



CÓDIGO  
(uso interno)

247-2017-0785

## FORMULARIO POSTULACIÓN

### PROYECTOS DE GESTIÓN PARA LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS COOPERATIVAS 2017

OFICINA DE PARTES 2 FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	30/06/2017
Hora	13:09
Nº Ingreso	40265

## Contenido

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA .....	4
1. NOMBRE DE LA PROPUESTA .....	4
2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUE SE ENMARCA.....	4
3. FECHAS DE INICIO Y TÉRMINO .....	4
4. LUGAR EN QUE SE LLEVARÁ A CABO .....	4
5. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO .....	4
SECCIÓN II: COMPROMISO DE EJECUCIÓN DE PARTICIPANTES .....	5
6. ENTIDAD POSTULANTE.....	5
7. ASOCIADO(S) .....	5
SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DE LA ENTIDAD POSTULANTE, ASOCIADO(S) Y COORDINADOR DE LA PROPUESTA .....	7
8. IDENTIFICACIÓN DE LA ENTIDAD POSTULANTE .....	7
8.1. Antecedentes generales de la entidad postulante.....	7
8.2. Representante legal de la entidad postulante .....	7
8.3. Realice una breve reseña de la entidad postulante .....	8
8.4. Indique brevemente la vinculación de la entidad postulante con la temática de la propuesta .....	8
8.5. Cofinanciamiento de FIA u otras agencias .....	9
8.6. Si la respuesta anterior fue SI, entregue la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones (inicie con la más reciente). .....	9
9. IDENTIFICACIÓN DEL(OS) ASOCIADO(S) .....	9
9.1. Asociado 1 .....	9
9.2. Representante legal del(os) asociado(s).....	9
9.3. Realice una breve reseña del(os) asociado(s) .....	10
10. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA PROPUESTA .....	10
SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA .....	11
11. IDENTIFICACIÓN DE LA LINEA DE FINANCIAMIENTO A LA CUAL POSTULA .....	11
12. RESUMEN EJECUTIVO.....	11
13. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD .....	12
14. SOLUCION PROPUESTA .....	13

14.1.	Describa la solución que se pretende desarrollar en la propuesta para abordar el problema y/u oportunidad identificado.....	13
14.2.	Indique cual es la contribución de la solución propuesta a la Gestión de su empresa cooperativa y a la generación de procesos de innovación.....	13
14.3.	Identifique a los participantes y beneficiarios de la propuesta, su vinculación con la empresa cooperativa y relación con la problemática y/u oportunidad identificada. ....	13
15.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	15
15.1.	Objetivo general .....	15
15.2.	Objetivos específicos .....	15
16.	MÉTODOS .....	16
17.	RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES .....	18
18.	CARTA GANTT.....	21
19.	HITOS CRÍTICOS DE LA PROPUESTA.....	23
20.	ORGANIZACIÓN Y EQUIPO TECNICO DE LA PROPUESTA .....	24
20.1.	Organización de la propuesta.....	24
20.2.	Equipo técnico .....	24
20.3.	Colaboradores .....	25
20.4.	Servicios a Terceros .....	25
21.	POTENCIAL IMPACTO .....	26
21.1.	Describa los potenciales impactos productivos, económicos y comerciales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.....	26
21.2.	Describa los potenciales impactos sociales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.	27
21.3.	Describa los potenciales impactos medio ambientales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.....	28
21.4.	Si corresponde, describa otros potenciales impactos que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.....	29
ANEXOS .....		30

**1. NOMBRE DE LA PROPUESTA**

Fortalecimiento a la gestión e innovación de la Cooperativa Apícola Rapa Nui "Meri Henua"

**2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUE SE ENMARCA**

Ver identificación sector y subsector en Anexo 9.

Sector	Gestión, Alimentos
Subsector	Gestión, Miel y otros productos de la Apicultura.

**3. FECHAS DE INICIO Y TÉRMINO**

Inicio	01 Septiembre de 2017
Término	01 marzo de 2018
Duración (meses)	06 meses

**4. LUGAR EN QUE SE LLEVARÁ A CABO**

Región	Valparaíso
Provincia(s)	Valparaíso
Comuna (s)	Hanga Roa

**5. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO**

Los valores del cuadro deben corresponder a los valores indicados en el Excel "Memoria de cálculo Proyectos de gestión para la innovación en empresas cooperativas 2017".

Aporte		Monto (\$)	Porcentaje
FIA			
CONTRAPARTE	Pecuniario		
	No pecuniario		
	Subtotal		
<b>TOTAL (FIA + CONTRAPARTE)</b>			

6. ENTIDAD POSTULANTE	
Nombre	Diana Edmunds
Representante Legal	
RUT	
Aporte total en pesos	
Aporte pecuniario	
Aporte no pecuniario	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> Firma	
7. ASOCIADO(S)	
Nombre	
Representante Legal	
RUT	
Aporte total en pesos	
Aporte pecuniario	
Aporte no pecuniario	



\_\_\_\_\_  
Firma

## 8. IDENTIFICACIÓN DE LA ENTIDAD POSTULANTE

Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Adicionalmente, se debe adjuntar como anexos los siguientes documentos:

- Certificado de vigencia de la entidad postulante en **Anexo 1**.
- Certificado de iniciación de actividades en **Anexo 2**.

### 8.1. Antecedentes generales de la entidad postulante

Nombre: **Cooperativa Agro apícola Rapa Nui**

Giro/Actividad: **Silvo agropecuario**

RUT:

Tipo de entidad, organización, empresa o productor (mediano o pequeño): **Cooperativa**

Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF) (si corresponde):

Identificación cuenta bancaria (banco, tipo de cuenta y número):

Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):

Dirección postal (para recepción de documentación): **Correo Isla de Pascua a nombre del trular**

Teléfono:

Celular:

Correo electrónico:

Usuario INDAP (sí/no): **Si**

Número Total de integrantes de la cooperativa:	<b>16</b>	N° Mujeres	<b>6</b>	N° hombres	<b>10</b>
--	-----------	------------	----------	------------	-----------

N° Total integrantes de la cooperativa entre 18-30 años	<b>2</b>
---	----------

### 8.2. Representante legal de la entidad postulante

Nombre completo: **Diana Edmunds Tucki**

Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad: **Presidente.**

RUT:

Nacionalidad: **Chilena**

Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):

Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Profesión: <b>Chef</b>
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): <b>Rapa Nui</b>
Género (Masculino o Femenino): <b>Femenino</b>
<b>8.3. Realice una breve reseña de la entidad postulante</b> Indicar brevemente la actividad de la entidad postulante.
<p>La Cooperativa Agroapícola Rapa Nui o Meri Henua, es una entidad que se formo a raíz del peligro latente que existe hoy en día a nivel mundial en torno a las abejas. La noticia lanzada por el Servicio Agrícola y Ganadero, que daba a conocer que las abejas de Rapa Nui podrían estar libres de la mayoría de los patógenos mas dañinos presentes en las colmenas en el mundo, hace que los apicultores de Isla de Pascua aúnen fuerzas y se enfoquen en la protección de la abeja Rapa Nui. Esta abeja, además de encontrarse en estudios para determinación de su estado "LIBRE DE"... Es morfológicamente distinta, esto dado a la distancia con el continente y el clima sub tropical de Rapa nui.</p> <p>Esta Cooperativa está constituida por 16 socios, donde más del 70% de sus integrantes pertenecen a la etnia Rapa Nui. El objetivo de esta Cooperativa es generar un trabajo asociativo con miras al desarrollo sustentable de sus colmenas, la agroindustria isleña y agroturismo, considerando las grandes proyecciones de sus productos en el mercado local (orientado al consumo local, turista y visitantes), mercado nacional (gourmet y alimentos funcionales). Poniendo en valor las abejas con ellas su miel mas natural libre de patógenos graves, y colocándolas en estado de conservación patrimonial para Rapa Nui, sus habitantes y visitantes. Además, Así, se plantea la necesidad de comercializar bajo una sola marca, con respeto a nuestra naturaleza y aportando a la sustentabilidad de nuestra Isla.</p>
<b>8.4. Indique brevemente la vinculación de la entidad postulante con la temática de la propuesta</b>
<p>La Cooperativa constituida en julio del 2016, donde participan sus 16 miembros en sus mayoría matrimonios, en su conjunto todos con sus objetivos muy claro de preservación y cuidado de sus colmenas por otro lado, a corto y mediano plazo generar una ruta turística de visitación a sus apíarios. sin embargo es necesario la realización de un diagnóstico interno que venga a portar en un plan de trabajo interno que fortalezca la gestión de la misma, que permita mejorar la comunicación interna, y externa, fortalecer como unidad de negocio, desprenda a su vez la factibilidad de nuevos productos o subproductos de la miel como también productos y servicios que provengan del agro-turismo apícola, por otra parte fortalecer su manejo con las instituciones públicas en la preservación de la abeja evitando y disminuyendo la posibilidad de ingreso de plagas al territorio. Es necesario fortalecer la imagen corporativa de Meri Henua que ayude no solo a la visualización como marca si no también, dar a conocer sus acciones que pueden servir de ejemplo o referente para la comunidad Rapa Nui, hacia un trabajo colaborativo y participativo e inclusivo, bajo un objetivo en común con respeto a su entorno, filosofías de comercio justo, limpio, saludable y sustentable.</p>

--

### 8.5. Cofinanciamiento de FIA u otras agencias

Indique si la entidad postulante ha obtenido cofinanciamiento de FIA u otras agencias del Estado en temas similares a la propuesta presentada (marque con una X).

SI		NO	
----	--	----	--

### 8.6. Si la respuesta anterior fue SI, entregue la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones (inicie con la más reciente).

Nombre agencia:	
Nombre proyecto:	
Monto adjudicado (\$):	
Monto total (\$):	
Año adjudicación:	
Fecha de término:	

## 9. IDENTIFICACIÓN DEL(OS) ASOCIADO(S)

Si corresponde, complete los datos solicitados de cada uno de los asociados de la propuesta.

### 9.1. Asociado 1

Nombre:
Giro/Actividad:
RUT:
Tipo de entidad, organización, empresa o productor (mediano o pequeño):
Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF) (si corresponde):
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:

### 9.2. Representante legal del(os) asociado(s)

Nombre completo:
------------------

Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad:
RUT:
Nacionalidad:
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Profesión:
Género (Masculino o Femenino):
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):
<b>9.3. Realice una breve reseña del(os) asociado(s)</b> Indicar brevemente la actividad del(os) asociado(s) y su vinculación con el tema de la propuesta.
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)

<b>10. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA PROPUESTA</b> Complete cada uno de los datos solicitados a continuación.			
Nombre completo: <b>Diana Edmunds Tucki</b>			
RUT:			
Profesión: <b>Chef</b>			
Género (Masculino o Femenino): <b>Femenino</b>			
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): <b>Rapa Nui</b>			
Pertenece a la entidad postulante (Marque con una X).			
SI	<b>X</b>	NO	
Indique el cargo en la entidad postulante:	<b>Presidenta</b>	Indique la institución a la que pertenece:	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):			
Teléfono:			
Celular:			
Correo electrónico:			

**11. IDENTIFICACIÓN DE LA LINEA DE FINANCIAMIENTO A LA CUAL POSTULA**

Marque con una "X" la línea a la cual postula, en el caso que sea sólo a la línea 2, recuerde que en dicho caso sólo pueden postular empresas cooperativas que tengan ejecutada la línea 1 por medio del apoyo de FIA y el plan de acción debe estar visado o aprobado por FIA.

**DEBE SELECCIONAR SOLO UNA LINEA DE FINANCIAMIENTO**

<p><b>Línea 1</b> Elaboración de un programa de fortalecimiento (diagnóstico y formulación de plan de acción de corto y mediano plazo).</p>	<p>X</p>
<p><b>Línea 2</b> Implementación de programa de fortalecimiento en áreas priorizadas</p>	

**12. RESUMEN EJECUTIVO**

Sintetizar con claridad la justificación de la propuesta, sus objetivos, resultados esperados e impactos.

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos).

Actualmente al no existir un programa de fortalecimiento que se desprenda de un diagnóstico a la cooperativa, complejiza o lentifica los procesos de crecimiento de la misma organización, en cambio al contar con un programa u hoja de ruta para la cooperativa y sus miembros va a permitir enfrentar los desafíos propuestos para alcanzar sus metas de una manera mas sinérgica entre las partes como grupo de trabajo, como también su relación con las instituciones vinculantes: INDAP, CONAF, SAG, SEREMI de SALUD entre otros. por ende mejorar su unidad de negocio en producción de miel, sub productos u otros servicios que se deriven del mismo diagnóstico como agro -turismo apícola, para lo anterior sus objetivos son:

1. Realizar un Diagnóstico de la Cooperativa identificando su FODA y Estrategias.
2. Identificar mejoras y/o nuevos productos y servicios que den sustentabilidad a la cooperativa.
3. Definir las estrategias y las principales problemáticas a enfrentar con las instituciones locales para la conservación y preservación de la abeja.
4. Identificar la innovación tecnológica que se pudiera aplicar.
5. Establecer el Plan de Marketing y Comercialización.

Resultados Esperados:

- ❖ Diagnóstico y su propuesta de plan de acción de la cooperativa apícola Meri Henua.
- ❖ Carta de productos y plan de acción a corto, mediano y largo plazo de sus producto, sub-productos y servicios que den sustentabilidad a la empresa cooperativa.
- ❖ Propuesta definida y consensuada de las estrategias de alianza con instituciones locales y nacionales.
- ❖ Diagnóstico definido de las posibles alternativas de innovación tecnológicas con sus alternativas de financiamiento.
- ❖ Plan de Marketing y Comercialización para cooperativa Meri Henua.

**Impactos:**

- ✓ Optimizar los procesos de decisiones y ámbitos de acción de Meri Henua.
- ✓ Mejorar en la cohesión y trabajo interno de los miembros de la cooperativa.
- ✓ Aumentar el mix de productos y servicios disponibles al mercado local.
- ✓ Tecnificar salas de cosechas u otras unidades productivas de la misma cooperativa.
- ✓ Aumentar sus ventas a través de su única imagen de comercialización y sus canales de venta.

### **13. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD**

Identifique y describa claramente el problema y/u oportunidad que dan origen a la propuesta

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

La Cooperativa Meri Henua conformada por 16 socios activos, administrativamente está conformado por su directorio, realizan sus reuniones periódicas mensuales donde la convocatoria no siempre es la deseada, lo que se traduce en el trabajo de unos poco para darle continuidad a la empresa asociativa, sin perjuicio de ello, al momento de ferias o participación masiva sus miembros están siempre presente. Manteniendo en el tiempo el trabajo principalmente en tres miembros socios que trabajan a honorem en la gestión de diferentes proyectos para el crecimiento de sus colmenas y o acciones con las instituciones locales para mantener la isla libre de Patógenos y la conservación de sus abeja con su morfología única. Por tanto un problema claro a solucionar es la integración del total de sus miembros en las directrices de la organización, mejorando sus canales de comunicación; es necesario a su vez mejorar la comunicación con la comunidad local donde se pueda visualizar el trabajo que se realiza como cooperativa y como empresas individuales.

Es también una oportunidad trabajar en bloque para la conservación y preservación de las abejas aportando a definir normas que vengan en apoyo para impedir el ingreso de productos que puedan contaminar o enfermar las colmenas como también su imagen local, nacional e internacional.

#### 14. SOLUCION PROPUESTA

##### 14.1. Describa la solución que se pretende desarrollar en la propuesta para abordar el problema y/u oportunidad identificado.

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

A partir de los resultados que arroje el diagnóstico debe reflejar el trabajo administrativo y de gestión que debiera aplicar la cooperativa a corto y mediano plazo, capacitaciones que mejore los procesos internos, soluciones de comunicación interna y externa, identificación de las líneas de trabajo y acciones con las instituciones públicas, gestión de conocimiento y las capacidades de innovación.

##### 14.2. Indique cual es la contribución de la solución propuesta a la Gestión de su empresa cooperativa y a la generación de procesos de innovación.

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

Todo análisis, diagnóstico va a dar respuesta y solución a la problemática actual de gestión, innovación y fortalecimiento que requiere la cooperativa

Va a permitir ordenar, Jerarquizar, determinar la ruta de guía como cooperativa y priorizar actividades en base a sus objetivos.

##### 14.3. Identifique a los participantes y beneficiarios de la propuesta, su vinculación con la empresa cooperativa y relación con la problemática y/u oportunidad identificada.

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

Nicolás Ursulay: Apicultor

Diana Edmuns: Agro . Apicultor

Rene Ocampo: Agro . Apicultor

Carlos Edmunds Tucki: Apicultor

Carlos Edmunds Paoa: Agro – Apicultor

Paty Nahoe: Turismo, Cosmetica, Agro –Apicultor

Cristian Veri Vei: Agro – Apicultor y pescador

Rodrigo Labra: Apicultor

Nune Hucke: Turismo y Agro Apicultor

Felipe Ugarte: Turismo y Agro Apicultor  
Cecilia Guldmand: Turismo y Agro – Apicultor  
Vairoa Ika: Turismo, Medio Ambiental, Apicultor  
Rodrigo Gallardo: Apicultor  
Veronica Ariki: Apicultora  
Jorge Edmunds: Agro –Apícola  
Hetereki Astete Paoa: Apícola.

## 15. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

A continuación indique cuál es el objetivo general y los objetivos específicos de la propuesta.

Los postulantes a la línea 1 deberán considerar como objetivo específico el "Elaborar un diagnóstico y un Plan de Acción de corto y mediano plazo que aborde las brechas identificadas en el diagnóstico realizado".

### 15.1. Objetivo general<sup>1</sup>

(Máximo 200 caracteres, espacios incluidos).

Fortalecer y empoderar a la cooperativa apícola "Meri Henua" en su gestión e innovación de preservación de la abeja como referente local, nacional e internacional.

### 15.2. Objetivos específicos<sup>2</sup>

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Realizar un Diagnóstico de la Cooperativa identificando su FODA y Estrategias.
2	Identificar mejoras y/o nuevos productos y servicios que den sustentabilidad a la cooperativa.
3	Definir las estrategias, líneas de trabajo y las principales problemáticas a enfrentar con las instituciones locales para la conservación y preservación de la abeja.
4	Identificar la innovación tecnológica que se pudiera aplicar a la cooperativa.
5	Establecer el Plan de Marketing y Comercialización.

<sup>1</sup> El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con la propuesta. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

<sup>2</sup> Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general de la propuesta. Cada objetivo específico debe conducir a un resultado. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

## 16. MÉTODOS

Indique y describa detalladamente **cómo** logrará el cumplimiento de los objetivos planteados en la propuesta. Considerar cada uno de los procedimientos que se van a utilizar, como análisis, ensayos, técnicas, tecnologías, etc.

### Método objetivo 1:

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos)

A partir del análisis interno y externo de la cooperativa apícola elaborar un modelo de:

**Identidad:** donde se realice un trabajo de identificar la visión, misión, sus valores, filosofía, cual es la imagen cooperativa deseada y optima,

Actividades: Capacitaciones, trabajos participativos,

**Estrategias:** Enfocado a los objetivos que se desean alcanzar como estrategia central, corto, mediano y largo plazo, desde ahí desarrollar el Modelo de Negocio, Canvas Desarrollo e implementación de Estrategia comercial.

**y operaciones:** Plan de actividades que den respuesta a cada objetivo específico, Determinar el presupuesto necesario para el logro de las actividades, Desarrollo de un plan de inversión de la cooperativa, flujo proyectado, estableciendo todo mediante una carta gantt

### Método objetivo 2:

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos)

Se debe identificar todos los productos ofertados por cada miembro de la cooperativa que puedan ser incluidos dentro de la oferta de la misma cooperativa, como guía de turismo, cabañas turísticas, cafetería, diferentes de la miel, ver luego la factibilidad de realizar sub productos de la miel, como polén en sus diferentes formatos, velas de cera, como también productos provenientes de la agricultora en su estado normal como frutas y verduras o procesado como mermeladas. Y armar con ello el emporio de la misma cooperativa.

Dentro de los servicios a identificar debe quedar plasmado los hitos y puntos para una ruta Agro turística Apícola con su respectivo modelo de negocio.

### **Método objetivo 3:**

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos)

Por medio de una asesoría desarrollar el tipo y forma de la alianzas a sostener con organismos territoriales, públicos y privados que permita mancomunadamente realizar trabajos en pro de un desarrollo sostenible como preservación y conservación de las abejas de Rapa Nui, y difusión de acciones de la cooperativa Meri Henua que representen un modo de ejemplo ya sea como funcionamiento orgánico como empresa o por acciones que se pueden replicar en otros organismos u o asociaciones.

### **Método objetivo 4:**

El mismo diagnóstico aplicado a la cooperativa Meri Henua debiera entregar las alternativas de Innovación que pudieran ser aplicadas a la cooperativa, desde innovación en gestión empresarial como también las alternativas de innovación a integrar en sus procesos productivos u o de servicio que puedan existir.

### **Método objetivo 5:**

Desde un profundo Análisis de los asociados y su organización, se analiza el mercado que se encuentra inserto Meri Henua, identificando sus productos, mercado potencial, su oferta complementaría, identificar si existe mercado de nicho para su rubro, las metas que como organización se han propuesto, a partir de estos resultados anteriores determinar las acciones a seguir, para a continuación calendarizar las acciones respectivas, al termino del tiempo propuesto ver los resultados y si es necesario implementar mejoras hacerlas!

### 17. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico de acuerdo a la siguiente tabla

Las cooperativas postulantes a la línea 1 deberán obtener como resultado obligatorio un Diagnóstico y un Plan de Acción de corto y mediano plazo que aborde las brechas identificadas en el diagnóstico realizado. A estos resultados deben agregar aquellos que el postulante considere pertinente.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador <sup>4</sup>	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)
1	1	Asociados empoderados de sus roles dentro de la organización.	Informe de Capacitación recibida por los miembros de la cooperativa	Actualmente los miembros de la cooperativa no cuentan con conocimiento	Los 16 miembros de la cooperativa capacitados en gestión, estrategia empresarial, economía social y Desarrollo sostenible
1	2	Asociados con conocimiento claro de la identidad de su organización	Informe de identidad de la cooperativa	Actualmente los miembros tienen claro la visión de su organización pero es necesario realizar un trabajo de socialización mas profunda del tema.	Todos los miembros de la con conocimiento claro de la visión, misión, filosofía y roles dentro de la organización
1	3	Definición y plan de acción de las estrategias a ejecutar a corto y mediano plazo.	Prototipo estrategias cooperativa	Actualmente es necesario definir cuales y como son las estrategias a ejecutar a corto y mediano plazo.	Estrategias claras y definidas a ejecutar por la cooperativa
1	4	Aumentar la participación de jóvenes y mujeres en la cooperativa como también aumentar la participación de al interior de la cooperativa	Dinámicas y Talleres	Existen varias mujeres actualmente dentro de la cooperativa, sin embargo es deseo aumentar en lo posible con un mayor número al igual que de jóvenes ya sea como apicultores, agrícola e incluso del rubro turístico. Por otro	Ingreso de jóvenes y más mujeres como miembros de la cooperativa, a su vez aumentar la participación de sus miembros actuales al interior de la cooperativa.

<sup>3</sup> Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta.

<sup>4</sup> Establecer cómo se medirá el resultado esperado.

				lado hay una deficiencia participativa al interior de la organización de sus miembros lo que requiere fortalecer esta área.	
2	1	Un análisis completo de la organización y sus entorno económicamente.	Desarrollo Modelo Canvas	Faltar hoy en día realizar un análisis de la organización desde una mirada económica analizando su estructura interna y su entorno.	Resultado Modelo Canvas para la cooperativa Meri Henua generando el Modelo de Negocio optimo.
2	2	Determinar el plan de inversión y comercial de la cooperativa.	Desarrollo Plan de Operaciones	Hoy la cooperativa no funciona como unidad de negocio propio, sus miembros actúan en bloque aportando de sus productos o recursos propios cuando existen ferías u eventos de la misma indóle sin aportar recursos directos a la cooperativa	Generar un plan de inversión y comercial como unidad de negocio propio de la misma cooperativa, sabiendo los flujos y equipo de trabajo optimo para su funcionamiento.
3	1	Estrategía clara en cuanto objetivo y prospección al trabajo a realizar a favor de la preservación y conservación de la abeja de Rapa Nui	Informe Alianza Público - Privada	Actualmente la organización tiene está linea avanzada ya que sostiene relación activa con Indap, SAG, Seremi de Salud y CONAF, sin embargo es necesario profundizar por ser un lineamiento estrategico para la preservación y conservación de la abeja de morfología especial que tiene Rapa Nui	Determinar las alianzas con organismos del territorio, públicos y privados con las cuales la cooperativa debiera relacionarse para el logro de sus objetivos en está linea
4	1	Contar con los principales pilares de Innovación que debe contar la cooperativa.	Establecer los pilares de innovación que debe tener la Cooperativa Meri Henua	Hoy la cooperativa solo ha visualizado como factor de innovación implementar paneles solares a sus salas de cosecha como una alternativa de eficiencia energética y de ahorro económico, sin embargo	Establecer los principales pilares de Innovación que debe considerar implmentar la cooperativa e idealmente sus costo asociado para ser incluido a su

				existen mayores alternativas que probablemente hoy no se visualizan como a nivel de gestión así también de producción.	plan de inversión.
5	1	Estudio de la Organización	Plan de Marketing y Comercialización	La Cooperativa no cuenta con un análisis de la cooperativa, sus productos, nichos etc en su área de marketing y promoción.	Se podrá contar con un análisis exhaustivo de la organización y a partir de allí planificar los objetivos de marketing y comercialización
5	2	Selección mix de acción	Plan de Marketing y Comercialización	El producto estrella es la miel, y alguno de los socios que vende mermeladas o algunos frutos.	El cuce de la actividad 1 del objetivo 5 podrá dar el mix de productos a promocionar
5	3	Implementación de las acciones definidas.	Plan de Marketing y Comercialización	Actualmente se tiene un acuerdo consensuado entre sus miembros con el precio de venta de la miel.	Obtenido el mix de productos a promocionar, se implementará las acciones definidas que ayuden a difundir los productos y servicios de la cooperativa.
5	4	Propuesta de mejoras.	Plan de Marketing y Comercialización	La cooperativa sin contar con un mix de productos anterior, no puede realizar una evaluación para proponer mejoras.	Apartir de las acciones definidas, después de un tiempo determinado, debe existir una evaluación de lo efectuado y las acciones futuras como mejora, si es necesario

### 18. CARTA GANTT

Indique las actividades que deben realizarse para el desarrollo de los métodos descritos anteriormente y su secuencia cronológica. Dentro de las actividades a desarrollar para las iniciativas postulantes a la Línea 1, deberán considerarse al menos las siguientes:

- Encuestas o entrevistas a los asociados de la cooperativa;
- Entrevistas a actores relevantes del territorio, de la institucionalidad de apoyo, actores vinculados a la cadena del negocio desarrollado por la cooperativa, entre otros;
- Talleres o grupos de trabajo con actores internos a la cooperativa (socios, apoyos técnicos, otros);

Considerar adicionalmente en este cuadro, aquellas actividades que permitirán la difusión de los resultados de la propuesta.

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año														
			Trimestre														
			1°			2°			3°			4°					
1	1	Reunión presentación y Capacitaciones a los cooperados de introducción	X														
1	2	definición de lineamientos con los socios de la cooperativa en temas de identidad.	X														
1	3	Desarrollo de estrategia empresarial.	X														
1	4	Desarrollo de capacitaciones		X	X												
2	1	Desarrollo Modelo de Negocio.		X	X												
2	2	Desarrollo Plan Operacional.				X											
3	1	Desarrollo de alianzas público – privadas.					X										
4	1	Desarrollo pilares de Innovación para la cooperativa					X										
5	1	Estudio comercial de la cooperativa.	X														



5	2	Selección mix de productos a pomocionar		X													
5	3	Implementación de las acciones de MKT y Comercialización			X												
5	4	Propuestas de Mejoras.				X											

19. HITOS CRÍTICOS DE LA PROPUESTA		
Hitos críticos <sup>5</sup>	Resultado Esperado <sup>6</sup> (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Desarrollo Diagnóstico de la Cooperativa Meri Henua	Identidad de la cooperativa	Octubre 2017
Desarrollo Diagnóstico de la Cooperativa Meri Henua	Estrategia Empresarial	Noviembre 2017
Modelo de Negocio	Modelo Negocio de la Cooperativa	Diciembre 2017
Modelo de Negocio	Plan de Operaciones	Enero 2018
Alianza Público – Privado	Estrategia de funcionamiento entre la cooperativa y las entidades públicas o privadas relacionadas.	Enero – 2018
Plares de Innovación	Establecer las áreas y tipos de Innovación para la cooperativa	Febrero 2018
Plan de Marketing y Comercialización	Mix de productos y canales de promoción	Febrero 2018

<sup>5</sup> Un hito representa haber conseguido un logro importante en la propuesta, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

<sup>6</sup> Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

20. ORGANIZACIÓN Y EQUIPO TECNICO DE LA PROPUESTA					
<b>20.1. Organización de la propuesta</b>					
Describa el función del ejecutor, asociados (si corresponde) y servicios de terceros (si corresponde) en la propuesta.					
	Función en la propuesta				
Ejecutor	Cooperativa Agro- Apícola "Meri Henua"				
Asociado 1					
Asociado (n)					
Servicios de terceros					
<b>20.2. Equipo técnico</b>					
Identificar y describir las funciones de los integrantes del equipo técnico de la propuesta. Además, se debe adjuntar:					
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carta de compromiso del coordinador y cada integrante del equipo técnico (<b>Anexo 3</b>)</li> <li>- Currículum vitae (CV) del coordinador y los integrantes del equipo técnico (<b>Anexo 4</b>)</li> <li>- Ficha identificación coordinador y equipo técnico (<b>Anexo 5</b>)</li> </ul>					
La columna 1 (N° de cargo), debe completarse de acuerdo al siguiente cuadro:					
1	Coordinador principal	4	Profesional de apoyo técnico		
2	Coordinador alterno	5	Profesional de apoyo administrativo		
3	Equipo Técnico	6	Mano de obra		
Se debe considerar:					
1. La contratación de un <b>profesional administrativo contable</b> (considerar en número 4) para el registro de gastos, cumplimiento de obligaciones de acuerdo a instructivo financiero y la elaboración de los informes financieros.					
2. <b>La inclusión de un miembro de la cooperativa dentro del equipo técnico</b>					
Nº Cargo	Nombre persona	Formación/ Profesión	Describir claramente la función	Horas de dedicación totales	Incremental/no incremental
1	Diana Edmunds	Chef	Coordinador proyecto	120	
3	Felipe Madrigal	Administrador de empresa	Director consultoría Fortalecimiento Cooperativa	126	

3	Luis Matte	Ingeniero Industrial	Civil	Consultor Fortalecimiento Cooperativa	72	
3	Adrian Gonzáles	Psicologo máster antropología	con en	Metodología participativa	90	
3	Paulo Peryra	Cientista político		Capacitador talleres	72	
3	Milos Miskovic	Doctorado Turismo	en	Consultor	96	
3	Romina Lemos	Diplomaco Comercialización Internacional	en	Consultor	112	
3	Leandro Peñaloza	Técnico en Turismo, experto en innovación	en	Consultor	102	
4	Diana Edmunds	Chef		Administrativo contable	96	

### 20.3. Colaboradores

Si la entidad postulante tiene previsto la participación de colaboradores, en una o varias actividades técnicas de la propuesta, identifique: ¿cuál será la persona o entidad que colaborará en la propuesta?, ¿cuál será el objetivo de su participación?, ¿cómo ésta se materializará? y ¿en qué términos registrará su vinculación con la entidad postulante?

Adicionalmente, se debe adjuntar:

- Carta de compromisos involucrados en la propuesta para establecer convenios generales de colaboración, **Anexo 6**.

### 20.4. Servicios a Terceros<sup>7</sup>

Si la entidad postulante tiene previsto la contratación de servicios a terceros para abordar los requerimientos de la propuesta describa a lo menos:

- Actividades que serán realizadas por terceros
- Nombre de la persona o empresa a contratar

<sup>7</sup> Se entiende por terceros quienes no forman parte del equipo técnico de la propuesta.

- Las competencias del servicio

(Máximo 2.000 caracteres)

La cooperativa no cuenta dentro de sus asociados o por contrato quien asuma la responsabilidad en la formulación y postulación de proyectos, por ello externaliza la actividad a profesionales locales con dicha experiencia, lo que se a solicitado la formulacion y busqueda de fondos pertinentes a la profesional

**21. POTENCIAL IMPACTO <sup>8</sup>**

A continuación identifique claramente los potenciales impactos que **estén directamente** relacionados con la realización de la propuesta y el alcance de sus resultados esperados del proyecto de innovación.

**21.1. Describa los potenciales impactos productivos, económicos y comerciales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.**

Los indicadores de impacto productivos, económicos y comerciales pueden ser: ingreso bruto, costo del producto/servicio, precio de venta del producto/servicio, rendimientos productivos, venta de royalty, redes o nuevos canales de comercialización, entre otros.

<sup>8</sup> El impacto debe dar cuanto del logro del objetivo de los proyectos de innovación, este es: "Contribuir al desarrollo sustentable (económico, social y ambiental) de la pequeña y mediana agricultura y de la pequeña y mediana empresa, a través de la innovación. De acuerdo a lo anterior, se debe describir los potenciales impactos productivos, económicos, sociales y medio ambientales que se generan con el desarrollo de la propuesta.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

El principal impacto esperado consiste en poseer una estructura sólida de la cooperativa, con una estructura interna definida, un Modelo de Negocio que pueda dar los lineamientos claro y ruta a seguir, y todo ello en su conjunto pueda empoderar a sus cooperados dentro y fuera de la organización, conocimientos de fortalecimiento gremial, operativos y financieros, que los ayude estos dos últimos ítem a aumentar sus ventas, mejorar sus canales de comercialización y generar un impacto local que pueda servir de ejemplo a seguir dentro de la comunidad local e internacional en temas de cuidado de la miel por ende la abeja de Rapa Nui, por ello su buena relación con las instituciones públicas y privadas que también fomente la misma iniciativa.

N°	Indicador impacto productivo, económico y/o comercial	Línea base del indicador <sup>9</sup>	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta <sup>10</sup>
1	Fortalecimiento Gremial	Cooperativa nueva, por ende con baja experiencia en cohesión gremial y trabajo conjunto.	Ser la Cooperativa mas representativa a nivel local.
2	Mix Productos	La cooperativa se conformo inicialmente para reunir a los apícolas de rapa nui, sin embargo cada cual ofrece a su vez otros productos y servicios que pueden ser incluidos a la oferta de la misma Cooperativa.	Ampliar los productos ofertados dentro de la Cooperativa Meri Henu, aumentando sus ingresos para el mismo funcionamiento interno.
3	Plan de Marketing y Comercialización	La rganización no cuenta con un Plan de MKT y Comercialización	Imagen de Marca consolidada, Lider dentro del mercado, aumento de productos y servicios.

**21.2. Describa los potenciales impactos sociales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.**

Los indicadores de impacto social pueden ser: número de trabajadores, salario de los trabajadores, nivel de educación, integración de etnias, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

Reconocimiento por parte de la comunidad donde la cooperativa es capaz de conservar y preservar del estado Zoosanitario de la Abeja Rapa Nui que tiene una morfología única y la mas pura del mundo.

<sup>9</sup> Indique los datos referentes a los últimos dos años (anterior al inicio de la propuesta).

<sup>10</sup> Indique los cambios esperados de los indicadores a los dos años después del término de la propuesta.

N°	Indicador impacto social	Línea base del indicador <sup>11</sup>	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta <sup>12</sup>
1	Capacitación en establecimientos educacionales.	Hace dos años atrás la cooperativa no se encontraba constituida	Generar conciencia de la protección de la abeja, el consumo del producto local, y eliminar la importación y comercialización de mieles y sub-productos de origen continental o extranjero.
2	Charlas a grupos asociativos	No se veía la importancia del trabajo asociativo	Se espera demostrar el trabajo colaborativo exitoso.
3	Trabajo con instituciones público – privados.	Existe un trabajo colaborativo con las instituciones públicas	Generar una normativa de protección y preservación de las abejas.

**21.3. Describa los potenciales impactos medio ambientales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.** Los indicadores de impacto medio ambientales pueden ser: volumen de agua utilizado, consumo de energía, uso de plaguicidas, manejo integral de plagas, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

Mantener y preservar la calidad de la abeja Rapa Nui, Meri Henua al preocuparse y ocuparse en la preservación y conservación de la Abeja Rapa Nui, contribuye a disminuir el riesgo que puede sufrir la agricultura (Oferta alimenticia), flora nativa (Atractivo turístico y diversidad ecológica), erosión de suelos (polinización de praderas), pérdida del patrimonio sanitario entre otros.

N°	Indicador impacto medio ambiental	Línea base del indicador <sup>13</sup>	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta <sup>14</sup>
1	Manejo de plagas	SAG, CONAF, INDAP han contribuido en formación, entrega de arbustos melíferos para preservar aumentar el alimento para las abejas y por otro lado se le ha dado capacitación en manejo de plagas.	Buscar una institución o profesional competente que les entregue conocimientos más profundos en temas de manejo de plagas con productos naturales o agro – ecológico.
2	Polinización Orgánica	Existe una filosofía clara en producir de manera agro – ecología y sustentable en respeto con el medio ambiente.	Todos sus asociados tengan sus plantaciones melíferas, frutales y hortalizas con producción ecológica.
n			

<sup>11</sup> Indique los datos referentes a los últimos dos años (anterior al inicio de la propuesta).

<sup>12</sup> Indique los cambios esperados de los indicadores a los dos años después del término de la propuesta.

<sup>13</sup> Indique los datos referentes a los últimos dos años (anterior al inicio de la propuesta).

<sup>14</sup> Indique los cambios esperados de los indicadores a los dos años después del término de la propuesta.

**21.4. Si corresponde, describa otros potenciales impactos que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.** Otros indicadores de impacto pueden ser: derechos de propiedad intelectual, nuevas publicaciones científicas, acuerdos de transferencia de resultados, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

N°	Indicador de otros impactos	Línea base del indicador <sup>15</sup>	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta <sup>16</sup>
1			
2			
n			

<sup>15</sup> Indique los datos referentes a los últimos dos años (anterior al inicio de la propuesta).

<sup>16</sup> Indique los cambios esperados de los indicadores a los dos años después del término de la propuesta.

**ANEXO 4. CURRÍCULUM VITAE (CV) DEL COORDINADOR Y LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO TÉCNICO**

Se debe presentar un currículum breve, de **no más de 3 hojas**, de cada profesional integrante del equipo técnico que no cumpla una función de apoyo. La información contenida en cada currículum, deberá poner énfasis en los temas relacionados a la propuesta y/o a las responsabilidades que tendrá en la ejecución del mismo. De preferencia el CV deberá rescatar la experiencia profesional de los últimos 5 años.

**ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.**

Esta ficha debe ser llenada por el coordinador y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	
RUT	
Profesión	
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	

Rubros a los que se dedica:	
-----------------------------	--

**ANEXO 6. CARTA DE COMPROMISOS** involucrados en la propuesta para establecer convenios generales de **colaboración**, si corresponde.

**ANEXO 7. LITERATURA CITADA**

**ANEXO 8. IDENTIFICACIÓN SECTOR Y SUBSECTOR.**

Sector	subsector
Agrícola	Cultivos y cereales
	Flores y follajes
	Frutales hoja caduca
	Frutales hoja persistente
	Frutales de nuez
	Frutales menores
	Frutales tropicales y subtropicales
	Otros frutales
	Hongos
	Hortalizas y tubérculos
	Plantas Medicinales, aromáticas y especias
	Otros agrícolas
	General para Sector Agrícola
	Praderas y forrajes
Pecuario	Aves
	Bovinos
	Caprinos
	Ovinos
	Camélidos
	Cunicultura
	Equinos
	Porcinos
	Cérvidos
	Ratites
	Insectos
	Otros pecuarios
	General para Sector Pecuario
	Gusanos
Dulceacuícolas	Peces
	Crustáceos
	Anfibios
	Moluscos
	Algas
Otros dulceacuícolas	

Sector	subsector
	General para Sector Dulceacuícolas
Forestal	Bosque nativo
	Plantaciones forestales tradicionales
	Plantaciones forestales no tradicionales
	Otros forestales
	General para Sector Forestal
Gestión	Gestión
	General para General Subsector Gestión
Alimento	Congelados
	Deshidratados
	Aceites vegetales
	Jugos y concentrados
	Conservas y pulpas
	Harinas
	Mínimamente procesados
	Platos y productos preparados
	Panadería y pastas
	Confitería
	Ingredientes y aditivos (incluye colorantes)
	Suplemento alimenticio (incluye nutraceuticos)
	Cecinas y embutidos
	Productos lácteos (leche procesada, yogur, queso, mantequilla, crema, manjar)
	Miel y otros productos de la apicultura
	Vino
	Pisco
	Cerveza
	Otros alcoholes
	Productos forestales no madereros alimentarios
	Alimento funcional
	Ingrediente funcional
	Snacks
	Chocolates
	Otros alimentos
General para Sector Alimento	
Productos cárnicos	
Productos derivados de la industria avícola	
Aliños y especias	
Producto forestal	Madera aserrada
	Celulosa
	Papeles y cartones
	Tableros y chapas
	Astillas
	Muebles
	Productos forestales no madereros no alimentarios
Otros productos forestales	

Sector	subsector
	General Sector Producto forestal
Acuícola	Peces
	Crustáceos
	Moluscos
	Algas
	Echinodermos
	Microorganismos animales
	Otros acuícolas
	General para Sector Acuícola
General	General para Sector General
Turismo	Agroturismo
	Turismo rural
	Turismo de intereses especiales basado en la naturaleza
	Enoturismo
	Otros servicios de turismo
	General Sector turismo
Otros productos (elaborados)	Cosméticos
	Biotecnológicos
	Insumos agrícolas / pecuarios / acuícolas / forestales / industrias asociadas
	Biomasa / Biogás
	Farmacéuticos
	Textiles
	Cestería
	Otros productos
General para Sector Otros productos	

## ADRIÁN AQUILES GONZALEZ NUÑEZ CURRICULUM VITAE

06-10-1986

---

**Magíster en Antropología de Iberoamérica Universidad de Valladolid – Salamanca – León.  
España. 2014-2015**

**Título profesional Psicólogo Organizacional Universidad Alberto Hurtado 2006-2011**

**Licenciado en Trabajo Social Universidad Alberto Hurtado 2007-2012**

**Bachiller en Ciencias Sociales Universidad Alberto Hurtado 2007-2012**

**Beca Movilidad Internacional Santander Universidades Pontificia universidad Javeriana de Bogotá -  
Colombia 2010**

### **Antecedentes académicos:**

2014 – 2015: Trabajo de fin de master aprobado con calificación sobresaliente en torno a la promoción de estrategias de intervención intercultural a través del circo social

2009 - 2010: Ayudante de cátedra teoría de la acción social (Trabajo social), Ayudante de cátedra Sociología (Psicología)

Investigación AUSJAL Facultad de Psicología Universidad Alberto Hurtado en la Universidad Iberoamericana de México - Ciudad de México

2008 - 2009: Ayudante de cátedra Historia de la psicología (Psicología), Ayudante de cátedra Ciclo Vital 2 (Psicología), Ayudante de cátedra Introducción a la psicología (Trabajo social)

### **Antecedentes profesionales**

2017 a la fecha: Profesor de Catedra Antropología - Universidad Inacap

2016 – a la fecha: Fundador ONG CORETO Circo Social (director escuela Peumayen, Coreto Independencia).

2015 a la fecha: Coordinador terreno programa Cuerda Firme, el circo social como alternativa para mejorar la empleabilidad. FOMIN-BID. Circo del Mundo Chile.

2012-2014: Director nacional área de voluntariado Fundación Junto Al Barrio

2010 - 2011: Coordinador área de voluntariado Fundación Junto Al Barrio.

2007 - 2008: Promotor- educador social ONG Genera ([www.generaenlinea.cl](http://www.generaenlinea.cl))

### **Otros antecedentes**

2016: expositor en el V congreso Chileno de adolescencia "Construyendo redes" organizado por la sociedad Chilena de Pediatría

2016: Formación avanzada "fomento de la creatividad" Cirque Du Soleil. Curso certificado Buenos Aires Argentina (Abril) Santiago de Chile (Octubre)

2015: Expositor en el 3er congreso nacional de circo Social con la ponencia: El circo como estrategia para la promoción de la interculturalidad. Agosto

2015: Expositor en el IV Simposio internacional del máster de Antropología de Iberoamérica, Valladolid 2015.

2015: Expositor en el III foro internacional de la asociación de la comunidad Brasileña de Salamanca. "Educación, Diversidad y territorio Indígenas".

2013: Invitado encuentro de líderes Aconcagua Summit 2013.

2013: Expositor en el primer congreso de circo social en Chile con el texto "figuras para conquistar el cielo, el circo como herramienta de transformación social" (en línea en: [http://www.redcircosocial.cl/descargas/resumenes\\_1er\\_congreso\\_de\\_circo\\_social\\_chile.pdf](http://www.redcircosocial.cl/descargas/resumenes_1er_congreso_de_circo_social_chile.pdf)).

2013: Coordinador general proyecto "el cambio parte por casa, juntos pintamos la transformación social" ([http://www.youtube.com/watch?v=bq\\_vYpjDqqQ](http://www.youtube.com/watch?v=bq_vYpjDqqQ)).

2013: Coordinador general proyecto "central es vida en el barrio" (<http://www.youtube.com/watch?v=PMUOLDxU1vw>).

2012: Ganador del fondo Co-Participa del INJUV a través de la Fundación Junto Al Barrio con el proyecto "Circo escuela social La Pincoya" (<http://www.youtube.com/watch?v=VHvupJfAOak>).

2011: Invitado encuentro de líderes Aconcagua Summit 2011, Humanizando la Globalización (<http://www.aconcaguasummit.org/>).

2008: Participante en calidad de expositor con la ponencia Capitalismo, crítica y cambio social; nuevas y viejas perspectivas en tensión en la academia en el marco de la primera jornada de estudiantes de Pre-grado en Humanidades y ciencias sociales «Perspectivas de cambio social y sus protagonistas en el Chile neoliberal» realizada el 7 y 8 de noviembre del 2008 en la Universidad de Chile y la Universidad Central.

sobre Ética y Trabajo Social: "La ética aplicada al trabajo social, como fundamento de la relación del ser humano con su contexto"

2009: Expositor del II Congreso Latinoamericano de Psicología Asunción Paraguay con el trabajo "Ceteris Paribus" el valor de la psicología.

2008-2009: Presidente Centro de estudiantes de Psicología Universidad Alberto Hurtado.

# CURRÍCULUM

## ANTECEDENTES PERSONALES

Nombre: Luis Felipe Madrigal Acuña  
Edad: 30 años

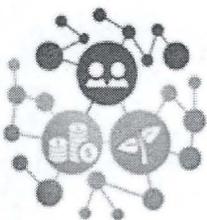
Nacionalidad Chilena

## EXTRACTO

Me he especializado en Economía Social y modelos económicos alternativos, enfocándome principalmente en el desarrollo de estrategias de negocio de triple resultado (económico, social y ambiental), desarrollo de *start up's* y empresas sociales. Enfocado en el desarrollo de micro y pequeñas empresas así como también consultorías para medianas y grandes empresas. Soy un emprendedor nato, y como tal he tenido éxitos y fracasos las cuales me han permitido aprender de manera empírica como liderar organizaciones y poder hacer frente a los desafíos de levantar emprendimientos, actualmente me encuentro trabajando en mi consultora Triple Impacto, la cual posee los focos de negocios de Triple Resultado y Economía Social, siempre desde la base estratégica de los negocios.

## EXPERIENCIA PROFESIONAL

2014 a la Fecha  
**Socio Consultor - Fundador**  
**Triple Impacto SpA.**  
[www.tripleimpacto.com](http://www.tripleimpacto.com)



Consultorías y proyectos destacados:

- Estrategia de Sostenibilidad y Valor Compartido **Gobernación de Cundinamarca, Colombia.**
- Desarrollo de **Cooperativa Cultural Utopía**, Presidente y Cofundador.
- Alianzas Internacionales en Colombia, RSM Colombia ([www.rsm.global/colombia/es](http://www.rsm.global/colombia/es)) y Ecuador, Hexagon Group ([www.hexagon.com.ec](http://www.hexagon.com.ec)).
- Consultoría en Estrategia de Sostenibilidad y Valor Compartida, empresa **Casa de Moneda de Chile.**
- Proyecto de investigación; *Triple Balance, implicancias del desarrollo de una triple contabilidad empresarial, financiera, social y ambiental.* En conjunto con el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID).**
- Proyecto de Investigación; *Cooperativas, vehículo de asociatividad para la micro empresa y valor compartido de la gran empresa. Estudio y desarrollo de propuesta metodológica.* En conjunto con la **Universidad Del Desarrollo (UDD).**
- Consultoría comercial de carga y aplicaciones tecnológicas, **Empresa de los Ferrocarriles del Estado (EFE).**

2013 – 2016  
**Presidente y Cofundador**  
**Asociación de Iniciativas de Economía Social y Solidaria, AIESS.**  
[www.aieess.cl](http://www.aieess.cl)



Asociación que promueve las iniciativas de Economía Social Solidaria y todas las afines que instalan en el centro de su que hacer al ser humano y el medio ambiente. Formamos redes para desarrollar conocimientos, influir en políticas

- públicas, contribuir a la preservación y cuidado del medio ambiente y desarrollar empresas sociales.
- Desarrollo de estructura
- organizacional de la asociación (Identidad, Estrategias y Operaciones).
- Diseño y sistematización de conversatorios sobre:
  - Educación
  - Salud y Previsión
  - Trabajo

2012 a la Fecha  
**Socio - Director**  
**Eroica SpA.**  
[www.eroica.cl](http://www.eroica.cl)



Eroica es una plataforma de producción y gestión musical orientada a abrir espacios y brindar oportunidades a músicos y bandas que se encuentran en sus inicios o que, contando con una trayectoria, no cuentan con los recursos, los medios, ni las redes necesarias para avanzar en el desarrollo de una carrera profesional como músico.

- Productora y Sello musical.
- Diseño de modelo de negocios.
- Director Administración y finanzas.

2011 – 2012 / **Consultoría Independiente:** Desarrollo de estudios de Geomarketing y análisis de percepción pública para proyecto de apertura de nuevas tiendas, empresa **Fashion's Park S.A.** Análisis y estudio de 12 puntos.

2010 – 2012 / **Socio Fundador / GroundZero Ltda.:** Productora de eventos con alto enfoque en diseño.

- Desarrollo plan de negocios e implementación.
- Quiebra de empresa en el 2012

2009 – 2010 / **Analista Operaciones / Fashion's Park S.A.:** Analista de Ventas, Desarrollo proyecto remodelación y apertura de tiendas, Control operativo 33 Tiendas en todo Chile.

2009 – 2013 / **Profesor Ayudante / Instituto de Estudios Bancarios Guillermo Subercaseux:** Profesor ayudante en las materias de Matemática Básica, Financiera, Aplicada y Economía.

2007 – 2009 / **Analista Administración y Finanzas / Consultora Comparando E.I.R.L.:** Control de Gestión, Analista de Cuentas, Apoyo Financiero y Contable.

---

## ESTUDIOS

2014 **Diplomado en Emprendimiento Social y Economía Social**  
 Universidad de Santiago de Chile, USACH

2013 **Diplomado en Economía Social y Comercio Justo**  
 Universidad Alberto Hurtado, UAH

## **HABILIDADES E INTERESES**

Amplio desempeño en plataformas informáticas.

Ingles Intermedio.

Voluntariado en **Fundación Junto al Barrio** 2010 – 2013.

Interés en participar en consejos directivos de organizaciones sin fines de lucro.

Apoyo a emprendimientos sociales en su etapa de conformación.

Nivel Básico de Piano, Instituto Pro Jazz (1 año de estudio, 3 años de práctica).

Interés en física cuántica.

# LUIS MATTE LIRA

## RESUMEN LABORAL

---

Ingeniero Civil Industria de la Universidad de Chile, Programa de alta dirección de empresas de la Universidad de los Andes.

Poseo más de 25 años liderando el desarrollo corporativo y empresarial en distintas industrias, enfocado en el crecimiento, internacionalización, **levantamiento de capital nacional e internacional** y lanzamiento de nuevas unidades de negocio. Gerente General y director de empresas por más de 20 años.

En la actualidad, a través de su consultora está desarrollando y asesorando proyectos con relación a la Agenda de productividad, crecimiento e innovación y proyectos con rentabilidad social, económica y ambiental. Además de ocupar cargos en el directorios de Conupia ag.

## EXPERIENCIA EMPRESARIAL Y LABORAL

---

### I Minería

**2012** En Mayo produce y exporta su primer barco de finos de hierro con 30,500 ton con destino a CHINA, **luego del levantamiento de capital en Suiza por USD5.000.000.**, convirtiéndose en el tercer exportador de Hierro de Chile, ese año.

**2009-2012** Se adjudica concesiones mineras de salares con Litio en el Norte de Chile pro 90.000 has

### II Directorios y Asesorías

---

**2013 hasta la actualidad socio gerente de Empresa Consultora Triple Impacto SpA, especializada en asesorar innovación, negocios o proyectos de alta rentabilidad social, ambiental y económica**

**2008-2010** Mall Arauco Estación, propiedad de Parque Arauco

**2008** Asesor Inversiones Moneda en proyecto Landfills.

**2007 – 2010** Director Empresa de Ferrocarriles del Estado

**2005-2008 socio Vice Presidente en Gerens Capital S.A (capital de riesgo PYMES)**

**2008** Director de Aqua Plus, (start up)

**2006 -2007 Director de Asesorías Financieras del Banco del Desarrollo.**

**2006 -2008** Director Wisetrack empresa de gestión de flotas GPS

### **III Socio Gestor en Holding de empresas PYME**

---

**2004-2007** proyecta crear un Holding de empresas medianas ligadas a la pesca.

**2005** Compra el 50% de Agua Mar SA, empresa de exportación de productos del Mar de origen chileno o argentinos a Cuba y hoteles en México

**2004** Compra 75% de acciones de HyB productora de flotadores para las salmoneras en base a plástico nuevo y reciclado.

**2002** Compra el 80% de las acciones de Salmones Lago Villarrica, empresa productora de Salmón ahumado, gourmet. Sus ventas fueron destinadas a Cuba, México y USA, alcanzando usd1,000,000

**1992-2003** Socio Fundador y Gerente General de Viña Morandé,

Alcance de ventas de US\$46.000.000, equivalentes a 100 millones de litros de vino o mosto, representando una de las 14 mayores Viñas de Chile, el segundo exportador de vino a granel y el tercer productor mundial de jugo concentrado de uva.

**2000** En Viña Morandé, Asociación con Empresas Juan Yarur (Banco BCI) a través, de aporte de capital de US\$13.500.000 en diciembre 2000, destinados principalmente al pago de pasivos e instalación de filiales en el extranjero.

Primera empresa vitivinícola chilena en abrir oficinas de distribución en Brasil, USA, Irlanda, UK y celebrar un Joint Venture en India.

**1996** Incorporación Fondos de inversión nacionales y extranjeros AIG y Moneda

Asset, a la propiedad de la Viña en 1997 a través de un aporte de capital de US\$10.000.000. que fueron destinados a comprar la marca Fray León, Plantar 120 has. de uva y terminar la construcción de las bodegas de v Morandé.

**1995** Compra de bodegas y planta de proceso en Mendoza Argentina, para la producción de jugo concentrado de uva blanca.

**1990-1992** Viña Concha y Toro S.A. Sub Gerente de Marketing

Aumento de participación de Mercado 3%

### **EDUCACIÓN**

---

**2016** Cursando Magister en Filosofía Contemporánea, pensamiento y política

**2015** Diplomado en Filosofía Política Contemporánea u Alberto Hurtado

**2014** Diplomado en Emprendimiento Social y cooperativismo USACH

**2013** Diplomado en Economía Social y Comercio Justo U. Alberto Hurtado

**2001** Programa de Alta Dirección de Empresas PADE, Universidad de Los Andes.

**1984- 1990** Universidad de Chile, Ingeniero Civil Industrial

**1981-1983** Instituto Nacional

**1970-1980** Colegio Del Verbo Divino

### **ACTIVIDADES EXTRA CURRICULARES**

---

**2014-15** Director del instituto de estudio de empresas de menor tamaño CONUPIA

**2015** a la fecha Director Nacional de CONUPIA y encargado de la rama de Economía Social

**2014-15** Participa en mesas consultivas del Ministerio de Economía en PYNES  
**2014-15** Participa en mesa consultiva de Economía Social en Ministerio.  
**2014-15** Participa en Mesa nacional Logística del Ministerio de Economía y 2015 de CORFO  
**2005-2009-2013** Participa en comandos presidenciales en comisiones programáticas y en grupo empresarial por el candidato Bachelet, Frei, Bachelet  
**2010-2012** Tesorero Nacional PPD con Carolina Toha  
**2009- 2010** profesor de administración en Fundación Cerro Navia Joven  
**2004-2006** Presidente secretaria internacional PPD  
**2006-2009** Presidente secretaria empresarial PPD  
**2001** Profesor titular administración I U. Adolfo Ibáñez  
**1996** Miembro comisión del Vino Ministerio de Agricultura  
**1995** Presidente Asociación de Jugos Concentrados y Director de FEPACH.  
**1985** Presidente Plan Común Facultad de Ingeniería U Chile, Vocal Fec y co fundador Confecch  
**1983** Presidente centro de Alumnos Instituto Nacional.

**Luis Matte Lira**

**Octubre 2016**

**Paulo Amado Pereyra Vilaza**

Cientista Político

Gestor Cultural

**RESUMEN PROFESIONAL**

Cientista Político con fortalezas en las relaciones interpersonales, trabajo en equipo, cumplimiento de compromisos, ética y responsabilidad social, desarrollo de contenido creativo y creación de proyectos. Interés en las áreas de cultura, responsabilidad social e interculturalidad.

**DATOS PERSONALES**

Fecha de Nacimiento : 14 de Julio de 1987

Estado Civil : Soltero

**FORMACIÓN ACADÉMICA**

2015	Diplomado en Comunicación y Gestión Cultural Universidad de Chile.
2006-2010	Cientista Político. Titulado con distinción en la Universidad Diego Portales.
1999-2005	Colegio San Francisco del Alba
1994-1998	Colegio Adela Edwards

**EXPERIENCIA LABORAL**

**2016 – Hasta la fecha: Triple Impacto**

**Función:** Consultor asociado para proyectos de relacionamiento con la comunidad e investigaciones.

Página Web: <http://www.tripleimpacto.com>

**2011- Hasta la fecha: Eroica**

**Función:** Socio, fundador y director del sello musical Eroica. Desarrollo de planes estratégicos para el crecimiento de las agrupaciones con acciones directas, postulación a fondos y asesorías. Desarrollador de contenido y Community Manager.

**Página Web:** [www.eroica.cl](http://www.eroica.cl)

**Teléfono:** (09) 89053101

**2016: Festival Puchuncahuín**

**Función:** Encargado de las comunicaciones, creación de estrategias de comunicación para el Festival, coordinación con las agencias y medios de comunicación.

**2016: Encuentro Mestizo**

**Función:** Creador y gestor del encuentro. Encargado de comunicaciones y coordinación general.

**2014: Organización educacional y cultural Arteria Educativa**

**Función:** Socio y desarrollador de proyectos artísticos culturales.

Teléfono: (09) 89954314

**2011-2013: Voluntario en la Fundación Junto Al Barrio**

**Función:** Coordinación de voluntarios en actividades en terreno, asesoría en el área del voluntariado y creación de proyectos para la realización de talleres. Desarrollo de la labor de Comunero dentro de la fundación.

Teléfono: (06) 8322229

**2011-2013: KREAR**

**Función:** Director del área de proyectos, y coordinación en la postulación de fondos concursables.

Teléfono: (08) 85753478

**2011: TU OBSERVATORIO**

**Función:** Director del área de Cultura, columnista y editor.

**Página Web:** [www.tuobservatorio.cl](http://www.tuobservatorio.cl)

Teléfono: (09) 93094358

**2011: FASHION`S PARK**

**Función:** Supervisor y análisis de datos en las mediciones de flujo para estudio de mercado encargado por la empresa.

Teléfono: (08) 85753478

**2009: Práctica profesional en la Comisión Nacional del Medio**

**Funciones:** Investigación y creación de una base de datos de los presupuestos nacionales. En este sentido, se generó una serie de inferencias a partir de gráficos y modelos de análisis que permitieron evaluar el modelo de gestión implementado el año 2007.

**2008: Centro cultural Ainil**

**Rubro:** Organización sin fines de lucro

**Funciones:** Apoyo en la gestión de proyectos culturales para la participación de fondos concursables. Comuna de Santiago.

Teléfono: (08) 5890937

**2008: Producción audiovisual José Luis Valenzuela Fuentes EIRL para TVN, señal Internacional.**

**Rubro:** Productora Audio visual

**Funciones:** Investigación en terreno sobre el valle del colca y sus habitantes, Arequipa Perú. Esto fue hecho para el programa documental turístico "TURIS TE ANDO".

Teléfono: (09) 2283510

**2008: Asesoría política para el candidato a concejal por Vitacura Ángel Melloni**

**Funciones:** Asesoría política-comunicacional para el candidato a concejal por Vitacura Ángel Melloni.

Teléfono: (08) 3948373

### **INVESTIGACIONES**

**2009: Comisión Nacional del medio ambiente**

**Tema:** Evaluación del modelo de gestión implementado en el 2007 a partir de la información disponible de los presupuestos nacionales por programa.

**2010: Tesis de grado**

**Tema:** Investigación sobre el rol del Congreso Nacional en la aprobación de los tratados internacionales referidos al medio ambiente.

### **MANEJO SOFTWARE**

Power Point, Exel y Word.

ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.

Nombre completo	Adrian Gonzalez
RUT	
Profesión	Administrador de empresas
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Consultora Triple impacto
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	No tiene
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No pertenece
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	
Rubros a los que se dedica:	

**ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.**

Nombre completo	Romina Lemos
RUT	
Profesión	Diplomado en Comercialización Internacional.
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	ID Actitud e Impacto
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Femenino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	
Rubros a los que se dedica:	Turismo principalmente y territorio.

**ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.**

Nombre completo	Luis Matte Lira
RUT	
Profesión	Ingeniero civil industrial
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Consultora Triple impacto
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	No tiene
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No pertenece
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	
Rubros a los que se dedica:	

**ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.**

Nombre completo	Felipe madrigal
RUT	
Profesión	Administrador de empresas
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Consultora Triple impacto
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	No tiene
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No pertenece
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	
Rubros a los que se dedica:	

**ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.**

Nombre completo	Leandro Peñaloza
RUT	
Profesión	Técnico en turismo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	ID actitud e impacto
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	No tiene
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No pertenece
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	
Rubros a los que se dedica:	

**ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.**

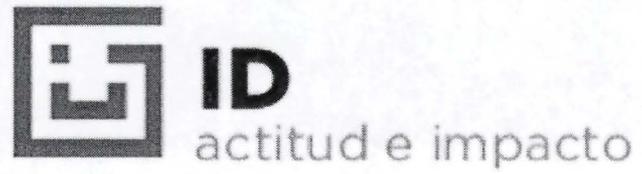
Nombre completo	Milos Miscovic
RUT	
Profesión	Doctorado en turismo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	ID actitud e impacto
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	No tiene
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No pertenece
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	
Rubros a los que se dedica:	

**ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.**

Nombre completo	Diana Edmunds
RUT	
Profesión	Chef
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Cooperativa Agro Apícola Meri Henua
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	No tiene
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Femenino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	Rapa Nui
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	Pequeño
Rubros a los que se dedica:	Agro Apicola, Turismo

**ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.**

Nombre completo	Paulo Pereyra
RUT	
Profesión	Administrador de empresas
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Consultora Triple impacto
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	No tiene
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No pertenece
<b>Si corresponde contestar lo siguiente:</b>	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	
Rubros a los que se dedica:	



PROPUESTA PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

**COOPERATIVA APICOLA MERI HENUA**

*Santiago, 23 de junio 2017*

## ANTECEDENTES

De acuerdo a los antecedentes relevados en la conversación sostenida en el mes de junio se hace entrega de la siguiente **PROPUESTA para el DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN DE LA COOPERATIVA APÍCOLA MERI HENUA.**

La asociatividad empresarial es una de las mayores necesidades y parte de las más recurrentes debilidades que se identifican en los distintos territorios del país.

Asimismo, el éxito en la introducción comercial de nuevos productos es altamente dependiente de redes tanto locales como supralocales, por lo cual es indispensable establecer acuerdos, llegar a consensos y trabajar de manera mancomunada entre diferentes actores tanto privados como públicos a fin de conseguir un posicionamiento y cumplimiento de objetivos asociativos.

Partiendo de estos antecedentes se genera la presente propuesta de acciones recomendadas y posibles de ejecutar por parte de iD actitud e impacto para **Cooperativa Apícola Meri Henua.**

2

---

## 1. EL MÉTODO

Todo trabajo que un individuo u organización pretende realizar debe ser debidamente analizado y planificado con el fin de acordar **lo que se quiere llegar a alcanzar** habiendo considerado las diferentes circunstancias y tendencias que afectan favorable y desfavorablemente el quehacer del hoy o representarán condiciones para tener en consideración al momento de ejecución de las tareas.

Nuestro equipo cuenta con amplia experticia en la implementación de planes de marketing y comercialización, tanto en los campos de desempeño sectorial público, como privado y gremial, nacional e internacional. Esta característica nos da las capacidades de recomendar la implementación del siguiente **método propio** que, siendo desarrollado y debidamente gestionado, garantizará el posicionamiento e impacto en la comercialización a corto, mediano y largo plazo de la asociación y sus productos.

El método a aplicar es el que denominamos **A+A+A**, o triple A, y que considera en principio un **análisis en profundidad respecto a la cooperativa** en el cual se analizan los aspectos esenciales de:

- El asociado actual y potencial de la organización.
- El producto/servicio actual de los asociados de la organización.
- La cooepetencia inmediata a nivel local y nacional visualizada a través de agrupaciones de carácter local y supralocal que entregan productos/servicios similares.
- Los asociados y productos/servicios de la cooepetencia.
- La oferta complementaria de productos/servicios similares presente en los mercados y la potencialidad para ser incorporada por parte de la cooperativa.

- Los mercados nicho, o de intereses específicos que pueden ser aprovechados por la organización para fortalecer y posicionarse.
- Las brechas y proposiciones para su acortamiento.
- Los objetivos a conseguir con el plan de marketing y comercialización fortalecimiento de los productos/servicios de la cooperativa.



derechos metodología: ID actitud e impacto

3

Tras los análisis de la situacionalidad y conclusión de este diagnóstico se procede con la **selección del mix de acciones más apropiadas para la organización**, estableciendo:

- El cruce de cada producto/servicios de la organización con los respectivos clientes actuales y potenciales.
- La propuesta e implementación de mejoras en productos/servicios para los asociados de la cooperativa.
- La definición de la fórmula de actuaciones para cada mercado de clientes identificados: propuesta de participación en exposiciones gourmet, trabajo vía redes sociales y posicionamiento web, entre otros.

Con la definición de acciones, y de acuerdo al calendario a poner en práctica se procede con la **implementación de acciones iniciales** para los mercados a definir. En sí, las acciones piloto se efectuarán de manera remota y virtual.

Por último, el cierre de los procesos necesariamente conlleva a establecer **propuestas de mejora** para poder continuar reforzando los productos/servicios de la organización. En tal contexto se evaluarán:

- Los resultados obtenidos hasta la fecha y aquellos que se pueden esperar en los próximos meses gracias a acciones efectuadas.
- La evaluación general de las actividades desarrolladas.
- Los puntos a tener en cuenta y los elementos a mejorar para los productos/servicios de la organización tras la experiencia.

---

## 2. LA IMPLEMENTACIÓN

Para la implementación de este proceso se establecen los siguientes pasos:

### 1. ESTUDIAMOS LA ORGANIZACIÓN Y SU ENTORNO – Plazo: Semana 1 a Semana 5

- Revisión de fuentes secundarias para el análisis de informaciones necesarias.
- Entrevistas a miembros directivos y asociados de la cooperativa.
- Análisis de mercado para los productos de los asociados.
- Trabajo de gabinete del equipo para la realización de los análisis.
- Entrega Informe 1 DIAGNÓSTICO PARA LA ORGANIZACIÓN Y SU ENTORNO en formato digital (.pdf).

#### *indicadores principales:*

- Número de entrevistas realizadas a miembros directivos de la cooperativa.
- Número de asociados de la cooperativa entrevistados.
- Mercados identificados y analizados para los productos de la cooperativa.

4

### 2. SELECCIONAMOS MIX DE ACCIONES – Plazo: Semana 6 a Semana 8

- Trabajo de gabinete del equipo para producción de informaciones sobre la recomendación de acciones de marketing.
- Entrega Informe 2 LAS ACCIONES DE LA ORGANIZACIÓN en formato digital (.pdf).

#### *indicadores principales:*

- Documento con mix de acciones de marketing elaborado.

### 3. IMPLEMENTAMOS PLAN CALENDARIO INICIAL – Plazo: Semana 9 a Semana 11

- Se recomienda una implementación inicial piloto de acciones de promoción y comercialización que se trabajará durante 2 meses y trabajada de manera remota en el mercado nacional, para testear el posicionamiento de productos/servicios.
- Trabajo de gabinete del equipo para producción de informaciones.
- Entrega Informe 3 IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES en formato digital (.pdf).

Adicionalmente, dada la experticia, nuestro equipo puede desarrollar la implementación de acciones calendarizadas para la cooperativa dando soporte, gestión e impulso para su fortalecimiento y posicionamiento en el mercado.

#### *indicadores principales:*

- Número y tipo de acciones piloto de promoción realizadas.
- Número y tipo de acciones piloto de comercialización realizadas.

**4. PROPONEMOS MEJORAS – Plazo: Semana 12**

- Trabajo de gabinete del equipo para producción de informaciones.
- Entrega Informe 4 EVALUACIÓN Y PROPOSICIÓN DE MEJORAS integrado e Informe FINAL, formato impreso y digital (.pdf y .ppt).

**indicadores principales:**

- Documento con la evaluación y proposición de mejoras al proceso y resultados obtenidos.

Carta Gantt	Semana											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Estudiamos la organización y su entorno	■	■	■	■	■							
2. Seleccionamos mix de acciones						■	■	■				
3. Implementamos Plan Calendario inicial									■	■	■	■
4. Proponemos mejoras												■

**3. EL PRESUPUESTO**

La realización de la totalidad de actividades señaladas para la elaboración del plan de marketing y comercialización para la Cooperativa Apícola Meri Henua tiene un presupuesto ascendente a **\$12.000.000,-**,

Este presupuesto incluye la realización y entrega de productos de las actividades previamente desglosadas considerando los *honorarios, viáticos, insumos para las entrevistas, propuestas de mejora de productos, acciones iniciales online de posicionamiento durante 2 meses.*

El presupuesto no contempla la disposición de espacios para la realización de reuniones con la organización, estadía (alojamiento y alimentación), ni los eventuales costos no contemplados en la propuesta, que pudieran ser solicitados como adicionales, o que surjan de la definición del plan calendario de acciones y consensuadas con la contraparte.

Se consideran 2 pagos para la realización de los trabajos:

- Pago 1: 40%, a Semana 5 correspondiente a Informe 1.
- Pago 2: 60%, a Semana 12 correspondiente a Informe 2, 3, 4 y FINAL.

De considerarse de interés, el valor adicional para la gestión del desarrollo de acciones mensuales de posicionamiento es de **\$400.000,-**, sin considerar los costos para la realización de actividades como eventos, presentaciones, desplazamientos por el país, o la generación impresa de materiales.



## EL EQUIPO

Nuestro equipo estratégico que *participaría activamente en el desarrollo del proceso de formulación y las etapas de implementación de las iniciativas propuestas* estará compuesto por:

- Miloš Mišković, 14704535-2, Licenciado en Estudios Turísticos, Magíster con Especialización en Turismo, Magíster en Gobernabilidad Pública, Doctorando en Turismo; experto en planificación, gestión de mercados y trabajo gremial, con 16 años de experiencia; Cofundador y Director de Proyectos de iD actitud e impacto; horas dedicación proyecto: 96.
- Romina Lemos, 14710362K, Licenciada en Estudios Turísticos, Magíster en Dirección y Gestión Turística, Diplomada en Comercialización Internacional de Servicios; experta en planificación e implementación de planes de desarrollo y marketing de destinos y productos, con 12 años de experiencia; Cofundadora y Directora General de iD actitud e impacto; horas dedicación proyecto: 112.
- Leandro Peñaloza, 166536162, Técnico en Turismo; experto en innovación, con 8 años de experiencia; Ejecutivo Proyectos e Innovación iD actitud e impacto; horas dedicación proyecto: 102.

Además, en el desarrollo del trabajo se contará con el apoyo y respaldo de red de colaboradores técnicos de **iD actitud e impacto** con amplio conocimiento de las industrias, asociatividad, gremios y mercados de productos y servicios.

---

**SOMOS**

## **iD actitud e impacto**

---

Empresa innovadora que agrega valor, actitud e imagen a los productos y entrega experiencia en el mercado para los destinos y las empresas de la industria de la hospitalidad.

Entendemos que las empresas y los destinos deben estar en los mercados (y no los mercados ir hacia ellos).

Entregamos herramientas de alta gama para planificar y mejorar el desarrollo y marketing de destinos, empresas y productos de la industria.

Identificamos, proponemos, implementamos y retroalimentamos, de acuerdo a sus reales posibilidades, la actitud del destino y de las empresas en los mercados.

Proponemos, evaluamos y creamos la imagen de marca que genere el impacto deseado en los mercados.

Nuestros profesionales asociados cuentan con alta experticia y especialización en el arte maestro de la planificación e implementación de acciones en los mercados de Chile, las Américas y Europa.

Somos representantes e implementadores en Chile de CHIAS Marketing de Barcelona, España, empresa destacada por las capacidades y especialización internacional en planificación estratégica de turismo aplicada en más de 100 casos a nivel mundial y con una experiencia de hace más de 30 años.

---

## desde el 2014 participamos con nuestra experiencia en:

### ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PARA LA ACTUALIZACIÓN DE DECLARATORIA DE ZONA DE INTERÉS TURÍSTICO (ZOIT) PARA LA COMUNA DE CASABLANCA

*I. Municipalidad de Casablanca.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, MAngels Serra, Leandro Peñaloza*

### TALLER: INNOVACIÓN EN PRODUCTOS TURÍSTICOS, DESTINO SAN PEDRO DE ATACAMA CNC-Corfo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.

*participa: Miloš Mišković, Leandro Peñaloza*

### MODELO DE GESTIÓN TERRITORIAL PARA LA SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL DE RAPA NUI

*Codesser-Corfo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, MAngels Serra, Leandro Peñaloza, Jimena Bazaes*

### ARTICULACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS NORTE Y CENTRO DE CHILE

*Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, MAngels Serra, Leandro Peñaloza*

### DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA MARCA PARA TRENES TURÍSTICOS DE CHILE

*Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, MAngels Serra, Leandro Peñaloza, Jimena Bazaes*

### DISEÑO DE LA MARCA TURÍSTICA DE ARAUCANÍA

*Sernatur R. Araucanía, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, MAngels Serra, Leandro Peñaloza, Jimena Bazaes*

### ESTUDIO DE MERCADO EN CHILE PARA IDENTIFICAR LA DEMANDA POTENCIAL DE DESTINOS DE BOLIVIA

*Viceministerio de Turismo de Bolivia, Estudio Singerman & Makon Argentina.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, Leandro Peñaloza, Jimena Bazaes*

### ESTUDIO DE MERCADO EN CHILE PARA IDENTIFICAR LA DEMANDA POTENCIAL DE DEL DESTINO EL IMPENETRABLE, CHACO

*Consejo Federal de Inversiones de la República de Argentina, Estudio Singerman & Makon Argentina.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, Leandro Peñaloza, Jimena Bazaes*

**FORMULACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO: PLAN DE ACCIÓN ZOIT COLBÚN-RARI**

*Sernatur R. Maule, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, MAngels Serra, Leandro Peñaloza*

**FORMULACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO: PLAN DE ACCIÓN ZOIT CHANCO-PELLUHUE**

*Sernatur R. Maule, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, MAngels Serra, Leandro Peñaloza*

**TALLER: USO DE REDES SOCIALES PARA LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA CREATIVA Y CULTURAL**

***TakeOff-Corfo R. Tarapacá, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.***

*participa: Miloš Mišković*

**CURSO: TURISMO, ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN, DESTINO ARICA**

*Cordenor-Corfo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković*

9

**PLAN DE MARKETING TURÍSTICO NACIONAL, PLAN CHILE 360°**

*Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, Romina Lemos, MAngels Serra, Leandro Peñaloza*

**DISEÑO DE MODELO DE GESTIÓN DE BUREAU**

*Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, por Ingeniería RSG*

**ESTUDIO DE LOS RECURSOS HUMANOS DEL SECTOR TURÍSTICO CHILENO**

*Subsecretaría de Turismo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Miloš Mišković, por Search Consultores*

**PROGRAMA ESTRATÉGICO DISEÑO TURISMO EN EL DESIERTO DE ATACAMA EN LA RUTA DEL QHAPAQ ÑAN**

*Corfo-Sernatur, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: Romina Lemos, por Brújula Chile*

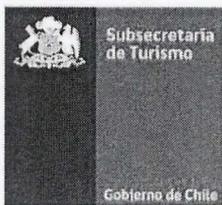
**MODELO DE IMPLEMENTACIÓN PILOTO DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA DESTINOS TURÍSTICOS ÉTNICO CULTURALES, ISLA DE PASCUA**

*Codesser-Corfo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo del Gobierno de Chile.*

*participa: MAngels Serra, Romina Lemos, por CHIAS Marketing y colaboración de DNA*



**principales experiencias previas del equipo en Chile:**



10



algunas experiencias previas de la alianza internacional:





**¿Y, CUÁL ES TU iD?**

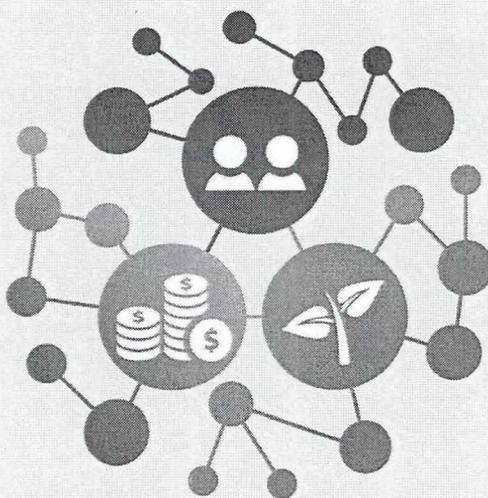


# Consultoría Cooperativa Apícola

Desarrollo Estrategia Empresarial

Junio 2017

Consultora Triple Impacto





## INDICE

<b>PRESENTACION CONSULTORA.....</b>	<b>03</b>
<b>CLIENTES Y COLABORACIONES.....</b>	<b>04</b>
<b>PRESENCIA INTERNACIONAL.....</b>	<b>05</b>
<b>SERVICIO DE CONSULTORIA.....</b>	<b>07</b>
Metodología.....	07
Plan de Trabajo.....	10
<b>PROPUESTA COMERCIAL.....</b>	<b>14</b>



# PRESENTACION CONSULTORA

Desarrollamos negocios de alta rentabilidad económica, social y ambiental, teniendo como **visión** ser reconocidos como una consultora líder en Sostenibilidad, Valor Compartido e innovación en el desarrollo de negocios con Triple Impacto, aportando sustancialmente a la productividad, desarrollo y un cambio cultural en la gestión de empresas en el país.



Nuestra **misión** es asesorar, gestionar e implementar proyectos orientados a crear valor para las organizaciones y sus grupos de interés, bajo el desarrollo de modelos de triple impacto.

Los socios consultores son:

## **Luis Matte Lira / Gerente General**

Ingeniero Civil Industrial, Posgrados en Alta dirección de empresas y Economía Social y Solidaria. Se ha desempeñado como asesor gubernamental contando con una amplia experiencia empresarial y gremial, más de 25 años en cargos directivos en diversas industrias, destacándose Logística, Agro-industria, Vitivinícola y Minería. Actualmente es el Gerente General de la consultora Triple Impacto SpA, Director Nacional de la Asociación Gremial CONUPIA, y se encuentra cursando un Magister en Filosofía Contemporánea.

## **Felipe Madrigal Acuña / Socio Consultor**

Economista Social y administrador de empresas con amplia experiencia en innovación y desarrollo de negocios sociales. Especializado en Sustentabilidad y Creación de Valor Compartido. Actualmente se desempeña como Socio Consultor en Triple Impacto SpA y Presidente y Cofundador de la Cooperativa Multicultural Utopía.

Además nuestro equipo de trabajo está integrado por un conjunto de profesionales multidisciplinarios destacándose las áreas de innovación, emprendimiento, economía, economía social, logística, derecho y expansión empresarial.

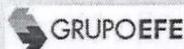


## CLIENTES Y COLABORACIONES

Desarrollamos nuestros diversos servicios de consultoría, enfocados en crear valor para las organizaciones y sus grupos de interés.

### Clientes

Implementamos servicios de Estrategia de Sostenibilidad Empresarial, Creación de Valor Compartido, Memorias de Sostenibilidad y otros relacionados a negocios de Triple Resultado, nuestros principales clientes:



### Colaboraciones

Trabajamos en el desarrollo de proyectos de investigación sobre las últimas tendencias de Sostenibilidad y negocios de Triple Resultado, también desarrollamos estudios sobre temáticas de la Economía Social.





## PRESENCIA INTERNACIONAL

Poseemos oficinas en **Colombia** y **Ecuador**, RSM Colombia con presencia en 125 países y Hexagon Ecuador quien tiene una alianza con Cambridge UK en desarrollo de herramientas de sostenibilidad. Con nuestros socios estratégicos desarrollamos servicios de: Estrategias de **Sostenibilidad**, Creación de **Valor Compartido**, **Auditorias** socio - ambientales y **Gestión de Riesgos** social y ambiental.

Esto nos permite conocer la realidad Latinoamericana, exportar experiencias y conocimientos empresariales, de políticas públicas y proyectos de sostenibilidad y/o valor compartido entre países. Lo que trae múltiples beneficios.



En Chile sostenemos una alianza con Imaginacion Consultores, que tienen oficinas en **Perú** y **Argentina**.





Actualmente nos encontramos desarrollando la estrategia de Sostenibilidad y Valor Compartido para la Gobernación de Cundinamarca, cuya capital es Bogotá y que posee 116 municipios. Esta estrategia tiene la finalidad de alinear las acciones de la gobernación a los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), a su plan de desarrollo 2036 y poder permear a las empresas públicas y privadas sobre las últimas tendencias de Sostenibilidad Empresarial y Creación de Valor Compartido.





# SERVICIO DE CONSULTORIA

El presente servicio de consultoría tiene como objetivo.

**Fortalecer a la empresa cooperativa en sus dinámicas de desarrollo y estrategia empresarial, enfocándose principalmente en los siguientes puntos:**

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| <i>i. Planificación Estratégica</i>                 | <i>v. Educación Cooperativa</i>       |
| <i>ii. Capacidades de Gestión Empresarial</i>       | <i>vi. Relación Inter cooperativa</i> |
| <i>iii. Innovación</i>                              | <i>vii. Desarrollo de Alianzas</i>    |
| <i>iv. Estrategia de Marketing y Comunicaciones</i> |                                       |

## METODOLOGIA

La metodología se desarrollara bajo la construcción de un modelo que responde a 3 niveles; Identidad, Estrategia y Operaciones (Figura 1). Cada nivel representa una composición macro del desarrollo de la empresa cooperativa, de esta forma podremos identificar y definir las etapas necesarias para elaborar todas las acciones que responden al objetivo general.

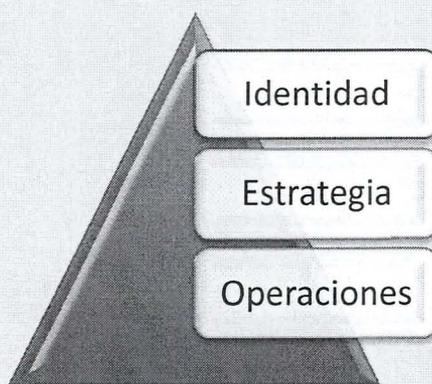


Figura 1, Modelo base Organizacional



## Identidad

Etapa principal del desarrollo del proyecto empresarial, es el aspecto más importante y fundamental para determinar y definir la estructura estratégica base de la cooperativa. Consta de las siguientes acciones específicas a desarrollar.

- **Visión:** El camino al cual se dirige la cooperativa a largo plazo, el cual sirve de rumbo y hoja de ruta para orientar las decisiones estratégicas. Es la declaración del ideal de la cooperativa, en un horizonte de mediano a largo plazo, transformándose en la imagen de futuro que se desea.
- **Misión:** Es la que describe el rol que desempeña la cooperativa para poder lograr la visión, es a su vez la razón de ser de la empresa, la cual se transforma en un elemento de la planificación estratégica.
- **Valores:** Directrices base a la hora de cumplir con la misión de la cooperativa.
- **Filosofía:** Determinación del espíritu empresarial que desea imprimir en todo el quehacer.
- **Imagen Corporativa:** Desarrollo de la imagen corporativa de la cooperativa.
- **Otros aspectos a incluir en base a los requerimientos del cliente.**

## Estrategia

Una estrategia es la composición de metas y objetivos en escala de tiempo que se desean alcanzar, enfocadas en base a la identidad de la cooperativa, para esto se requiere el desarrollo de una planeación estratégica la cual cuenta con los siguientes puntos a desarrollar.

- Desarrollo de Estrategia Central
- Estrategia a Corto Plazo (de 1 a 6 meses)
- Estrategia a Mediano Plazo (de 6 meses a 3 años)
- Estrategia a Largo Plazo (sobre 3 años)

Las estrategias deben ejemplificarse en forma de Objetivo General + Objetivos Específicos. A su vez se deben desarrollar los siguientes aspectos:

- **Modelo de Negocios:** Desarrollo de modelo de negocios de la empresa, bajo el formato *Business Canvas Model*.
- **Desarrollo e Implementación de Estrategia Comercial:** Determinación de las acciones comerciales, de marketing y comunicaciones que desarrollara la cooperativa para poder alcanzar sus clientes.
- **Desarrollo de alianzas específicas:** Evaluar opciones de alianzas con organismos públicos y privados para el desarrollo de proyectos en conjunto.
- **Innovación:** Diseño e implementación de talleres que fomenten la innovación empresarial.



## **Operaciones**

El plan de operaciones resultara en respuesta inmediata a la estrategia de la empresa, este consta de lo siguiente:

- **Plan de actividades:** Desarrollo de las actividades que den respuesta a cada objetivo específico.
- **Presupuesto:** Determinación presupuestaria de las actividades.
- **Inversiones:** Plan de inversiones de la cooperativa, flujo proyectado.
- **Carta Gantt:** Determinación de fechas de implementación de las distintas actividades.

La presente metodología funcionara con altos estándares de innovación para lograr la transferencia de conocimientos a la Cooperativa, entendiendo la realidad propia del territorio y sus habitantes, para adaptar modelos específicos en formas de aprendizajes simples y eficientes que permitan la absorción de conocimiento por parte del cliente.

A su vez se mantendrán constante los canales de comunicación *online* y telefónicos (además de los presenciales cuando se visite la Isla).



## PLAN DE TRABAJO

Para dar cumplimiento al marco metodológico antes expuesto, la presente consultoría funcionara en las siguientes etapas para alcanzar los objetivos planteados.

ETAPA 1, Diseño de aspectos básicos de la estrategia empresarial

ETAPA 2, Desarrollo de prototipo

ETAPA 3, Modelo de Negocios y plan de implementación

Cada etapa contara con las siguientes características:

1. Descripción
2. Actividades
3. Entregables
4. Tiempo de duración

Se deberán enfocar las reuniones presenciales en la semana de visita de los consultores a Rapa Nui, y por otra parte, se mantendrán reuniones *online* para poder chequear los avances.

### ETAPA 1, Diseño de aspectos básicos de la Identidad Cooperativa

**Descripción:** En esta etapa se desarrollaran los aspectos fundamentales de la empresa, lo que permitirá comprender en profundidad lo que los fundadores buscan desarrollar y dejarlo plasmado.

**Actividades:** La lista de actividades y acciones a desarrollar es la siguiente.

1. Reunión de presentación del equipo y definición de los lineamientos de trabajo.
2. Desarrollo de capacitaciones:
  - a. Capacitación en Gestión y Estrategia Empresarial
  - b. Capacitación en Cooperativas y Economía Social
  - c. Capacitación en Desarrollo Sostenible

Las capacitaciones son en 2 módulos de 1,5 horas cada uno, en el cual se expondrán los aspectos teóricos a desarrollar durante la primera sección y aspectos prácticos de desarrollo durante la segunda sección (enfocados en la cooperativa misma). Cada capacitación contara con material de apoyo, documentación bibliográfica y presentaciones.



3. Trabajo en aspectos de la identidad de la empresa.
  - a. Desarrollo de la Visión: Este se realizara a través de respuestas semi estructuradas.
  - b. Desarrollo de la Misión: Este se realizara a través de la respuesta semi estructuradas.
  - c. Determinación de los valores: Se deberán desarrollar entre 3 a 5 conceptos cruciales para abordar en base a la visión de los fundadores la Misión y Visión.
  - d. Desarrollo de filosofía: En caso de necesitar más información sobre la identidad de la empresa se puede plasmar en una “declaración filosófica” de la empresa.
4. Determinación de un nombre para la empresa
  - a. Elaboración de diversas opciones de nombre a través de dinámicas de participación de grupos (en caso de no existir).
5. Desarrollo de la Imagen Corporativa
  - a. Comienzo del trabajo para la elaboración de la imagen corporativa con empresa de diseño.
6. Elaboración básica de la estrategia
  - a. Se trabajara en la elaboración de la estrategia a corto plazo y la idea de la estrategia central.

**Entregables:** Los entregables para esta etapa serán:

1. Informe de Capacitaciones
2. Identidad de la Cooperativa
3. Imagen Corporativa
4. Prototipo Estrategia Cooperativa

**Duración:** 3 Semanas de acuerdo a la carta Gantt y 72 Horas Consultora.

## ETAPA 2, Diseño y desarrollo de Estrategia de la Cooperativa

**Descripción:** Durante esta etapa se comenzara a trabajar en los aspectos estratégicos de la cooperativa, los cuales permitirá desarrollar los lineamientos de trabajo futuro.

**Actividades:** La lista de actividades y acciones a desarrollar es la siguiente.

1. Desarrollo de la estrategia empresarial
  - a. Se terminara de construir la Estrategia Central y la de Mediano y Largo Plazo.



- b. Determinación de Objetivo General a cumplir para estrategia.
  - c. Desarrollo de objetivos específicos
2. Desarrollo de Pagina WEB
    - a. Determinación de *web* tipo
    - b. Creación de contenidos
    - c. Desarrollo
  3. Modelo de Negocios
    - a. Desarrollo de *Canvas Business Model*
    - b. Modelo Ruta Turística Agro Apícola
    - c. Innovación

**Entregables:** Los entregables para esta etapa serán:

1. **Estrategia Cooperativa**
2. **Pagina WEB**
3. **Modelo de Negocios Canvas**
4. **Modelo Ruta Turística Agro Apícola**
5. **Innovación como pilar de la empresa cooperativa**

**Duración:** 8 semanas de acuerdo a la carta Gantt y 148 horas Consultora.

## **ETAPA 3, Plan de Operaciones y Acciones específicas**

**Descripción:** La tercera etapa se centra en el desarrollo de las diversas acciones definidas anteriormente para dar cumplimiento al servicio de consultoría.

**Actividades:** La lista de acciones a realizar es la siguiente:

1. Desarrollo de plan de operaciones
  - a. Determinación de actividades que dan cumplimiento a los objetivos específicos.
  - b. Presupuesto
    - i. Plan de Inversiones (Flujo Caja)
    - ii. Plan Comercial
    - iii. Plan de Comunicaciones



- c. Carta Gantt
  - d. Modelo de Reportes por área
2. Dinámicas y Talleres de Participación
    - a. Fomentar la participación de jóvenes y mujeres en la cooperativa
    - b. Fomentar las dinámicas de participación al interior de la cooperativa
3. Alianzas públicas y privadas
    - a. Desarrollar alianzas con organismos territoriales
    - b. Desarrollar alianzas con organismos públicos
    - c. Desarrollar alianzas con organismos privados

**Entregables:** Los entregables para esta etapa serán:

1. Flujo de Caja
2. Plan Comercial
3. Plan de Comunicaciones
4. Carta Gantt
5. Dinámicas y Talleres
6. Informe Alianzas Público – Privadas
7. Informe Final

**Duración:** 8 semanas de acuerdo a la carta Gantt y 140 horas Consultora