



FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

FOLIO DE BASES

CÓDIGO (uso interno)

I. ANTECEDENTES GENERALES DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO:

REFORMULACIÓN AL PROYECTO IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED DE INFORMACIÓN PARA EL SECTOR AGRÍCOLA DE LA VII Y VIII REGIÓN

Línea de Innovación: Área:

Región(es) de Ejecución:

Fecha de Inicio:

DURACIÓN:

Fecha de Término:

AGENTE POSTULANTE:

Nombre : Universidad de Concepción
Dirección : Vicente Mendez 595 Chillán
RUT :
Teléfono :

Fax:

AGENTES ASOCIADOS:

Instituto de Investigaciones Agropecuarias, Centro Regional de Investigación Quilamapu

REPRESENTANTE LEGAL DEL AGENTE POSTULANTE:

Nombre: Alejandro Santa María Sanzana.
Cargo en el agente postulante: Director Campus Chillán
RUT:
Firma:



COSTO TOTAL DEL PROYECTO ORIGINAL (valor real) : \$

FINANCIAMIENTO SOLICITADO ORIGINAL (valor real) : \$





2. EQUIPO DE COORDINACIÓN Y EQUIPO TÉCNICO DEL PROYECTO

2.1. Equipo de coordinación del proyecto

(presentar en Anexo A información solicitada sobre los Coordinadores)

COORDINADOR DEL PROYECTO

NOMBRE Juan Andrés Pucheu Moris,	RUT	FIRMA
AGENTE Universidad de Concepción		SIGLA Uconcepción
CARGO ACTUAL Director Centro de Estudios para el Desarrollo Regional Sostenible (CEDRO)		CASILLA 537, Chillán
DIRECCIÓN Vicente Mendez 595		CIUDAD Chillán
FONO	FAX	E-MAIL

COORDINADOR ALTERNO DEL PROYECTO

NOMBRE Raúl Cerda González	RUT	FIRMA
AGENTE Universidad de Concepción		SIGLA Uconcepción
CARGO ACTUAL Director de Carrera, docente Facultad de Agronomía		CASILLA 537
DIRECCIÓN Vicente Mendez 515		CIUDAD Chillán
FONO 	FAX 275305	E-MAIL rcerda@udec.cl





2.2 . Equipo Técnico del Proyecto
(presentar en Anexo A información solicitada sobre los miembros del equipo técnico)

Nombre Completo y Firma	RUT	Profesión	Especialidad	Dedicación al Proyecto (%/año)
JUAN ANDRÉS PUCHEU		PSICOLOGO	DESARROLLO ORGANIZACIONAL	20%
RAUL CERDA		ING. AGRONOMO	DESARROLLO RURAL	20%
MANUEL FAUNDEZ		ING. AGRONOMO	GESTION	10%
CARLOS RUIZ S.		ING. AGRONOMO DPL.	DESARROLLO RURAL	10%
ROBERTO VELASCO IL		ING. AGRONOMO	ECONOMIA PRODUCCION	10%
GUSTAVO MORALES SCH		ING. AGRONOMO	GESTION	10%
JORGE GONZÁLEZ		ING. COMERCIAL	GESTION	10%
VERONICA INOSTROZA		ING. COMERCIAL	GESTION	100%



3. BREVE RESUMEN DEL PROYECTO

Este documento propone una modificación del proyecto aprobado originalmente, la cual se propone, manteniendo los objetivos y marco general, con la intención de optimizar los resultados sociales de la inversión realizada.

El objetivo general de proyecto, establecido en la propuesta original, es “generar las condiciones para que los productores del sector agrícola integren una mayor información para una acertada toma de sus decisiones y así contribuir a elevar la competitividad de su empresa agrícola.”

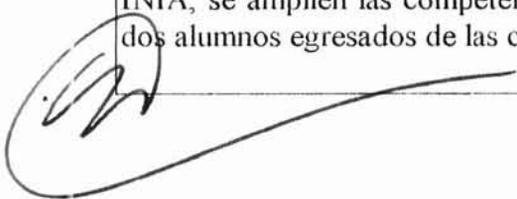
El diseño original suponía la creación de una red de información y la experimentación con diferentes tipos de servicios relacionados, el intercambio de experiencias y la articulación con municipalidades y escuelas rurales.

Hasta este momento el proyecto ha sido exitoso en el desarrollo de un sistema de información vía Internet, en la cual se proporciona, de manera continuada, información sobre precios y la situación agrícola. Sin embargo, no se ha logrado consolidar la red de empresas usuarias, muchas de las cuales se encuentran, por demás, en condiciones precarias y con la imposibilidad de asumir mayores costos fijos.

Por lo anterior y considerando los objetivos y contexto general del proyecto original, se pretende implementar las siguientes acciones entre julio 2001 y octubre 2002:

1. Reestructurar los procedimientos de trabajo del proyecto. Esto de manera de minimizar los costos fijos de operación y destinar la mayor cantidad de recursos posibles hacia la producción y promoción de nuevos productos y servicios.
2. Ampliar el número de servicios proporcionados, diferenciando productos de distribución libre de aquellos que serán comercializados. La idea central en este punto es maximizar la distribución de la información de utilidad general, como orientación de financiamiento o tendencias de mercado, y desarrollar una línea de productos que permita que las empresas y productores agrícolas substituyan servicios de consultoría de baja complejidad por información estandarizada de menor costo y de fácil comprensión.
3. Ampliar el tipo y número de usuarios. Esto debe hacerse tanto por la vía de convenios institucionales con empresas, organismos estatales, municipios y organizaciones gremiales como por la diversificación de los canales de distribución hacia medios de comunicación masiva, como diarios y radio.

Para implementar estas acciones se espera que, además del aporte de agentes que participan del proyecto, Universidad de Concepción y Centro Regional de Investigación Quilamapu del INIA, se amplíen las competencias del equipo técnico, incluyéndose de manera part time a dos alumnos egresados de las carreras de agronomía o ingeniería agrícola.





4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A RESOLVER

La información es un elemento básico para disminuir el riesgo percibido y evaluar la conveniencia y factibilidad de cualquier proyecto económico. Lamentablemente, en el sector silvo agropecuario la disponibilidad de datos es limitada y eso obliga a que los actores empresariales, el Estado, los investigadores y demás organizaciones involucradas, deban implementar sus acciones con bajos niveles de certeza y racionalidad.

La carencia de información puede llegar a ser compensada con experiencia en situaciones en que la actividad económica y la industria específica se encuentran estables y acotadas territorialmente. Sin embargo, esta es difícilmente la situación de los mercados silvo agropecuarios, donde el aumento de la importancia del comercio internacional y la necesaria diversificación de cultivos y redes de distribución han limitado grandemente la utilidad de las extrapolaciones lineales realizadas sobre la situación de una variable aislada en periodos anteriores.

Un factor que aumenta los niveles de incertidumbre a los que nos referimos es la limitación de la capacidad cognitiva humana para relacionar variables. En efecto, una persona de origen urbano y con un nivel educacional de tercer nivel suele encontrarse al límite de su capacidad de análisis al tratar de interpretar la relación entre tres variables, por ejemplo la evaluación de cuál de dos alternativas de producto es más conveniente sobre la base de su costo, calidad y oportunidad de entrega. Ahora bien, en la medida que las variables se presentan de una manera desagregada y en un contexto novedoso, la capacidad de análisis se reduce incluso hasta la sola descripción de tendencias lineales en una sola variable. Tal sería el caso de la información disponible para la innovación de negocios agrícolas.

Adicionalmente, debemos mencionar que existe cierto consenso en el hecho de que los niveles educacionales y entrenamiento en análisis abstracto suelen ser menores en el sector rural que en el urbano. Por tanto, podemos suponer que la mayor novedad y complejidad de la información necesaria para evaluar proyectos económicos resulta ser aún más limitante para la capacidad de gestión de los habitantes del sector rural.

Sobre la base de lo anterior, podemos definir el problema que pretendemos resolver con este proyecto como la *insuficiencia de la información y capacidad de procesamiento necesaria para la evaluación y gestión de proyectos de negocios en el sector rural.*





5. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Además de los antecedentes que justifican el proyecto original, que pueden resumirse diciendo que en las VII y VIII regiones existe una carencia en la distribución de la información desde los organismos técnico que la generan hacia los actores del sector agrícola, se puede señalar que este proyecto esta justificado en la medida que:

- 5.1. Sus objetivos son complementarios con la estrategia de desarrollo del área de gestión agrícola planteada por los distintos agentes estatales y la Universidad de Concepción, en el sentido de aumentar las capacidades y habilidades de los distintos tipos de actores por medio del desarrollo de redes, capacitación continua y apoyo en información. En términos concretos, el desarrollo de las nuevas actividades plantadas en este documento puede ser apoyado en el mediano plazo con actividades practicas desarrolladas por los alumnos y profesores de los programas de post título y magister en gestión silvo agropecuarias que la Universidad espera implementar durante el 2001 y el 2002.
- 5.2 Existe una capacidad física instalada y una red de trabajo que pueden ser aprovechados más allá de los límites actuales y que sería ineficiente desarticular.

Es importante destacar que este proyecto, tal cual ha sido concebido y ejecutado hasta el momento, no puede ser considerado como un proyecto de empresa. Si no, más bien, como la puesta en marcha se un servicio de asistencia en información técnica. De hecho, la estrategia de traspaso considera su traspaso a organizaciones gremiales o un consorcio de empresas de propiedad campesina. Por este motivo no se han definido metas de ingreso específicas, las que por lo demás no se consideran en los objetivos originalmente aprobados, sino que se espera definir las en función de la evaluación de mercado de los productos propuestos, durante los meses de agosto a diciembre 2001.



6. MARCO GENERAL DEL PROYECTO

El proyecto se desarrolla en la VII y VIII regiones del país. Dentro de esta marco geográfico se inserta dentro de todo el medio agrícola. Esto significa en los diferentes rubros que se presentan en esta área y para los diferentes estratos de productores que hay en la región.

El sector agrícola en esta área es complejo, existen en esta zona una diversidad de suelos y clima que se reflejan en la complejidad y diversidad de sistemas productivos. A continuación se entrega una descripción de esta área en cuanto a rubros productivos, estructura de las explotaciones y de las instituciones presentes en la zona que prestan servicios al agro.

De acuerdo con la información entregada en el proyecto original, existen diferencias en el uso de la tierra de la VII y VIII regiones. En la VIII región es notoria la participación de la actividad forestal que abarca un 60,6% del de las 837.016 hectáreas agrícolas. En segundo término y con una participación muy distante le siguen los cereales (17,8%). En cambio la VII Región no presenta una concentración tan marcada hacia un rubro aunque destacan, al igual que en la VIII Región los cereales y las plantaciones forestales con un 26,3% y un 25,8% respectivamente. Como es de esperar las hortalizas y los frutales presentan una participación bastante más importante que la de la VIII Región. (Cuadro 1)

Cuadro 1
Participación en el uso del suelo
VII y VIII Región

CULTIVO	VII REGION	VIII REGION
Cereales	26,3%	17,8%
Chacras	6,2%	3,4%
Cultivos Industriales	4,9%	2,5%
Otros cultivos anuales	0%	0%
Hortalizas	4,8%	1,2%
Flores	0%	0%
Plantas forrajeras	14,8%	10,8%
Frutales	8,5%	1,1%
Viñas	7,1%	2,3%
Viveros	0,1%	0%
Semilleros	1,4%	0,2%
Forestal	25,8%	60,6%





FUENTE : Censo Agropecuario Nacional 1997 INE

La información anterior permite concluir que un proyecto que pretenda insertarse en la problemática de esta área no puede restringirse a unos pocos rubros, sino que debe trabajar con toda la variedad que aquí existe.

Por otra parte, al estudiar el tamaño de los predios en ambas regiones se puede ver la alta concentración de pequeños predios, analizando las cifras se puede apreciar que el 88% de los propietarios son dueños de alrededor de un 15% de la tierra, y por otro lado, menos del 1% de los propietarios concentra el 40% de la superficie. Estas cifras son significativas para mostrar la importancia de la pequeña agricultura en la región. (Cuadro 2)

Cuadro 2
Tamaño de las explotaciones agropecuarias
VII y VIII Región

Tamaño (há)	VII Región		VIII Región	
	Informantes	Superficie	Informantes	Superficie
0 - 50	35.721	290.118,7	49.747	521.270,2
50 - 100	2.334	160.613,8	3.946	269.290,7
100 - 500	2.012	473.314,4	2.749	536.779,7
500 - 2000	359	330.806,7	331	287.302,8
2000 - +	133	901.178,1	118	1.125.037,9

FUENTE : Censo Agropecuario Nacional 1997 INE

La estructura de la propiedad de la tierra permite concluir que se deben trabajar en forma coordinada con todos los estratos de productores, los agricultores grandes y medianos constituyen la fuerza productiva de la región, pero los pequeños agricultores constituyen una realidad social que no se puede desconocer.

Analizando ahora que instituciones que trabajan para el agro están presentes en la región, se puede apreciar que la VII y VIII Regiones están cubiertas en forma importante por Universidades, INIA y ONG que trabajan en la zona. Están presentes la Universidad de Concepción y el INIA CRI Quilamapu en la VIII Región. En la VII están presentes la Universidad de Talca, el INIA CRI Quilamapu e INIA CRI La Platina. Además existen numerosas ONG como Agraria, IER y DAR que tienen fuerte presencia en ambas regiones. Por otra parte, existen en ambas regiones Cooperativas grandes que están trabajando con los agricultores como Bioleche (VIII Región), Cooperativa Vitivinícola de Cauquenes (VII Región)





7. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO

El proyecto se ejecutará en la VII y VIII Región del país. Específicamente abarcará a agricultores de las provincias de Bio-Bío, Arauco y Ñuble en la VIII Región y de la provincia de Cauquenes en la VII Región.

Este proyecto por tratarse de una red de información que ocupa un espacio virtual no es posible de definir su ubicación con mayor exactitud sino más bien indicar las áreas donde se ubican los agricultores beneficiados con este proyecto.



8. OBJETIVOS DEL PROYECTO:

8.1 Objetivo general

Se mantiene el objetivo general de proyecto.

- Generar las condiciones para que los productores del sector agrícola integren una mayor información para una acertada toma de sus decisiones y así contribuir a elevar la competitividad de su empresa agrícola

Nota: Es importante resaltar que el proyecto IRIS no es un productor de información por sí mismo, ya que no cuenta con los recursos para ello. Ahora bien, su misión es la distribución de información, en lo cual aspira a mejorar, ya sea vía de la substitución o potenciación, la calidad y alcance de los actuales agentes. Ejemplos de los cuales son, respectivamente, consultores y centros de investigación.

8.2 Objetivos Específicos

Se mantienen los 4 siguientes objetivos específicos del proyecto:

- Integrar en una red la información emanada por diferentes instituciones y organismos, poniendo a disposición de productores pequeños, medianos y grandes información comercial, técnica y de gestión.
- Generar instancias de intercambio de información entre productores con un interés común
- Identificar y mantener control de las necesidades de información más recurrentes por parte de los productores agropecuarios
- Integrar y/o generar información que no este disponible en el medio

Nota: Se ha omitido al objetivo "experimentar con diferentes modalidades de entrega de información, para evaluar su pertinencia para diferentes tipos de (micro)empresarios agropecuarios". Esto debido a que no se implementarán acciones científicas de control de estas variables durante lo que resta del proyecto. Por lo demás, este tipo de acción a sido implementada previamente en la medida que se desarrolló la pagina web del proyecto.





9. METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS

A continuación se presenta la metodología y plan general de trabajo por cada uno de los objetivos específicos del proyecto.

9.1 *Integrar en una red la información emanada por diferentes instituciones y organismos, poniendo a disposición de productores pequeños, medianos y grandes información comercial, técnica y de gestión.*

El plan de trabajo consiste en básicamente en identificar las fuentes y contenidos de información, compilar aquella relevante desde el punto de vista de los usuarios y distribuirla según los medios más adecuados según el tipo de contenido.

Las actividades realizadas hasta la fecha implican la publicación de artículos e información diversa en la pagina web del proyecto. Esta información es proporcionada por los agentes del proyecto y una red de informantes y socios corresponsales. A esto se agrega la preparación de documentos de análisis por parte del equipo, los que son publicados de la misma manera.

Las actividades adicionales incluirán, en primer lugar, un catastro de información y fuentes, el cual ya fue iniciado en el mes de junio. De manera paralela se realizará un estudio de necesidades y satisfactores de información, posteriormente se procederá a distribuir la información relevante por los medios más adecuados a los usuarios, ya sea radio, teléfono, periódicos, cartillas o Internet. Esto se considera como una continuación natural de las actividades realizadas hasta el momento.

9.2 *Generar instancias de intercambio de información entre productores con un interés común.*

Se apoyara el intercambio de información entre productores, investigadores, empresarios y agentes gubernamentales a través de eventos, artículos periodísticos y debates. Siendo estos últimos de carácter presencial o a distancia (Internet)

En cuanto a las acciones concretas implementadas directamente por el proyecto en el periodo julio2001-octubre 2002, se realizaran tres seminarios sobre temas de interés general. En principio se proponen los temas de a) Evaluación y fuentes de recursos financieros; b) Evaluación de la confiabilidad y atingencia de los recursos obtenidos de parte del Estado; y c) La revisión de líneas de innovación prometedoras. Estos temas serán evaluados y revisados en función de las demandas usuarias, por lo cual pudieran ser modificados en su implementación.





9.3. *Identificar y mantener control de las necesidades de información más recurrentes por parte de los productores agropecuarios*

A partir de la investigación mencionada en el punto 9.1 y del feedback continuo que significa la evaluación de resultados de cada actividad, se realizarán tres investigaciones específicas en los meses de octubre 2001, marzo 2002 y septiembre 2002. Estas investigaciones tendrán la forma de estudios cualitativo-cuantitativos y se dirigirán a los usuarios indirectos y directos de las organizaciones y empresas agrícolas, usuarios urbanos y profesionales del sector.

9.4. *Integrar y/o generar información que no este disponible en el medio*

Para el cumplimiento de este objetivo se debe desarrollar un plan de trabajo que integre elementos de análisis técnicos, económicos y comerciales. Para esto presentamos a continuación una breve descripción del mercado de información para el sector agrícola, los factores críticos de éxito del proyecto que se desprenden de este análisis y, en tercer lugar, la descripción del perfil de productos que se desea implementar inicialmente.

Breve Análisis de las Situación de Mercado

En términos globales, se puede decir que el mercado de la información agrícola se puede describir, a al vez, como es altamente competitivo y poco desarrollado.

De partida, y con relación a los competidores, se puede señalar que el Estado subvenciona la distribución de información a través de una variedad de organismos y programas (CEPRI, INDAP, INIA, FOSIS, Universidades, etc.), de hecho, este mismo proyecto se puede describir como una subvención estatal a organismo que, de antemano, son financiados en parte importante con fondos estatales. Ahora bien, gran parte de los programas desarrollados en el área, tanto directamente, a través de organismos estatales o a través de consultores que actúan con contratistas, tienen niveles de efectividad aparentemente limitada, particularmente con relación a los pequeños productores. Esto parece deberse a una falta de adaptación de la forma en que se expresa la información tanto como a la limitada capacidad de procesamiento de las pequeñas empresas consultoras que actúan de contratistas.

Además de los programas con subvención estatal, encontramos que los medios de comunicación masiva, ya sea radios, televisión o periódicos, suelen incluir segmentos de información destinados a los actores del sector agrario.

Por ultimo, y pese a que su efecto es esporádico, encontramos que las asociaciones gremiales y profesionales también desarrollan actividades de divulgación, como seminarios y charlas.





Ahora bien, pese a la gran cantidad de agentes y esfuerzos desarrollados en el tema, todavía no se cuenta con evidencias respecto al nivel de efectividad alcanzado, lo cual está limitado por los mismos sistemas de información de la actividad económica, que generalmente se encuentra agregada al nivel de provincia y, en el caso específico del agro, cuenta con bases de datos individuales limitada por la ausencia de contabilidad o la tributación sobre renta presunta.

La subvención estatal representa una barrera de entrada importante para agentes privados, no tanto porque no sea posible introducir productos diferenciables a costo moderado, sino porque ha facilitado la percepción usuaria de que la información es un bien libre. Esta percepción, generalizada a todos los productos que reciben subvención estatal, hace difícil desarrollar una política comercial que no considere un sistema múltiple de servicios y un fuerte desarrollo de marca.

Todo lo anterior supone una situación de alto poder por parte de los usuarios. Adicionalmente, el predominio de sistemas de gestión intuitiva les limita el reconocimiento de sus propias necesidades de información.

Las barreras de salida dependen del tipo de inserción del agente. En el caso de proyecto IRIS, que ya cuenta con una infraestructura instalada, los costos relevantes se pueden observar en la pérdida de la oportunidad de desarrollar la red de usuarios actuales y el consiguiente desarrollo de la marca.

En resumen, podemos decir que el mercado de la información agrícola cuenta con un alto número de agentes productores y usuarios, estos últimos se han hecho especialmente sensibles al precio en la medida que se reciben importantes subvenciones estatales en la producción y distribución de información. Al mismo tiempo, la falta de información sobre gestión impide evaluar la efectividad real de la información actualmente disponible y la orientación intuitiva de la gestión agrícola supone un escaso desarrollo de la demanda.

La conclusión de este análisis es que existen pocas posibilidades de mantener una organización no subsidiada en el negocio de la información agrícola. Sin embargo, si es posible explorar el mercado de la consultoría de baja complejidad, la cual puede ser substituida por información estandarizada si se logra desarrollar la confianza de los consumidores de información. Esta substitución les sería beneficiosa a los productores en términos de minimizar los costos de exploración y operación de sus proyectos.





9.4.2. Factores Críticos de Éxito para Empresas en el Mercado de Información

De acuerdo a los modelos de negocio para sistemas de información, se asume que los factores que hacen competitivo, y por tanto viable, a una empresa del rubro, se basan en las tres dimensiones de Alcance (*Reach*); Interactividad (*Richness*); y Complementariedad de objetivos (*Affiliation*). Esto implica, respectivamente, la necesidad de establecer contacto directo con el mayor número posible de usuarios efectivos, establecer un intercambio de información sobre sus necesidades evidentes o encubiertas en tiempo real y, en tercer lugar, de proporcionar estos servicios a un costo y por medios que parecen legítimos a los usuarios (Ej. Certificando la calidad de los auspiciadores o entregando información imparcial sobre la competencia) En síntesis, una empresa de la industria de información debe no sólo explotar su diferenciación sobre la base de las dos dimensiones de contenido y medio/costo, sino que agregar la percepción que los usuarios tienen de su legitimidad y objetivos.

Teniendo en cuenta lo anterior, parece razonable suponer los tres siguientes factores críticos de éxito.

9.4.2.1. Cobertura y escala de operaciones

IRIS debe alcanzar a un número de usuarios reales lo suficientemente grande como para ser reconocido masivamente como un medio de intercambio de información útil en la consulta y publicación de información. Esto implica utilizar un mix de canales adecuado a los diferentes tipos de información que se desea manejar. Por ejemplo:

-Radio y diarios para la información gratuita y masiva. Ej. Clima, consejos técnicos, procedimientos sobre tramites, datos sobre financiamiento.

-Teléfono para consultas específicas sobre datos. Ej. Precios, tendencias de corto plazo, tramites.

-Internet para consultas técnicas u obtención de información elaborada. Ej. Consultas veterinarias, análisis de tendencias o consultoría legal.

-Cartillas para información restringida. Ej. Planes de negocio sobre parámetros estándar.

Obviamente, la interconexión y sinergia publicitaria entre estos medios es una condición supuesta para su operación.





9.4.2.2. Proporcionar información valorada por los usuarios.

Es necesario combinar adecuadamente la información libre con la información restringida, la cual debe ser entregada libremente hasta que se perciba tanto su valor económico en la toma de decisiones como la conveniencia de utilizar el medio IRIS.

Este elemento supone considerar que el IRIS compite, necesariamente, con otros medios de consulta y orientación de información con valor económico (Ej. Consultoras, profesionales independientes, diarios, etc.) por ser el canal de comunicación utilizado por las fuentes de información relevante (Empresas, agricultores, gobierno, universidad, ONGs).

9.4.2.3. Mínimo Costo Fijo de Operaciones

En función del factor anterior, se hace evidente la necesidad de disminuir los costos de operación al mínimo posible, de manera que sea posible continuar las operaciones, redistribuir el presupuesto hacia las acciones estratégicas y ofrecer, en último término, un precio de adquisición adecuado a la percepción de valor atribuida por los usuarios.

En términos concretos, el proyecto IRIS debe traspasar tantos costos fijos a variables como sea posible. Esto incluiría, en un primer término y con vistas a asegurar el desarrollo de la capacidad de auto sustentación del proyecto, la asimilación de procesos administrativos u operacionales hacia la Universidad, una racionalización del mix de medios y una orientación comercial con metas y recompensas variables para el desempeño individual.

Las ideas anteriores se reflejan en los siguientes parámetros que deben ser considerados para asegurar la continuidad del proyecto más allá de octubre 2002.

-Disminuir los costos fijos de operación a un total no superior a los costos fijos por remuneraciones y mantener los costos variables asociados a la capacidad de autofinanciamiento y la provisión prevista de fondos externos.

-Implementar las líneas de producto descritas más adelante en este proyecto.

-Ampliar el tipo y número de usuarios efectivos hasta generar un valor agregado anual equivalente a los costos de operación. Esto debe lograrse a través del contacto con productores individuales, organismos gubernamentales, universidades y empresas agrícolas.





9.3. Perfil Inicial de los Productos

Para efectos de nuestra presentación y con el objeto de hacerla más clara, de aquí en adelante discriminaremos entre servicios y productos ofrecidos por IRIS. Esto en el sentido de que los servicios serán aquellos paquetes de información preparados y/o distribuidos por IRIS de manera gratuita y los productos serán aquellos paquetes de información preparados para su comercialización.

Por norma general, consideramos que toda información generada por la Universidad de Concepción, el INIA u otro organismo estatal, debe ser considerada gratuita, ya que de hecho ha sido generada para su divulgación libre. Por otro lado, la información sobre proyectos específicos preparada especialmente para que pueda sustituir consultoría de baja calificación, puede ser considerada de valor comercial y su cobro no atenta contra los agentes productores, si no que, en la medida que disminuye su riesgo a costos menores que los ofrecidos por otros agentes, los beneficia.

De acuerdo a lo anterior, se considera la siguiente lista inicial de productos y servicios.

9.3.1. Productos

Planes de Negocio Estandarizados

Esto se refiere a la evaluación de planes de negocio para inversiones de dimensiones estandarizadas por rubro. Por ejemplo, hortalizas en invernadero.

Este plan incluiría el estudio de mercado, el plan comercial, lista de compradores potenciales, plan operacional, lista de proveedores y pronósticos de costos típicos. El precio de este servicio sería fijo y la estrategia de comercialización estará enfocada a alcanzar un alto volumen de venta.

Estos planes se generarán a partir de la información acumulada en trabajos de titulación, proyectos anteriormente desarrollados por contratistas FOSIS e INDAP y la información existente sobre rubros en la Universidad y el INIA. La eventual colaboración de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Bio Bio contribuirá a ampliar la base de información disponible. Ahora bien, en términos operativos, se preparará un stock inicial de estos planes con el trabajo de dos profesionales contratados a honorarios por un periodo de cinco meses. Se espera que de ahí en adelante se utilicen alumnos ayudantes para su modificación y la preparación de planeas adicionales. Estos planes serán supervisados por el coordinador del proyecto.





Contactos Comerciales

Este producto consiste en la identificación de clientes o proveedores en el mercado nacional e internacional. Adicionalmente, se puede ofrecer información respecto a las normas y requerimientos de comercio internacional.

Este servicio se cobraría como una comisión fija por contacto o lista de datos.

Estos listados serán creados contra solicitud. Operativamente se procederá por medio de la secretaria del proyecto, la cual contactará asociaciones gremiales empresariales, embajadas, bancos, centros de colaboración comercial y organismos de gobierno, entre otros.

(Avisos Económicos)

Eventualmente, y en la medida que el volumen de consultas a la pagina web IRIS aumente a un nivel significativo, se podría vender espacio publicitario. También se puede utilizar este recurso para disminuir los costos de impresión de cartillas.

9.3.2. Servicios.

La oferta de servicios de información es necesaria tanto para asegurar el logro del objetivo del proyecto, como para desarrollar la imagen de marca que apoye la venta de los productos que permitiría su autofinanciamiento.

Entre los servicios que sería necesario ofrecer se puede mencionar:

Análisis de Mercados

Es deseable que, la menos con una frecuencia mensual, IRIS publique masivamente análisis de diferentes mercados en la forma de artículos periodísticos. Por ejemplo, es posible partir con el análisis de las distintas soluciones y empresas del ámbito financiero, luego continuar con obras de riego, construcción, servicios de maquinaria, oportunidades y maneras de ingresar al mercado internacional, etc.

Listado de Proveedores Certificados

El listado y certificación de productos, que puede ser desarrollado en colaboración con las facultades de la universidad, es un servicio que puede presentarse de manera gratuita y con publicaciones también de carácter mensual. En esto se puede incluir, además, comparaciones de precios.





Orientación Respecto a Trámites

La puesta en marcha de un servicio de orientación en trámites tributarios, legales u otros a través de avisos o servicio telefónico es una importante manera de ser reconocido como servicio de utilidad pública.

La página web del proyecto será mantenida. Sin embargo, es necesario modificar su diseño de manera que integre estos servicios y se elimine la necesidad de actualizar la información que no tiene una demanda significativa.

Consejería Técnica

Se mantendrá el servicio de respuesta a consultas técnicas. Esto será proporcionado gracias al apoyo del INIA y los profesores del campus.

Finalmente, es importante señalar la necesidad de mantener el carácter flexible y orientado al aprendizaje que destacó el diseño original de esta propuesta.





10. ACTIVIDADES DEL PROYECTO

De acuerdo a los puntos anteriores y suponiendo que este proyecto es aprobado en las próximas semanas, necesitaremos implementar las siguientes acciones en el corto plazo:

1. **Trasladar el equipo de trabajo del IRIS a otras dependencias**, de manera de disminuir o eliminar los costos asociados a arriendo, cuentas y servicios.

Se considera deseable ocupar una oficina en la sede de la Sociedad de Agricultores de Ñuble, ubicada a menos de media cuadra de la Plaza de Armas de Chillán. Esto permitirá aumentar el contacto del proyecto con usuarios pertenecientes a esta y otras organizaciones con un costo moderado (\$90.000 mensual por arriendo).

La gerente del proyecto podrá trabajar desde dependencias de la Universidad de Concepción, lo mismo que el técnico en computación y los demás miembros del equipo.

Los profesionales que pertenecen a los agentes participantes continuarán ocupando sus propias oficinas.

2. **Modificar la composición y tareas asignadas del equipo de trabajo**, de manera que se integran las competencias necesarias para implementar los nuevos productos y servicios.

La gerente se dedicará, fundamentalmente, a la coordinación de acciones y el fortalecimiento de la red de usuarios. Para lo cual contará con una oficina en la Universidad de Concepción y el apoyo de la secretaria de CEDRO.

Es necesario considerar la participación de un par de profesionales jóvenes capaces de ayudar a la gerente en la preparación de proyectos y lista de contactos comerciales, actividad que será particularmente intensiva en los primeros meses de trabajo. Estos profesionales serán contratados por los meses de agosto a diciembre del 2001.

La secretaria del programa deberá ampliar sus servicios en la preparación y entrega del servicio de orientación. Adicionalmente, trasladara su lugar de trabajo a la oficina arrendada a la Sociedad de Agricultores de Ñuble, donde atenderá consultas o solicitudes de usuarios del proyecto.

Se requerirá el apoyo del periodista contratado por el INIA en la preparación de informes y análisis de tendencia.

El técnico en computación contratado por el proyecto cambiará su sistema de contrato a honorarios, debiendo encargarse del rediseño físico y mantenimiento de la pagina web.

Los demás profesionales, pertenecientes a las plantas de la Universidad y el INIA, mantendrán las actividades de apoyo como hasta la fecha.





La composición definitiva del equipo debiera estar definida en el mes de julio del presente.

3. **Preparar los nuevos productos y servicios.** Esto se iniciará en tanto se prepara el equipo de trabajo y se definan los formatos definitivos de entrega de servicios. Entre los productos a ofrecer se consideran los ya mencionados: Servicio de orientación por tramites, listado de proveedores certificados y análisis de mercado. Entre los productos se iniciará la oferta de planes de negocio y contactos comerciales.

4. **Iniciar programa de promoción.** A partir de agosto del presente debe iniciarse una campaña sostenida para desarrollar la imagen de marca de IRIS y dar a conocer sus servicios.

Los meses más intensivos en esta promoción serán los de agosto-septiembre 2001 y marzo-abril 2002, ya que se espera concentrar la actividad en orden de optimizar su eficacia.

Esto debe integrar la acción combinada de artículos periodísticos, afiches, inserciones radiales y convenios de cooperación con empresas, municipios, centros de gestión y organismos estatales y gremiales. Un elemento central del plan de promoción, y que converge con el fortalecimiento de la red de usuarios, es la organización de seminarios sobre temas de interés que afecten transversalmente a los usuarios. Se planea realizar tres seminarios, dedicados, en principio, a los temas de identificación de nuevas alternativas para innovación y diversificación; uso de instrumentos de subvención y fomento; e identificación y gestión de los costos financieros asociados a las actividades agropecuarias.

5. **Desarrollar plan de ventas.** El plan de ventas, similar en su estructura al plan de promoción, se desarrollará a partir de la promoción de servicios masivos y el convenio con bancos, organismos técnicos y empresas relacionadas al mercado de productores agrícolas.

Este plan cuenta con metas aumentadas de manera gradual y será la responsabilidad principal del gerente del proyecto.

6. **Programa de Traspaso.** El programa ha considerado, desde su diseño original, el traspaso de sus actividades a los usuarios. Esto al final del periodo financiado en conjunto con el FIA.

En estos momentos no es posible determinar a que organización o conjunto de organizaciones específicas será posible traspasar el proyecto. Sin embargo, si se consideran plazos y actividades específicas destinadas a preparar este traspaso. Partiendo con una serie de tres reuniones en los meses de octubre, noviembre y diciembre, a las cuales se invitará a autoridades políticas y gremiales, para la discusión del tema.

Se programa, además, que el inicio del proceso de traspaso debe iniciarse hacia junio del 2002. Esto con el fin de contar con suficiente tiempo para realizar las adaptaciones necesarias para la continuidad de los servicios del proyecto.





10. ACTIVIDADES DEL PROYECTO (adjuntar Carta Gantt mensual) AÑO 2001				
Objetivo Especif. N°	Actividad N°	Descripción	Fecha Inicio	Fecha Término
1,2,3,4	1	Ubicarse en nuevas dependencias	Mayo	Junio
1,2,3,4	2	Conformar nuevo equipo de trabajo	Julio	Julio
1,2	3	Rediseño pagina web	Mayo	Julio
3	4	Estudio sobre necesidades de información	Junio	Julio
4	5	Preparación de productos	Agosto	Diciembre
4	6	Informe trimestral sobre evolución de demanda de información (informe y boletín divulgativo)	Julio	Julio
1,2,3,4	7	Programa de promoción	Agosto 2001	Octubre 2002
4	8	Primera cartilla	Octubre	Octubre
2	9	Estudio de necesidades	Octubre	Octubre
1,2,3,4	10	Reuniones para preparación de traspaso	Octubre	Diciembre
2,3	11	Evaluación puntual de servicios	Septiembre	Diciembre
4	12	Informe trimestral sobre evolución de demanda de información (informe y boletín divulgativo)	Octubre	Octubre
1,2,3,4	13	Reunión Directorio	Octubre	Octubre
2,3	14	Primer seminario	Noviembre	Noviembre
1,2,3,4	15	Taller de seguimiento	Diciembre	Diciembre





10. ACTIVIDADES DEL PROYECTO (adjuntar Carta Gantt mensual) AÑO 2002

Objetivo Especif. N°	Actividad N°	Descripción	Fecha Inicio	Fecha Término
4	16	Informe trimestral sobre evolución de demanda de información (informe y boletín divulgativo)	Enero	Enero
5	17	Integrar y/o articular operadores comerciales y/o institucionales de servicios de información a la red Integral (incluye taller con operadores potenciales).	Enero	Septiembre
4	18	Segunda cartilla	Febrero	Febrero
3	19	Segundo estudio sobre necesidades de información	Marzo	Marzo
4	20	Informe trimestral sobre evolución de demanda de información (informe y boletín divulgativo)	Abril	Abril
1,2,3,4	21	Reunión Directorio	Abril	Abril
4	22	Tercera cartilla	Mayo	Mayo
2,3,	23	Segundo seminario	Mayo	Mayo
2,3	24	Evaluación final del funcionamiento de la RI al Directorio(incluye talleres con agentes y usuarios)	Mayo	Junio
4	25	Informe trimestral sobre evaluación de demanda de información (informe y boletín divulgativo)	Julio	Julio
4	26	Cuarta cartilla	Agosto	Agosto
2,3	27	Tercer Seminario	Septiembre	Septiembre
2	28	Tercer estudio de necesidades	Septiembre	Septiembre
4	29	Informe trimestral sobre evaluación de demanda de información (informe y boletín divulgativo)	Octubre	Octubre
2,3	30	Transferencia de responsabilidades de las instituciones de apoyo a personal propio y operadores comerciales de la red.	Junio	Octubre
1,2,3,4	31	Reunión con el Directorio de la red	Octubre	Octubre
1,2,3,4	32	Taller final (incluye responsables, operadores, agentes y usuarios)	Octubre	Octubre





11. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Obj. Esp. Nº	Resultado	Indicador	Meta Final	Parcial	
				Meta	Plazo
1	Red de usuarios, directos e indirectos, de servicios de información regionales	# Usuarios, # Hits/mes, # Preguntas respondidas/ mes	250 habituales 160 30	100	Diciembre 2001
1	Asistentes a seminarios que se inscriben en red de intercambio	# personas	150	30	Noviembre 2001
1	Manual de operaciones para la gestión de una red integrada	# manuales consolidados	1	1	año 4
4	Método para analizar la demanda de diferentes tipos de información en el medio rural	# manuales consolidados # ranking de demandas	1 1	1 1	año 3 año 3
2	“Sistema de información de mercado” (SIM) perfeccionado y operativizado a nivel de empresa.	# usuarios indirectos # hits/mes	2000 100	500 30	año 2 año 3
2	“Servicio al cliente” perfeccionado y operativizado	# usuarios indirectos # preguntas respondidas	2000 30	500 15	año 2 año 2
2,3	Servicio “Clínicas de productores” perfeccionadas y operativizadas	# usuarios # participant. Activos (grupos)	300 20	100 6	año 2 año 2
2	Servicio “Catálogo de recursos disponibles” perfeccionado y operativizado	# usuarios del catálogo # temas	1.000 6	500 4	año 2 año 2
2	Nuevos servicios puntuales de información identificados	# de servicios identificados	5	2	año 2
1	Operadores de servicios de información interesados	# de operadores involucrados	4	2	año 2
1,2	Método de evaluación de eficacia, eficiencia, rendimientos e impactos de servicios de información puntuales	# manual consolidado	1	1	Año 3





12. IMPACTO DEL PROYECTO

12.1. Económico

El impacto esperado en este proyecto al nivel económico es el más importante. Los resultados de este proyecto debieran reflejarse en los resultados económicos de los agricultores y esto debido a dos aspectos. Por una parte se espera que los agricultores tengan acceso a una mejor relación precio calidad en la asesoría recibida. A su vez al existir mayor información de mercado se genera una mayor transparencia que permite operar al mercado con una mayor competitividad favoreciendo así al agente que tiene menos poder de negociación.

El otros aspecto a mejorar para incrementar los resultados económicos es que existirá mayor información acerca de tecnologías, insumos y factores de producción. Esto es fundamental para lograr rebajar costos de producción. Esta reducción de costos se logrará a través de los servicios de pregunta respuesta y boletines con información de compra venta de insumos y arriendo de factores.

12.2. Social

En el ámbito social, este proyecto presenta un especial impacto al nivel de pequeños y medianos agricultores que tendrán ahora acceso a información que permitirá mejorar las condiciones de su producción y con esto su nivel de vida.

El solo hecho de manejar mayor información permite tener a estos agricultores enfrentar con mayor amplitud el negocio agrícola y esto les permite situarse en una mejor posición.

12.3. Otros (legal, gestión, administración, organizacionales, etc.)

Desde el punto de vista organizacional este proyecto tendrá un impacto interesante al poder potenciar con nuevos servicios a organizaciones que actualmente están operando en el área.

Este proyecto permite además vincular organizaciones que están operando y tienen objetivos similares y este hecho significa la posibilidad de crecer como organizaciones en servicios y cobertura.



13. EFECTOS AMBIENTALES

13.1. Descripción (tipo de efecto y grado)

Los impactos ambientales pueden ser directos e indirectos. De forma directa el proyecto economiza el uso de información, mejorando la eficacia de su entrega, ahorrando materiales y esfuerzos. En segundo lugar, la RI incorporará información relacionado a impactos medioambientales negativos o positivos, subsidios para la implementación de proyectos medioambientales, etc., para así cooperar en la difusión de una toma de decisiones con criterio medioambiental. En tercer lugar, la RI será un espacio virtual amplio y muy aplicado para la difusión de información por parte de las instituciones pertinentes.

Indirectamente, se apoyará la adopción de prácticas conservadoras de los RRNN por parte de los usuarios de la RI, un apoyo técnico y financiero adecuado, que permite una mayor eficiencia en el uso de recursos escasos y disminuir o evitar el uso de sustancias dañinas al medio ambiente. Finalmente, un efecto indirecto será la educación de los usuarios en tomar en cuenta información no sólo tipo productivo y comercial sino también medio ambiental.

13.2. Acciones propuestas

Se propone relacionarse con la CONAMA y otras instituciones especializadas para integrar información medio ambiental en la RI.

13.3. Sistemas de seguimiento (efecto e indicadores)

Formarán parte del sistema de seguimiento y evaluación general del Proyecto.



16. ANÁLISIS ECONÓMICO DEL PROYECTO

16.1. Criterios y supuestos utilizados en el análisis

(indicar criterios y supuestos utilizados en el cálculo de factibilidad económica del proyecto)

El impacto económico del proyecto podría ser cuantificado desde dos aspectos:

- a) Por los ingresos que genere directamente con la venta de sus productos y
- b) Por el aumento en el margen económico de los agricultores que mejoren su toma de decisiones al utilizar la información que entregue la red.

Respecto al mejoramiento en el margen de los productores, este aumento viene dado por varios aspectos asociados a la mejor información. Por una parte, se esperaría aumenten los precios de los productos por mayor transparencia de los mercados. Por una situación similar se espera bajen los precios de insumos. Además la oportunidad de la información permitirá a los agricultores ajustar mejor sus decisiones de operación y estratégicas y finalmente se espera que con la mayor posibilidad de intercambio que habrá entre productores estos puedan aprovechar mejor los recursos existentes como por ejemplo, el uso de maquinaria.

Por lo tanto, interesaría conocer el mejoramiento en el margen neto que obtienen los productores. Sin embargo por las dificultades metodológicas para cuantificar con exactitud dichos ingresos netos, se optó por cuantificar exclusivamente los beneficios que genere el proyecto directamente, ya sea por venta de servicios o productos, sin desconocer la importancia de los beneficios indirectos.

Respecto a los ingresos que generará el proyecto por venta de productos y servicios, se espera llegar hasta un mínimo equivalente a los costos fijos a octubre del 2002.





17. RIESGOS POTENCIALES DEL PROYECTO

17.1. *Técnicos*

Los riesgos que se visualizan en el aspecto técnico son dos :

1. Por una parte existe un riesgo en que la información que se entregue a los productores a través de esta red no sea adecuada. Pero este riesgo se reduciría al hacer un constante monitoreo de necesidades de los agricultores y autoevaluaciones sobre los productos que se estén entregando.
2. En segundo término, otro riesgo relacionado con el anterior, es que no se capten en forma exacta las necesidades de información de los agricultores. Este aspecto se solucionaría a través de la realización de los estudios de necesidades.

17.2. *Económicos*

En este momento el mayor riesgo es la obtención de un bajo retorno en inversión ya realizada. Lo que se espera superar con el presente plan de trabajo.

17.3. *Gestión*

En este ámbito se pueden identificar dos riesgos adicionales :

1. Por una parte, existe el riesgo que las empresas que participan en la formación de esta red no se complementen debidamente para lograr un trabajo armónico. Este riesgo se espera aminorar con reuniones permanentes de del directorio de la Red donde participan todas las empresas.
2. Un segundo riesgo es que la red que se este diseñando no tenga la cobertura entre los agricultores para la que fue implementada. Se espera reducir este riesgo a través del diseño mismo de la red, la metodología participativa, el apoyo a las organizaciones participantes y a través de los productos que ofrezca, con la participación de importantes instituciones y cooperativas de la región que nos den ya una cobertura adecuada y con permanentes ejercicios de autoevaluación para corregir los errores cometidos y así alcanzar el cumplimiento de los objetivos trazados. Además, se proyecta un paulatino crecimiento de la RI mediante la vinculación, primero, de un grupo reducido de empresas (Núcleo Directivo) muy comprometidas, al cual luego, mediante su participación en el Núcleo Formativo se sumarán otras empresas, después de haber constatado el valor agregado de su participación en la Red.

17.4. *Otros*

No se visualizan.





17.5. Nivel de Riesgo y Acciones Correctivas

Nº	Objetivo o Actividad	Riesgo Identificado	Nivel Esperado	Acciones Propuestas
1	Objetivo específico 1 : Integrar red de información por diferentes organismos e instituciones.	Falta de coordinación entre las instituciones y organismos participantes.	Bajo	Reuniones permanentes del directorio y control de avance. Inserción en la red provincial y regional de acciones de desarrollo
2	Objetivo General : Generar condiciones para que el sector agrícola integre una mayor información a la toma de decisiones.	No tener una cobertura adecuada de entrega de información	Medio	<ul style="list-style-type: none">• Integración con organismos e instituciones que tiene amplia llegada a los agricultores.• Variada gama de productos y servicios.• Permanente autoevaluación de las acciones.
3	Objetivo General : Generar condiciones para que el sector agrícola integre una mayor información a la toma de decisiones.	Información entregada no sea la adecuada.	Bajo	Monitoreo permanente de necesidades.
4	Objetivo específico 4 : Identificar y monitorear las necesidades de información de los agricultores.	No lograr identificar las necesidades de los agricultores	Bajo	Estudios de demanda de información.





18. ESTRATEGIA DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

Tanto la Universidad de Concepción como el INIA Quilmapu mantienen relaciones de trabajo con las organizaciones de agricultores y las empresas agro industriales de la zona. Estas relaciones se han ido estrechando en la medida que en el último tiempo se han generado esfuerzos de coordinación estratégica desde el gobierno regional y provincial, desde las mismas organizaciones y empresas y desde el ámbito académico y de investigación.

Sobre la base de las relaciones anteriores se espera una progresiva integración de diversos agentes sociales y económicos en la gestión del proyecto. Lo cual permitiría, dadas condiciones económicas aceptables, que el proyecto sea traspasado a una coalición de organizaciones agropecuarias al llegar a término el periodo de subsidio por parte de FIA.

Si bien la forma definitiva de la coalición a la cual se le traspasará el programa no se encuentra definida en estos momentos, sin duda contará con la participación de empresas privadas y la asistencia técnica de la universidad, el INIA y otros agentes estatales. Lo cual facilitará su sustentación y cobertura en tanto red de información.





CAPACIDAD DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

19.1. Antecedentes y experiencia del agente postulante

La Universidad de Concepción ha desarrollado desde su creación en 1954 una significativa experiencia en investigación agropecuaria, desarrollando innumerables proyectos en la VIII Región. Su ubicación estratégica desde el punto de vista agrícola en conjunto con INIA, le ha permitido mantener un estrecho vínculo con los productores de la zona Centro Sur, transformándose en conjunto en un espacio de alto desempeño en el tratamiento de temas ligados a la agricultura. En este accionar el Campus Chillán de la Universidad de Concepción con sus tres Facultades (Agronomía, Ingeniería Civil Agrícola y Medicina Veterinaria) ha desarrollado numerosos proyectos de distintas fuentes: FONDEF en transferencia de tecnología de riego, varios proyectos hidrográficos de las cuencas del Maule y del Itata. FONTEC en rosa mosqueta. FIA Nuevas alternativas productivas, diferentes proyectos. FONDECYT diferentes líneas de investigación. En el área del Desarrollo Rural, se ejecutó a partir de 1992 a 1997 El Proyecto de Desarrollo Rural, El Carmen, en la comuna del mismo nombre, donde diferentes disciplinas de la Universidad actuaron en forma coordinada abordando aspectos sociales y productivos. A partir de 1995 la Universidad actúa como -Consultora del Servicio de Desarrollo Tecnológico de INDAP, en el Servicio SAAL en la misma comuna, atendiendo directamente 150 familias campesinas. Actualmente se ejecuta en Convenio con INDAP un Centro de Gestión para la Pequeña Agricultura que se creó en abril de 1997, el cual atiende 6 organizaciones productivas y aproximadamente 170 productores individuales. Todos estos proyectos demuestran la capacidad de la Universidad de actuar en proyectos de desarrollo integrales y en interacción con productores de la región, comprometiendo el accionar de sus investigadores en el desarrollo de los mismos. En el equipo de profesionales propuestos participan los encargados de dichos proyectos.

Todo este accionar permitió que en Enero de 1998, se crease el CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO REGIONAL SOSTENIBLE (CEDRO), como un organismo descentralizado, dependiente de la Dirección General del Campus, con suficientes atribuciones y flexibilidad para integrar a las tres facultades y otras interesadas de la Universidad para desarrollar investigación, docencia y extensión en el ámbito del desarrollo rural. Al momento de constituirse, además de comprometer su participación las facultades del Campus, se comprometieron el Campus Los Ángeles, Facultad de Educación, Facultad de Ciencias Sociales, Facultad de Economía y Facultad de Ingeniería Forestal. El CEDRO en sus primeras actividades realizó en conjunto con INIA un Taller de manejo de la información en la toma de decisiones, es a partir de esta iniciativa y toda la experiencia acumulada en el tema por ambas instituciones, que se plantea el proyecto, partiendo de la base que se poseen fortalezas para su ejecución. El actual director de CEDRO es Andrés Pucheu, quien además es el coordinador del Proyecto.





19.2. Instalaciones físicas, administrativas y contables

1. Facilidades de infraestructura y equipamiento importantes para la ejecución del proyecto.

El Campus Chillán de la Universidad de Concepción, posee la infraestructura y equipamiento necesario para la implementación del proyecto, lo cual ha sido comprometido en carta anexa.

El equipamiento e infraestructura queda reflejado en que el Campus se encuentra totalmente en una red interna, donde cada repartición e investigador posee su terminal, posee los salones y salas necesarias para reuniones u otras actividades, equipos audiovisuales y multimedia.

La infraestructura se encuentra en constante mejoramiento es así como actualmente se construye un edificio de dos pisos en la Facultad de Agronomía, y la ampliación del departamento de mecanización de la Facultad de Ingeniería Civil Agrícola, lo cual permite ampliar el respaldo de contar con las facilidades para cumplir la ejecución del proyecto.

A lo anterior es posible sumar otras infraestructuras dependientes de la Universidad y que se encuentran fuera del campus, como es el Edificio Don Alfonso, el cual se encuentra en pleno centro de Chillán, con oficinas y salas de conferencia, la Casa Cultural Alfonso Lagos Villar, la Empresa Periodística La Discusión.

2. Capacidad de gestión administrativo-contable.

El Campus Chillán posee una organización interna, desde el punto de vista administrativo-contable plana, lo que le permite poseer una alta eficiencia y eficacia. Lo anterior implica poseer a nivel de proyecto con todas las herramientas contables para la toma de decisiones y evaluación. Es decir, las instituciones comprometidas en el proyecto poseerán la información necesaria para una mejor dirección y control del proyecto.

La Dirección General del Campus posee dos subdirecciones, una de las cuales corresponde a la Subdirección Finanzas, Servicios y Personal, quien es la responsable de llevar un registro de todas las operaciones financieras del Campus, y generar los instrumentos para su evaluación.

