



REALIZACIÓN DE EVENTOS DE INNOVACIÓN

INFORME TÉCNICO FINAL

2014

1. Código propuesta:

EVR-2014-0198

2. Nombre del evento:

Levantamiento de informaciones de innovaciones de la Agricultura Familiar Campesina

3. Entidad postulante:

Nombre: Confederación Nacional de la Agricultura Familiar Campesina "La Voz del Campo" A.G.

RUT:

4. Entidad asociada:

Nombre:

RUT:

5. Coordinador del evento:

Nombre completo: Miguel Antonio Fuentealba Troncoso

Cargo en la entidad postulante: Presidente y Representante Legal

6. Tipo de evento (marque con una x):

Seminario	<input checked="" type="checkbox"/>
Congreso	<input type="checkbox"/>
Simposio	<input type="checkbox"/>
Feria Tecnológica	<input type="checkbox"/>

7. Lugar y ubicación de realización del evento:

Lugar	VIII y IX región
Dirección	Detalladas en el programa
Comuna	San Ignacio, Angol, Toltén, Perquenco, Pucón, Curarrehue, Chillan
Provincia	Bío Bío y la Araucanía

8. Área o sector donde se enmarcó el evento (marque con una x):

Agrícola	x
Pecuario	
Forestal	
Dulceacuícola	
Gestión	
Alimentos	
Otros	

9. Fecha de inicio y término del evento:

Fecha inicio:	04/11/2014	Fecha término:	12/11/2014
---------------	------------	----------------	------------

10. Costos totales del evento:

Costo total
Aporte FIA
Aporte Contraparte

11. Indique si el evento cumplió con los objetivos planteados inicialmente. Fundamente.

El objetivo principal de este evento de innovación fue el construir un banco de ideas que constituya un marco de referencia para fomentar iniciativas, a través de un levantamiento de innovaciones. Esto fue cumplido fielmente en el contexto de entregar a los asistentes una charla de capacitación en cuanto a innovación, partiendo desde su propia definición, entregando herramientas para analizar oportunidades y estudiando las principales causas de fracaso en la introducción de bienes y servicios al mercado. Todo esto se realizó para cambiar su visión, y motivar e incentivar a la gente para generar iniciativas locales de innovación de la agricultura familiar campesina. La importancia de esta introducción previa al levantamiento de innovaciones era entregar los conocimientos necesarios a los asistentes para posteriormente proceder al llenado de la ficha de innovación la cual es la materia prima que buscábamos para potenciar a nuestros asociados con futuros programas de innovación y apoyo.

En cada una de las jornadas se difundieron distintos emprendimientos como es el caso del cultivo de stevia, producción de lupino, proceso de secado de hierbas, elaboración de licor de maqui y de quesos con diversos condimentos, además se potenció este espacio con la participación de un agricultor local, elegido previamente por la federación como el emprendedor más innovador del sector, el cual nos dio a conocer su experiencia. Dentro de ellos pudimos encontrar 7 innovaciones para nuestro sector y asociados: elaboración de pasta de ajo en San Ignacio, mermelada de Physalis en Angol, secado de hierbas en Perquenco, derivados de maqui en Toltén, quesos gourmet en Pucón, agroturismo mapuche en Curarrehue y salsas gourmet en Chillan. La idea de esto es fomentar en el resto de los asociados la inquietud de innovar para contribuir al crecimiento económico y social de nuestras familias campesinas.

Se culminó la jornada con lo más importante para la Confederación, esto era lograr un levantamiento de información el cual nos permitió crear una base de datos con 190 carpetas con ideas de proyecto pertenecientes a los asistentes de las jornadas, de los cuales aproximadamente 90 se convirtieron en perfiles que contienen información fundamental como es la idea creativa, sector económico, líneas de negocio, perspectiva de crecimiento y análisis de mercado, este filtro se creó en primera instancia por el interés de la gente de participar en contestar la ficha para la creación de su perfil de proyecto, ya que el resto se encuentra desmotivado de participar de concursos públicos y otras instancias de financiamiento porque han participado en diversas áreas sin tener resultados por lo cual ahora lo encuentran una pérdida de tiempo. Dicha información, que era lo más valioso para la Confederación, se convirtió en el insumo de trabajo para la Voz del campo, lo cual nos permitirá analizar caso a caso cada perfil y clasificar las iniciativas más pertinentes de implementar en el corto y mediano plazo. De esta forma se pretende impulsar y apoyar en un futuro las ideas de nuestros productores asociados.

El éxito de este evento se debió a que llegamos a distintos lugares de la región: San Ignacio y Chillan en la VIII región y Angol, Perquenco, Toltén, Pucón y Curarrehue en la IX, lo cual es mucho más apreciado por la gente por sentir que valoramos sus iniciativas y/o experiencia en sus comunas.

12. Detalle los expositores del evento. Indique si existieron diferencias respecto a lo programado y las razones.

	Nombre y apellidos	RUT o N° Pasaporte	Nacionalidad	Entidad donde trabaja	Profesión y especialización	Conocimientos o competencias en el tema a exponer.
1	Patricia Correa Farías		Chilena	Independiente	Ing. Agrónomo - Evaluación de proyectos	Asesora y evaluadora de proyectos
2	Valeria Barahona Michea		Chilena	Independiente	Contador Auditor- Gestión de la Pequeña Empresa	Capacitadora de comercialización, presupuesto y evaluación de proyectos
3	Jeanette Fuentes Olmos		Chilena	Independiente	Ingeniero Comercial y de administración de empresas	Realización de capacitaciones similares
4						

No hubo diferencia en cuanto a los expositores y en cuanto a los temas tratados ya se sabía que el lenguaje y la forma de abordar las jornadas debía ser más básico y coloquial, por lo cual se optó por profundizar en aquellos conceptos fundamentales para que la gente pudiese entender de que se les estaba hablando y en el bloque de programas de innovación y modelo de gestión se optó por hablar de innovación e introducción de productos y servicios al mercado.

13. Indique el número y características de los asistentes al evento (Adjuntar listados de participación y/o asistentes, en caso que corresponda, Anexo 1).

Estos eventos están destinados principalmente a los agricultores pertenecientes a nuestra Confederación y que son representados por las Federaciones: Conquista Campesina, Sembradores de Malleco, Copihues de la Araucanía, Progreso Campesino, Cordillera de Cautín y Valle Hermoso de Ñuble presentes en San Ignacio, Angol , Toltén , Perquenco, Curarrehue, Pucón y Chillan respectivamente. Abarcando estas comunas y sus alrededores.

Cada uno de los asistentes son agricultores que pertenecen a la agricultura familiar campesina, abarcando distintos rubros tales como: cereales, hortalizas, ganaderos, ovinos, lecheros, productores de flores, entre otros.

Todos son pequeños agricultores con menos de 12 hectáreas de riego básico y que obtienen su principal sustento de la explotación de la tierra, el rango etario varía desde los 25 a los 70 años con una mayor tendencia entre los 45 a 65 años y sin distinción predominante entre hombre y mujeres.

FECHA	FEDERACION	LUGAR	Nº ASISTENTES
04/11/2014	La Conquista Campesina	San Ignacio	26
05/11/2014	Sembradores de Malleco	Angol	25
06/11/2014	Progreso Campesino	Perquenco	30
07/11/2014	Progreso Campesino Copihues de la Araucanía	Toltén	25
10/11/2014	Cordillera de Cautín	Pucón	22
11/11/2014	Cordillera de Cautín	Curarrehue	30
12/11/2014	Valle Hermoso de Ñuble	Chillan	32

14. Señale si existieron diferencias respecto al programa inicial del evento y las razones.

El programa inicial contaba con la explicación de lo que era innovación y para qué sirve, luego se explicaron los programas y modelos de gestión para finalizar con el taller de levantamiento. Sin embargo, esto debió ser modificado debido al bajo nivel de conocimiento de los asistentes sobre este tema y sus aplicaciones.

Se reestructuró la exposición para incentivar a los participantes, enseñando y demostrando que innovar va más allá de la invención o descubrimiento de un nuevo producto. La idea inicial siempre fue ampliar y homologar el nivel de conocimiento respecto de lo que conlleva tanto la innovación como la introducción y/o posicionamiento de un bien o servicio en el mercado.

Luego de esta charla introductoria se presentaron y analizaron en conjunto con los participantes ejemplos de potenciales iniciativas para trabajar como insumo para futuros proyectos, estas se fueron adecuando con casos locales en cada jornada para adaptarse a sus realidades y fomentar la innovación con productos, por ejemplo, se trabajó en productos derivados del ajo en la comuna de San Ignacio, Stevia y Physallys en Angol, hierbas medicinales en Perquenco, licor de maqui en Toltén, ecoturismo en Pucón, medicina tradicional mapuche en Curarrehue y secado de frutas y hierbas en Chillan.

Para finalizar cada una de las jornadas y con la gente motivada y trabajando en sus ideas se procedió a realizar el levantamiento de innovaciones, mediante el llenado de una ficha en la cual se les pedía pensar no solo en una idea, sino que también enfocarse en su mercado objetivo, sus competidores, sus competencias, ventajas y dificultades entre otros aspectos.

Por otra parte y debido al corto tiempo para la realización de los eventos se debió modificar la jornada que inicialmente se realizaría en Collipulli donde no se alcanzó a realizar la convocatoria suficiente y se decidió realizar en Chillan al regreso de este evento por la novena región. Y en las comunas de Angol y Perquenco producto de que estaban ocupados los locales cotizados para la fecha estipulada se debió buscar un lugar de características y valores similares para cumplir con el programa.

El programa inicial presento algunas variaciones respecto a lo programado, partiendo porque se extendieron las jornadas por lo cual se decidió cambiar el coffe break estipulado a las 11 horas por un almuerzo cerca de las 15 horas. En cuanto a los temas tratados ya se sabía que el lenguaje y la forma de abordar las jornadas debían ser más básicos y coloquiales, por lo cual se optó por profundizar en aquellos conceptos fundamentales para que la gente pudiese entender que se les estaba hablando.

En el bloque de programas de innovación y modelo de gestión se optó por hablar de innovación e introducción de productos y servicios al mercado, que fue más relevante para el posterior llenado de la ficha de innovación. Los análisis de casos fueron trabajados en conjunto y con las distintas realidades de cada sector y con gran interés de parte de la gente.

El programa utilizado en cada una de las jornadas fue el siguiente:

09:00 - 9:30 hrs Bienvenida y marco general de la jornada de trabajo .Miguel Fuentealba

09:30 -10:10 hrs ¿Que es Innovación? ¿Para qué sirve?, Patricia Correa

10:10 -10:40 Economía e innovación: innovación e introducción de productos y servicios al mercado, Jeanette Olmos

10:40 -11:20 Presentación de casos y exposición de emprendimiento local

11:20 -11:30 Receso

11:30 -13:30 Presentación de metodología de taller de levantamiento de información y trabajo en ficha de innovación, Valeria Michea

13:30 -14:30 Presentación de ideas de innovación resultantes del taller

14:30 -15:00 Ronda de preguntas y conclusiones. Moderador: Miguel Fuentealba

15.00 -16.00 Almuerzo de camaradería.

Esto solo se pudo constatar en terreno y durante la primera jornada donde se observó que la gente requería de más tiempo para comprender ciertos temas y principalmente para concretar sus ideas y concentrarse en rellenar la ficha de innovación. Teníamos muchas dificultades de que los asistentes tienen problemas de visión o les cuesta mucho escribir por lo que necesitaban mayor apoyo de parte del equipo técnico.

15. Describa y adjunte el material de apoyo y presentaciones entregados en el evento (Adjunte el material entregado en el anexo 2 y las presentaciones en anexo 3).

Cada una de las jornadas se inició con el saludo y la introducción de don Miguel Fuentealba, presidente de la Confederación Nacional de la agricultura Familiar Campesina "La Voz del Campo", el cual dio a conocer las razones y los motivos de la realización del evento. Luego del saludo de bienvenida se procedió a entregar el material de apoyo que consistía en una libreta de apuntes, un lápiz, revistas informativas, la ficha de levantamiento dentro de una carpeta y un tríptico informativo, todo dentro de una bolsa ecológica reutilizable para fomentar el desuso de bolsas plásticas.

Durante el primer módulo lo más importante fue entregar a los participantes los conceptos claves para introducirlos en el tema de innovación, resolver sus dudas y quitar sus miedos para poder fomentar la participación durante el resto de la jornada.

El segundo módulo se caracterizó por asociar conceptos de introducción de productos al mercado, cuáles eran los principales motivos de fracasos y como debían observar y orientar sus bienes y servicios hacia el cliente y como podían ellos tener éxito en sus ideas. Este módulo se acompañó de análisis de casos de éxitos y/o fracasos que los mismos asistentes proponían como vivencias personales y que eran analizadas por todo el grupo para encontrar los puntos críticos y que lograran rescatar lo positivo y negativo de cada una de las experiencias.

En el tercer módulo de la jornada se procedió a realizar un taller dinámico con los participantes donde se aplicó una ficha de levantamiento de información que busca a través de sus lineamientos encontrar a futuros proyectos de innovación, identificando criterios aplicables a la búsqueda de ideas potenciales para Programas de Innovación.

16. Concluya los resultados del evento y cómo éste aportó a generar y/o difundir nuevos conocimientos y experiencias en el sector.

Como primer resultado de todas estas jornadas está el interés de nuestros asociados en la participación del evento, dejando comprobado el interés de los agricultores por aprender e interiorizarse en estos temas de innovación. Tenemos gente muy valiosa en nuestros campos con grandes ideas y capaces de dar soluciones a todos los retos que la vida rural les impone: cambio climático, falta de agua, escases de mano de obra entre otros factores. Durante estos eventos se pudo constatar el desconocimiento sobre esta temática y el cambio de expectativa que se consigue al hacer que la gente se siente apoyada y se valoren sus ideas. Gracias a esto se pudo dar la instancia para el diálogo entre la gente llena de esperanzas e inquietudes y los profesionales que se encargaron de hacerlos soñar y luego aterrizar para concretar sus ideas de la manera más óptima.

A su vez, durante estos eventos se pudieron dar a conocer ideas innovadoras que rescatamos de ellos mismos para difundirlas en las distintas localidades visitadas, que a pesar de encontrarse en la misma región o en la región vecinas presentan realidades, productos, procesos y servicios muy distintos.

Así en cuanto al levantamiento de innovaciones se definieron como potenciales proyectos innovadores para apoyar durante el año 2015, los mencionados a continuación, los cuales se escogieron por presentar mayores aptitudes según los parámetros definidos por la Confederación en base a los lineamientos de FIA

- Elaboración de productos gourmet en base al Physallys
- Envasado de hierbas medicinales endulzadas con stevia orgánica
- Deshidratación de hierbas medicinales
- Mejoramiento de etiquetado, envasado y comercialización de licor de maqui
- Elaboración de quesos gourmet
- Implementación de techos removibles en arándanos
- Elaboración de aderezo agridulce gourmet de arándano
- Conservas de frutos silvestres
- Producción de derivados del maqui: café, mermelada, conservas y otros.
- Elaboración de nueva dieta alimenticia para producción de trucha arcoiris
- Centro turístico con hospedaje y medicina al estilo ancestral mapuche

Finalmente podemos concluir que la innovación es clave para convertir cada reto en oportunidad, mejorando el bienestar general de las personas, ya sea a nivel económico, medioambiental y social.

LISTADO DE ANEXOS

ANEXO 1: Listados de asistencia y/o participación

ANEXO 2: Material entregado en el evento.

ANEXO 3: Presentaciones de los expositores del evento (formato digital).

ANEXO 1: Listados de asistencia y/o participación

ANEXO 2: Material entregado en el evento.

"Levantamiento de información de innovaciones de la Agricultura Familiar Campesina"

Confederación Nacional de la Agricultura Familiar Campesina



Con el apoyo de:



"Levantamiento de información de innovaciones de la agricultura familiar campesina"



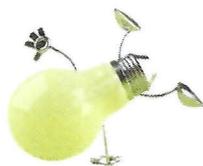
Con el auspicio de:

Fundación para la Innovación Agraria

García Reyes #464, Santiago - www.vozdelcampo.cl

ANEXO 3: Presentaciones de los expositores del evento (formato digital).

CONCEPTOS CLAVES DE INNOVACION



Patricia Alejandra
Correa Farías

Ing. Agrónomo
PUC

CON EL AUSPICIO DE:



Fundación para la
Innovación Agraria

¿CUAL ES SU SUEÑO?

SUEÑO

- Es una meta O un objetivo importante que se quiere alcanzar y por la cual uno está dispuesto a dar todo de sí hasta lograrlo.
- Permite que la gente esté estimulada y haga un esfuerzo constante para alcanzarlo.



AHORA SUEÑE

- ¿Qué queremos en el futuro?
- ¿Qué buscamos y anhelamos?
- ¿Donde quiere llegar?



INNOVACIÓN CREATIVIDAD

- Solamente un soñador puede hacer que un sueño se convierta en realidad. Walt Disney.
- Como no sabían que era imposible, lo hicieron.
- Más creatividad es el único camino para que el mañana sea mejor que hoy.
- Quien hace puede equivocarse. Quien nada hace, ya está equivocado.

DEFINA SU SUEÑO

- Qué quiere para usted sino tuviera problemas económicos ni de tiempo, sea específico.
- Mentalice como sería su vida si obtuviera.
- Vale la pena luchar por ese sueño.
- Sería feliz alcanzando ese sueño.
- Cómo me gustaría estar financieramente en el futuro.



PENSAR

- No solo cuesta trabajo pensar, sino que muchas personas temen hacerlo. Algunos siguen fácilmente las sugerencias de los demás, porque les ahorra el trabajo de pensar.





INNOVACIÓN

- Es la acción de introducir o producir algo novedoso, alguna idea, método, instrumento, modos de pensar en: negocios, servicios, entradas al mercado, producir, formar u organizar, solucionar problemas, realizar adaptaciones y modificaciones de bienes y servicios destinados a solucionar necesidades o descubrimiento de necesidades.



IDEAS GENIALES

- No tienes una idea clara de qué quieres, cómo lo quieres o dónde lo quieres, tranquilo muy pocas lo saben cuando empiezan, es mas, saberlo no es garantía de éxito aunque si lo hace mas fácil. Si tienes una idea, has comenzado, pero una parte en realidad dura, que consiste en analizarla, buscar antecedentes, identificar competidores, reconocer sus debilidades .



IDEAS GENIALES

- Y fortalezas, en fin trabajar para sacarla adelante. Crees que tu idea es única pero, en el camino subsiguiente encuentras que no, que alguien ya la tuvo, probablemente “no existan ideas geniales” pero con trabajo duro, orden, equilibrio y mucho esfuerzo podrás hacer de tu idea una lucrativa realidad.



RECETA PARA EL EXITO

Una taza de ingenio.

Una taza de conocimientos.

Una taza de talento.

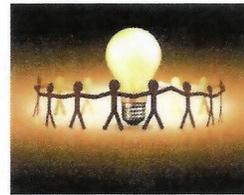
50 tazas de TRABAJO.

50 tazas de ESFUERZO Y DEDICACIÓN



CREATIVIDAD

El ejecutivo promedio ha invertido entre 1.000 y 10.000 horas aprendiendo economía, historia, idiomas, literatura, matemáticas, computación, ciencia política. Pero él mismo ha dedicado menos de 10 al aprendizaje de pensamiento creativo.



CREATIVIDAD

- ¿Qué es la creatividad?
- Elementos fundamentales para ser creativos.
- Proponer y propositivo.
- Lo nuevo sustituye lo viejo.
- De la creatividad a la practicidad.
- Las oportunidades y los visionarios.



¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?

- Capacidad de crear.
- Producir una cosa que no existía.
- Engendrar.
- Inventar.
- Fundar.
- Establecer.



¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?(2)

- Es la producción de una idea, un concepto, una creación o un descubrimiento que es nuevo, original, útil y que satisfaga tanto a su creador como a otros durante un periodo.



CREATIVIDAD

La creatividad es un arma poderosa ante la ignorancia y el espíritu de aprendizaje su cura y es "Condición indispensable para llegar a ser exitoso y buen emprendedor".



ELEMENTOS FUNDAMENTALES PARA SER CREATIVOS



- Imaginación: Personas puedan distinguir entre lo real y ficticio, lo imposible e improbable y requiere de la capacidad de relación de objetos con realidades.
- Crítica: Capacidad de diferenciar los problemas reales (importantes y productivos) de los irrelevantes y triviales, es la capacidad de identificar los elementos importantes, fallas aciertos en las acciones.

ELEMENTOS FUNDAMENTALES PARA SER CREATIVOS(2)

- o Comprensión: Para poder criticar, aplicar o investigar, es necesario comprender, la comprensión implica: descomponer los elementos para entenderlos en forma individual (análisis) y después reconstruir todo (síntesis). De este modo al reconstruir se ordenan los elementos con coherencia produciendo nuevos elementos y generando creatividad.



PROPONER Y PROPOSITIVO

- o Proponer es plantear un posible escenario futuro, una línea de acción o un desarrollo a largo plazo. La educación juega un papel fundamental. Implica crear y ésta se da en campos como: La investigación científica, la demostración, el descubrimiento, la creación artística, la conectividad.



LAS OPORTUNIDADES Y LOS VISIONARIOS

- o Visión: todos veían un desierto, alguien vio las Vegas. Todos veían un cuarto de San Alejo alguien vio subastas por Internet.
- o Cazar oportunidades: ¿por que no se me ocurrió si yo paso por aquí cada rato?
- o Las oportunidades suelen ser engañosas, se debe explorar en ellas, profundizar.

IDEA

- o Difícil identificar una fuente única debido a la imaginación de cada empresario para convertirla en realidad.
- o Conocimiento del negocio clave del éxito.
- o Conocimiento del producto.
- o Plena satisfacción del cliente.
- o Cazadores de negocios.
- o Ideas ganadoras de dinero.





IMAGINACIÓN

- ¿Qué ha sucedido en el segmento de los alimentos (u otro cualquiera) en los últimos 10 años en términos de nuevos productos, altamente innovadores, que hallan satisfecho verdaderas necesidades de la gente?. Es la primera pero no la única pregunta. Se da inicio a un ejercicio que ha de conducirnos a nuevas formas e innovadoras de satisfacer necesidades.



LA ECONOMIA Y LA INNOVACION



Jeanette Carolina
Olmos Fuentes

Ing. Comercial
UTC INACAP



CON EL AUSPICIO DE:

Fundación para la
Innovación Agraria

ACTIVIDADES DEL MERCADEO

- o Identificar necesidades, deseos, problemas, y expectativas de clientes.
- o Diseñar productos satisfactorios.
- o Entregar y comunicar información sobre bienes.





ACTIVIDADES DEL MERCADEO

- Garantizar que los productos estén disponibles en los lugares adecuados.
- Fijar los precios convenientes.
- Proporcionar servicios, atención y seguimiento posteriores.



MOTIVOS DE FRACASO DE NUEVOS PRODUCTOS



- | | |
|-----------------------------------|-----|
| ○ Análisis inadecuado del mercado | 32% |
| ○ Defectos de los productos | 23% |
| ○ Costos mayores que previstos | 14% |
| ○ Esfuerzo inadecuado de mercadeo | 13% |
| ○ Inoportunidad | 10% |
| ○ Reacción de la competencia | 8% |



RAZONES FRACASOS NUEVOS PRODUCTOS

- | | |
|---|-----|
| o Falta entendimiento necesidades | 46% |
| o Falta apoyo interno | 14% |
| o Deficiencias planeación
implementación | 13% |
| o Posicionamiento competitivo débil | 11% |
| o Apoyo inadecuado de marketing | 8% |
| o Beneficios no percibidos | 8% |



INNOVACIONES EFECTIVAS

- o **Analizar las oportunidades:** Buscar fuentes para innovar. Mercado, procesos, cambios demográficos y nuevos conocimientos.
- o **Salir a observar:** Salir a la calle, escuchar, preguntar, observar.
- o **Simplificar y enfocar:** Simple y centrada. (¿por qué no se me ocurrió a mí?)





INNOVACIONES EFECTIVAS

- **Empezar por pequeño:** Debe empezar siendo pequeña. Más fácil, manejable, flexible, menos capital y recursos humanos.
- **Buscar liderazgo:** Apuntan a ser líderes, lo importante es llevarla a cabo, de otra manera son oportunidades para la competencia.



INNOVACIONES QUE NO SE DEBEN HACER



- No debes preocuparte porque sea "revolucionario". "Cualquier cosa que necesite astucia está condenada al fracaso". Drucker. Una de las características para innovar es el enfoque, entonces no diversifiques desde el comienzo. Enfoque puede estar en una función específica, en un nuevo proceso, o en el nicho de mercado que se atacará.



LA INNOVACIÓN Y EL MERCADO

- Innovación debe estar cerca del mercado.
- Innovación debe estar enfocada en el mercado.
- Innovación debe estar dirigida hacia el mercado. Drucker.



SEGMENTOS NECESIDADES O AREAS DE OPORTUNIDADES

- | | |
|----------------|--------------------------|
| 1. Alimentos. | 2. Vestidos |
| 3. Vivienda. | 4. Salud. |
| 5. Seguridad. | 6. Educación. |
| 7. Recreación. | 8. Comunicación. |
| 9. Transporte. | 10. Afecto o sentimiento |



ANALIZAR LA IDEA

- ¿Tu idea es flexible?: Adaptarse a los cambios y transformarlos en oportunidades.
- ¿Conoces las barreras de entrada? Riesgos de que te copien o mejoren.
- ¿Tienes claros los riesgos? Si el mercado se contrae tienes una estrategia.



PRODUCTOS INNOVADORES

La innovación debe considerarse de manera amplia y no solo estar sujeta a lo tecnológico, empaque, forma de publicitarse, promocionarse, nombre del producto, ubicación geográfica, en la mezcla que se haga con otros productos para ampliar el margen de satisfacción de necesidades.





PRODUCTOS INNOVADORES

Las posibilidades de innovación resultan amplias y variadas en la medida que la observación de la realidad que rodea el determinado segmento de negocio sea igualmente amplio y detallado.

Se deben identificar nuevas e innovadoras formas de satisfacer necesidades.



LOS CLIENTES SON LO MÁS IMPORTANTE



- ¿Su producto tendría los compradores necesarios?
- ¿Lo que va a ofrecer satisface una necesidad que tiene la sociedad?
- Pregunte si necesitan su producto.
- Qué buscan en él.
- Cuánto estarían dispuestos a pagar.
- Determine las características, capacidades y necesidades del cliente.



cliente feliz!!

REQUISITOS PARA SER UN BUEN EMPRENDEDOR

- o La constancia.
- o Sentido de oportunidad o de negocio.
- o El conocimiento.
- o Responsabilidad personal.
- o Capacidad de liderazgo.



RIESGO VS BENEFICIO

- o Siempre el riesgo será directamente proporcional a la ganancia en cualquier negocio, por lo tanto quien asume más riesgo tendrá la oportunidad de recibir una mayor recompensa en el largo plazo.



ANEXO:

- **Ficha Levantamiento de innovaciones de la Agricultura Familiar Campesina**
- **Base de datos levantada**



Fundación para la
Innovación Agraria

Levantamiento de innovaciones de la Agricultura Familiar Campesina



USO INTERNO	
Fecha de Ingreso	
Código de Atención	

El "Perfil de Proyecto" es una herramienta para orientarlo a Usted y determinar si su proyecto es elegible para FIA y de serlo, cómo se adecúa a las líneas de apoyo vigentes.

Este formulario no implica el inicio formal de un proceso de postulación.

Identificación Inicial

Nombre Emprendedor	
RUT	
Teléfono fijo/celular	
Dirección	
E-mail	

¿Ha recibido subsidio para la realización de proyectos, desde alguna entidad pública?

Si, indicar institución y línea de apoyo:

No



Fundación para la
Innovación Agraria

Levantamiento de innovaciones de la Agricultura Familiar Campesina



Descripción del Proyecto

Nombre	
Región de Ejecución	

Sector Económico Principal del Proyecto (elija uno)

Acuicultura		Educación	
Pesca		Manufactura Metalmecánica	
Forestal		Otras manufacturas (vidrio, plástico, joyas, tabaco, textil, etc.)	
Hortícola		Sustancias químicas	
Fruticultura		Industrias Creativas (audio-visuales-literatura)	
Otros Agrícolas		Medicina y Salud Humana	
Pecuario		Servicios financieros y empresariales	
Alimentos procesados y bebidas no alcohólicas		Turismo	
Vitivinícola		Logística	
Minería		Transporte	
Construcción		Comunicaciones	
Energía		Medio Ambiente	
Comercio		Otro (describir):	

Descripción del Perfil del Proyecto

Presentación de la Empresa:

1. Actividad de la empresa
A qué se dedica (sea específico).

R:

2. Líneas de Negocio
Tipos de productos (sea específico).

R:



Fundación para la
Innovación Agraria

Levantamiento de innovaciones de la Agricultura Familiar Campesina



3. Perspectivas de crecimiento y proyectos de futuro
Nuevas líneas de negocio que se plantean desarrollar para crecer

R:

A. Preguntas relativas al MERCADO

4. ¿Cuál es la **oportunidad de negocio** del proyecto?
A qué problema, necesidad, falla o quiebre del mercado se enfoca su proyecto (sea específico).

R:

5. ¿A qué **mercado** apunta su proyecto? ¿Qué **tamaño** tiene? ¿Qué **porcentaje Ud. busca capturar**?
Indique y dimensione el mercado objetivo, señale que fracción de éste abordará con la innovación que Ud. propone y justifique este valor.

R:

6. ¿Quiénes son sus principales **competidores** existentes?
Principales competidores y diferencias respecto a la competencia.

R:

B. Preguntas relativas a la SOLUCIÓN

7. Describa la **innovación** que propone para aprovechar la oportunidad detectada.
Explique su innovación mediante palabras, bocetos o prototipo conceptual, indicando cómo resolvería las necesidades de los consumidores (personas y/o empresas).

R:



Fundación para la
Innovación Agraria

Levantamiento de innovaciones de la Agricultura Familiar Campesina



8. ¿Cuáles son las **novedades** de su innovación, respecto a lo que ya existe en ese mercado?
Indicar las diferencias de su innovación respecto a lo que ya está disponible para clientes o beneficiados, a nivel local e internacional, según corresponda.

R:

9. ¿Cómo ha llegado a la **conclusión que su innovación es la mejor solución** a la oportunidad detectada?
Explique las actividades desarrolladas y análisis que le han llevado a esta conclusión.

R:

C. Preguntas relativas al EQUIPO DE TRABAJO

10. ¿Cuáles son las **competencias y ventajas** de usted como agricultor al desarrollar el proyecto?
Especificar las capacidades, experiencia, aptitudes de usted.

R:

11. ¿Qué tipo de **asesoría** le gustaría recibir?
Especificar que tipo de asesoría cree necesaria para mejorar o llevar a cabo su innovación

R:

