistente Social	
Empresa/organización donde trabaja	Proloa	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Antofagasta	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Femenino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)	Técnico	
Firma		

22. Ficha Equipo Técnico. Se deberá repetir esta información por cada profesional del equipo técnico

Nombres	Debora Valentina	
Apellido paterno	Forne	
Apellido materno	Verdugo	
RUT		
Profesión	Ingeniero en agro negocios	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella		
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Antofagasta	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Femenino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)	Técnico	
Firma		

Nombres	Giovanni Diego Sebastián	
Apellido paterno	Rojas	
Apellido materno	Alvarado	
RUT		
Profesión	Licenciado en diseño	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella		
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Antofagasta	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)	Técnico	
Firma		

Nombres	Jorge Orlando	
Apellido paterno	Cabezas	
Apellido materno	Aguilar	
RUT		
Profesión	Licenciado en Sociología	
Empresa/organización donde trabaja	PROLOA	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Coordinador de proyectos	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Antofagasta	
País	Antofagasta	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)	Técnico	
Firma		

E. Indicadores Solicitados por el Ministerio de Agricultura

23. Indicadores Minagri

¿Su proyecto tiene que ver con la venta de algún bien o servicio?						Si	X	No
Si su respuesta es sí , refiérase a los siguientes indicadores relacionados con el proyecto:								
Selección de indicador ¹	Indicador	Descripción del indicador ²	Fórmula de indicador	Línea base del indicador ³	Indicador al término del proyecto ⁴	Indicador a los 3 años de finalizado el proyecto ⁵		
X	Ventas	Unidades vendidas mensualmente	Nº de unidades vendidas mensualmente	150 unidades	1000 unidades	5000 unidades		
X	Costos	Costos de producción	\$/unidad de 100 gramos					
X	Empleo	Número de personas que trabajan en la agroindustria	Nº personas contratadas anualmente	5	10	15		

¹ Marque con una X, el o los indicadores a medir en el proyecto

² Señale para el indicador seleccionado, lo que específicamente se medirá en el proyecto

³ Completar con el valor que tiene el indicador al inicio del proyecto

⁴ Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar al final del proyecto

⁵ Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar al cabo de 3 años de finalizado el proyecto

24. Cuantificación e identificación de Beneficiarios directos de la iniciativa

Género	Masculino		Femenino		
Etnia	Pueblo Originario	Sin Clasificar	Pueblo Originario	Sin Clasificar	Subtotal
Agricultor micro-pequeño	0	0	20	0	20
Agricultor mediano-grande	0	0	0	0	0
Subtotal	0		20		20
Total	0		20		20

(2) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(3) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

III. DETALLES ADMINISTRATIVOS

- Los Costos Totales de la Iniciativa serán (\$):

Costo total de la Iniciativa		
Aporte FIA		
Aporte Contraparte	Pecuniario	
	No Pecuniario	
	Total Contraparte	

Período ejecución	
Fecha inicio:	03 de junio de 2013
Fecha término:	30 de enero de 2016
Duración (meses)	32

- Calendario de Desembolsos

Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
	Firma del contrato	Cancelado	
05.08.2013	Aprobación informe de saldo	Cancelado	
08.04.2014	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°1.	Cancelado	
07.01.2016	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°2.		
26.04.2016	Aprobación técnico y financiero finales, e informes técnico y financiero finales complementarios.		
Total			

(*) El informe financiero final debe justificar el gasto de este aporte



Fundación para la
Innovación Agraria

- Calendario de entrega de informes

Informe de saldo	
Informe de Saldo N°1:	30.09.2013 Aprobado

Informes Técnicos	
Informe Técnico de Avance 1:	04.02.2014 Aprobado
Informe Técnico de Avance 2:	11.08.2014 Aprobado

Informes Financieros	
Informe Financiero de Avance 1:	04.02.2014 Aprobado
Informe Financiero de Avance 2:	11.08.2014 Aprobado

Informe Técnico Final:	15.01.2015 Aprobado
Informe Financiero Final:	15.01.2015 Aprobado

Informe Técnico Final Complementario N°1:	25.02.2016
Informe Financiero Final Complementario N°1:	25.02.2016

Síntesis de Avance	
Síntesis avances N° 1:	05.09.2013 Entregado
Síntesis avances N° 2:	04.02.2014 Entregado
Síntesis avances N° 3:	05.05.2014 Entregado
Síntesis avances N° 4:	04.08.2014 Entregado
Síntesis avances N° 5:	01.12.2015 Entregado

- Las Síntesis de avances consisten en un Informe de 2 a 3 páginas máximo, y deberán ser enviados por correo electrónico al Ejecutivo de Innovación Agraria respectivo. Este informe será enviado al GORE y debe contener un resumen ejecutivo, actividades realizadas, resultados parciales alcanzados. No estarán vinculados a pagos de aportes.



Fundación para la
Innovación Agraria

- Las Síntesis de avances consisten en un Informe de 2 a 3 páginas máximo, y deberán ser enviados por correo electrónico al Ejecutivo de Innovación Agraria respectivo. Este informe será enviado al GORE y debe contener un resumen ejecutivo, actividades realizadas, resultados parciales alcanzados. No estarán vinculados a pagos de aportes.
- Además, se deberá declarar en el Sistema de Declaración de Gastos en Línea los gastos correspondientes a cada mes, a más tardar al tercer día hábil del mes siguiente.

CONFORME CON PLAN OPERATIVO

EJECUTOR O COORDINADOR PRINCIPAL