

INFORME TECNICO Y DE GESTIÓN FINAL

OFICINA DE PARTES 2 FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	12 FEB 2018
Hora	10:25
Nº Ingreso	46925

EJECUTOR:

Nombre	Cooperativa de Consumo Responsable de Valdivia
Giro	Almacenes pequeños
Rut	
Representante	Alejandra Vásquez

NOMBRE DEL PROYECTO: Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales agroecológicos.

CODIGO: PYT 2016-0828

Nº INFORME: FINAL

PERIODO: desde 21 de diciembre del 2016 hasta 30 Enero 2018

NOMBRE Y FIRMA COORDINADOR PROYECTO

Nombre	Alejandra Vásquez
Rut	
Firma	

I. RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de fortalecimiento de gestión permitió la construcción de un plan de acción que responde al nuevo escenario en que se encuentra la cooperativa, donde el aumento del número de productores que proveen la tienda, junto con el incremento en las ventas, ha significado una re-estructuración del equipo que gestiona la organización y la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas para facilitar el funcionamiento. Así también, este escenario de mayor estabilidad económica implica asumir nuevos desafíos, que habían estado postergados por los requerimientos de la tienda.

Junto con esto, el desarrollo del proyecto generó un espacio de reflexión acerca del funcionamiento de la cooperativa, más allá de la tienda, si no como una forma de organización, que involucra principios y valores reconocidos internacionalmente, a la vez que responde a una Ley, reglamento y obligaciones normadas por el Estado.

Durante el proyecto se fortalecieron también las relaciones de los socios, la amistad y compromiso a través de los espacios de planificación conjunta, reflexión e involucramiento en las tareas, revalidando el compromiso de los socios. Cabe destacar que aumentó el número de socios activos de la cooperativa, relacionados a la ejecución de actividades de planificación, difusión y educación de la cooperativa.

II. TEXTO PRINCIPAL

1. Resumen

El propósito del proyecto fue la elaboración de un plan de Acción que permitiera dar cuenta del nuevo escenario de la cooperativa, apuntando al posicionamiento de ésta como una de las principales plataformas de promoción y comercialización de pequeños productores, a través de circuitos cortos de comercialización de la Región de los Ríos.

Para la construcción del plan de acción se utilizaron metodologías de planificación participativa, desarrollando talleres y jornadas que contaron con la participación de la asamblea de socios, consejo de administración y equipo de tienda. En estas jornadas se revisó la estructura de la cooperativa, sus estatutos y funcionamiento, se identificaron las principales brechas y visualizaron líneas de trabajo y acciones a partir del levantamiento de los sueños y desafíos de quienes participan de forma activa en la cooperativa.

Así, se identificó la necesidad de repartir las tareas a través de comisiones o equipos que centraran sus esfuerzos en tareas determinadas, ampliando así el marco de acción de la cooperativa, incluyendo objetivos y acciones que se habían postergado por los requerimientos que tenía la tienda antes de alcanzar un equilibrio económico.

El proyecto permitió la instalación de un nuevo sistema de gestión financiera, ordenando así los aspectos administrativos, la gestión de proveedores, productos y flujo de caja a través de un sistema de gestión en línea. Este facilitó la incorporación de socios al equipo de administración, repartiendo las tareas, pero manteniendo un sistema centralizado y disponible en tiempo real para todos los encargados de llevar la tienda.

El fortalecimiento de la organización se trabajó de manera transversal, desde las metodologías utilizadas hasta su incorporación como un componente fundamental en el plan de acción. Uno de los aspectos focalizados fue la comunicación, apuntando a mejorar la forma en que se comunican las acciones de la cooperativa, tanto de forma interna, considerando a sus socios y equipos de trabajo, como de forma externa, incorporando a socios estratégicos y actores claves, para lo cual se desarrollaron talleres con apoyo de los organismos asociados al proyecto.

2. Cumplimiento de los objetivos:

Para cumplir con el objetivo principal, consistente en la elaboración de un Plan de Acción Estratégica, uno de los resultados esperados fue la elaboración de un diagnóstico de brechas y oportunidades de la cooperativa. Para esto, durante las jornadas de trabajo se analizó la estructura societaria y de funcionamiento de la cooperativa, sus estatutos y la forma en que se gestionaba la tienda y la organización en general. También se visualizaron las fortalezas y debilidades de la cooperativa y se reflexionó acerca de estas. A partir del levantamiento de sueños, y junto con el análisis de brechas, se detectaron diferentes oportunidades para desarrollar a corto, mediano y largo plazo, priorizando aquellas que debían ser desarrolladas en el plan de acción (Anexo 1).

Otro de los resultados esperados era la construcción de un mapa de actores regional y definición de acciones estratégicas de colaboración. Para esto, se realizaron actividades con actores estratégicos para identificar oportunidades de colaboración y trabajo conjunto. Se realizaron talleres con los agricultores y una reunión con servicios públicos para identificar el interés de trabajo conjunto, logrando la planificación de actividades con los agricultores, pero sin el mismo éxito con los servicios públicos. Se trabajó en la construcción de la estructura de un mapa de actores abierto, con la función de servir como base de datos para la cooperativa. Así también, se participó en diferentes encuentros y actividades de economía solidaria y agroecología, tanto en la región como en otras ciudades y se desarrolló el V Encuentro de consumo responsable, actividades que permitieron generar y fortalecer relaciones con actores relevantes. Se definió la estructura del mapa de actores y se definió una encargada del Consejo de Administración responsable de ir completando la información de estos actores (Anexo 2).

El desarrollo de las diferentes jornadas, tanto internas como con actores claves, permitió dar cumplimiento al principal resultado del proyecto, a través de la construcción de un plan de acción, identificando acciones a corto, mediano y largo

plazo que responden a las necesidades y oportunidades de la cooperativa, a partir del diagnóstico de brechas y oportunidades realizado. Para una próxima etapa, queda pendiente el desafío de identificar fuentes de financiamiento y generar articulaciones que permitan la implementación de este plan de acción (Anexo 3).

Así también, se trabajó en el fortalecimiento de la gestión de la cooperativa, a través de la identificación de un programa de acciones de fortalecimiento, las cuales fueron incorporadas en el plan de acción. Junto con esto, se implementó un nuevo sistema de gestión financiera en línea, que permitió facilitar y mejorar la calidad de la información, haciéndola disponible en tiempo real y asequible a todo el equipo de administración, consejo de administración y junta de vigilancia de la cooperativa. El sistema además permite generar los insumos necesarios para la adecuada gestión contable, cumpliendo con los requerimientos de la actualización de la Ley de Cooperativas y la DAES (Anexo 4).

Otro de los resultados esperados era el fortalecimiento de la comunicación interna y externa, para lo cual se desarrollaron talleres y espacios de reflexión entre los socios y con los actores estratégicos, a la vez que se identificaron acciones para mejorar la comunicación, las cuales se incorporaron al plan de acción (Anexo 5).

3. Aspectos metodológicos del proyecto:

El proyecto fue liderado por un equipo gestor, compuesto por socias, todas involucradas activamente en la gestión de la cooperativa, contando además con el apoyo de una consultora externa experta en cooperativas y comunicación (Cooperativa M30M). El equipo se reunió de forma semanal planificando las diferentes actividades, logística, metodología y revisión/reflexión de los resultados, recibiendo además la permanente retroalimentación y acompañamiento de la consultora, lo que permitió contar con una visión externa que facilitó el proceso¹.

¹ El detalle de las metodologías utilizadas puede ser revisado en los anexos 1, 2 y 3

Todas las actividades se desarrollaron ocupando metodologías participativas, apuntando a diferentes segmentos de la organización: equipo gestor, consejo de administración y equipo de administración de la tienda, asamblea de socios, productores y servicios públicos. Las convocatorias fueron realizadas de acuerdo al público objetivo, tomando en cuenta los canales de comunicación permanentes de la cooperativa, tanto con sus socios (correo electrónico, redes sociales, página Web, pizarrón de la tienda y comunicación personal) como con sus socios estratégicos (vía telefónica y comunicación personal en el caso de los agricultores, correo electrónico y confirmación telefónica con los servicios públicos).

Para la identificación de brechas y oportunidades se realizaron varias jornadas, en las cuales se aplicaron diversas metodologías para generar la información. Entre estas, se analizó la estructura y funcionamiento a partir de *focus group*, entrevistas en profundidad, algunas variantes del análisis de fortalezas-amenazas, debilidades-oportunidades (FODA), planificación participativa a través de “*Dragon Dreaming*”, priorización colectiva de actividades y validación participativa. Si bien en un comienzo estaba planificado realizar una jornada extendida que permitiera trabajar intensivamente en la construcción del plan, se decidió distribuir el proceso en varias jornadas, de manera de contar con la participación del mayor número de socios posible, con el objetivo de dar mayor pertinencia a través de una construcción colaborativa.

Si bien existe un grupo activo de alrededor de 40 socios, que además participaron de las jornadas y talleres, este número representa un 20% de los socios totales de la cooperativa. Si bien, al realizar la revisión de los estatutos se identificó muchos de los socios con baja participación deberían ser retirados del directorio de socios por no cumplir con sus obligaciones mínimas (como es el asistir a las asambleas anuales o justificar inasistencia), por el momento no han sido desvinculados. Este es uno de los temas que fueron analizados durante el proyecto, realizando incluso un *focus group* para conocer las razones de la baja participación. En la próxima asamblea se revisará la situación y tomará una decisión con respecto a este asunto.

Para el desarrollo de actividades con actores claves, se realizaron 2 talleres con los agricultores cercanos a la cooperativa, con los que se trabajó en la identificación de brechas y oportunidades y la planificación de actividades conjuntas. Así también, se compartió con ellos en diversas instancias a través de redes de agroecología y en el V Encuentro de consumo responsable de la cooperativa, fortaleciendo las relaciones interpersonales. También se realizó un taller con servicios públicos, en el cual se les presentó la estructura y funcionamiento de la cooperativa y se analizaron las posibilidades de generar acciones de trabajo mutuo.

Al final del proyecto, se realizó una jornada extendida de fortalecimiento de las relaciones y comunicación interna de la cooperativa, con el apoyo de la ONG Acción Cooperativa que facilitó el desarrollo de un taller, que tuvo por objetivo reflexionar acerca de los valores y principios del cooperativismo y el significado de ser socio de una cooperativa. La jornada se realizó en el predio de una de las productoras que proveen la tienda, aprovechando la oportunidad para realizar una actividad de colaborativa en la huerta de la agricultora. Junto con esto, los socios y sus familias tuvieron la oportunidad de compartir y disfrutar actividades recreativas conjuntas.

4. Descripción de las actividades

- **Reformulación de la propuesta:**

Al inicio del proyecto se realizó una reformulación de la propuesta, incluyendo el plan operativo y la memoria de cálculo.

- **Sistematización histórica de la cooperativa y revisión estatutos:**

En conjunto con la consultora, se realizó una jornada con el equipo gestor y otra con el consejo de administración, con la finalidad de revisar la historia, estructura y funcionamiento de la cooperativa, a través de entrevistas grupales y metodologías participativas. También se revisaron los estatutos de la cooperativa y se definió la

necesidad de actualizarlos y generar un reglamento, que permitiera operativizar el cumplimiento de los estatutos (Anexo 1).

- **Entrevistas a consejo, socios y actores del territorio**

Durante las jornadas de sistematización y a través de diferentes instancias del proyecto, se realizaron entrevistas a diferentes actores relevantes para la cooperativa. Así también, se realizó un *focus group* a algunos socios, con la finalidad de conocer la visión de aquellos menos participativos, lo que tuvo como resultado el acercamiento de algunos de estos socios que estaban más alejados a la cooperativa, asumiendo nuevas responsabilidades (Anexo 1).

- **Jornada extendida consejo de administración y equipo de trabajo de la cooperativa**

Con la finalidad de incorporar más socios en la construcción del plan de acción, la jornada extendida se dividió en varias jornadas, la mayoría abiertas a todos los socios y otras focalizadas en el consejo de administración y equipo de trabajo. La jornada principal fue el desarrollo de un taller de planificación participativa a través de la metodología “*dragon dreaming*” que permitió el desarrollo de un círculo de sueños, lo que permitió identificar brechas y oportunidades, a la vez de planificar la forma de cumplirlos, lo cual fue plasmado en el plan de acción (Anexo 1).

- **Jornada asamblea de Socios de la Cooperativa**

La última asamblea anual de socios se desarrolló a lo largo de un día, en la cual durante la mañana se revisó la tabla regular de la asamblea, para posteriormente tener un segundo espacio de trabajo con los socios. A través de una jornada participativa, se pudo reflexionar acerca de la cercanía/lejanía de cada uno con la visión de la cooperativa establecida en la planificación estratégica del periodo anterior. Se analizó el rol de la cooperativa en el territorio, considerando no sólo a los consumidores, si no también a los diferentes actores estratégicos, con énfasis en los proveedores de la tienda.

- **Taller de validación resultados preliminares**

Luego de las actividades y jornada de planificación, se redactó un plan de acción preliminar, que contenía la sistematización de las actividades identificadas. En este taller se definieron los criterios para la priorización de estas, definiendo participativamente el plazo (corto, mediano y largo), validando los resultados preliminares (Anexo 3).

- **Documento Diagnóstico de brechas y oportunidades de la Cooperativa La Manzana**

Se realizó una sistematización de los resultados de las actividades de sistematización, diagnóstico y planificación, obteniendo un análisis de las brechas y oportunidades de la cooperativa (Anexo 1).

- **Talleres agricultores**

Se realizaron dos talleres, en los cuales se identificaron brechas y oportunidades, las que permitieron planificar actividades de ejecución conjunta. Así también, se realizó un taller que permitió aclarar el funcionamiento de la cooperativa, las relaciones entre los consumidores y productores y sobre todo la planificación y desarrollo de las canastas de productos frescos (Anexo 2).

- **Reunión servicios públicos**

Se identificaron algunos servicios públicos regionales con quienes se podían generar potenciales relaciones y actividades conjuntas. Participaron: INDAP Los Ríos, INFOR Los Ríos, CNCA Los Ríos, FIA, AVA Los Ríos y SEREMi Economía. Se realizó un análisis FODA sobre la cooperativa y el potencial desarrollo de actividades conjuntas (Anexo 2).

- **Taller iniciativas regionales de economía solidaria**

La cooperativa fue invitada a participar en variadas actividades de las diferentes redes de economía solidaria y agroecología, a nivel regional y nacional. Así también, se invitaron a varias de estas iniciativas a participar activamente en el V Encuentro de

consumo responsable. Considerando la agenda de actividades de la cooperativa y de otras iniciativas regionales, y teniendo en cuenta el encuentro en otras actividades similares con los mismos actores y luego de conversar las razones con el ejecutivo de FIA, se decidió no realizar la actividad, puesto que uno de los principales objetivos de esta era fortalecer redes, lo cual se cumplió con la participación permanente en actividades durante el resto del año (Anexo 2).

- **Taller Validación mapa actores consejo de administración y equipo de trabajo de la cooperativa**

Se presentó al consejo la estructura del mapa de actores, la información de la planilla de sistematización y se definió a una encargada para completar la información de forma periódica (Anexo 2).

- **Documento mapa de actores y acciones estratégicas que considere acciones específicas de vinculación con el territorio**

Se desarrolló un documento que define la estructura del mapa de actores y una planilla que permite darle una función utilitaria a la información, generando un directorio abierto a los equipos de la tienda y consejo de administración. Las acciones estratégicas identificadas con los actores claves se incorporaron al plan de acción (Anexo 2).

- **Elaboración plan de Acción**

A partir del diagnóstico y los resultados de las diferentes actividades de planificación participativa, se elaboró un plan de acción, priorizando actividades a corto, mediano y largo plazo. Este plan contempla acciones de fortalecimiento y comunicación estratégica, a la vez que incorpora acciones concretas, tanto de la cooperativa como en colaboración con los actores claves (Anexo 3)

- **Taller presentación y aprobación consejo de administración y equipo de trabajo de la cooperativa**

Se presentó el plan de acción al consejo de administración y se definieron equipos de trabajo para las diferentes acciones identificadas, de acuerdo a los intereses y capacidades de los miembros del consejo. Este plan se comenzará a implementar durante el 2018 (Anexo 3)

- **Elaboración programa Fortalecimiento**

A partir de las brechas y teniendo en cuenta que el fortalecimiento de la cooperativa debe ser un eje transversal del Plan de Acción, se identificaron algunas acciones concretas de fortalecimiento para la cooperativa, las cuales fueron incorporadas en el plan. Estas apuntan a las relaciones personales entre los socios, la motivación y participación de estos a través de comisiones de trabajo y las relaciones con actores claves (Anexo 1 y 3).

- **Análisis sistema contable de acuerdo a la Ley de Cooperativas**

Se revisó la Ley de Cooperativas y se realizó el balance de 6 columnas que solicita la División de Asociatividad y Economía Social del Ministerio de Economía. El sistema de gestión financiero implementado facilitará la elaboración de estos requerimientos, a través de una mejor gestión de la información contable (Anexo 6).

- **Instalación y puesta en marcha sistema de gestión financiera**

Se implementó un sistema de gestión financiera que permite contar con el balance diario y mensual en línea a través de una plataforma digital. Para esto, primero se analizaron diversas alternativas de programas y aplicaciones existentes en el mercado, decidiendo entonces la implementación a través de la plataforma “Air Table”, que permite a sus usuarios acceder de forma remota, permitiendo el acceso y gestión de la información a todo el equipo de administración de la tienda, consejo de administración y junta de vigilancia (Anexo 4).

- **Taller de formación en comunicación interna y externa para los socios y colaboradores de la cooperativa de Manzana**

Se realizaron dos talleres, con apoyo de la ONG Comunicación Cooperativa. En el primero, se fortalecieron las herramientas y habilidades comunicacionales de los miembros de la cooperativa y se reflexionó acerca de la importancia de esta para el fortalecimiento de las relaciones con los socios. En el segundo taller, se reflexionó acerca de los principios y valores de las cooperativas y su aplicación por parte de la Manzana (Anexo 5).

- **Elaboración estrategia de comunicación**

Se definieron acciones transversales y específicas para fortalecer la comunicación interna y externa de la cooperativa, las cuales fueron incluidas en el plan de acción (Anexo 1 y 3).

- **Difusión actividades proyecto**

Se difundieron actividades a través de la Web y redes sociales de la cooperativa, tanto desde la convocatoria como desde los resultados. Las actividades asociadas al encuentro de consumo responsable además fueron publicadas en la prensa local. También se participó en diversas actividades seminarios y encuentros, donde se dio a conocer el desarrollo del proyecto, entre los cuales se destacan: Seminario “Ñam Innova” (Santiago), Encuentro de emprendimientos cooperativos en la Región del BíoBío de CONFECOOP (Concepción), V Encuentro Nacional de Economía Social y Solidaria de CONFECOOP (Santiago), Primer Encuentro Internacional de Cooperativas de Trabajo de TRASOL (Santiago), Taller Sistemas Agroalimentarios Localizados –UACH (Valdivia), Clase de Magíster en Desarrollo Rural- UACH (Valdivia), Seminario Cooperativas Chiloé-FIA (Ancud), Clase Trabajo Social INACAP (Valdivia), Curso de Cooperativismo-Trawün (Panguipulli) entre otras (Anexo 7).

- **Evento de cierre del proyecto**

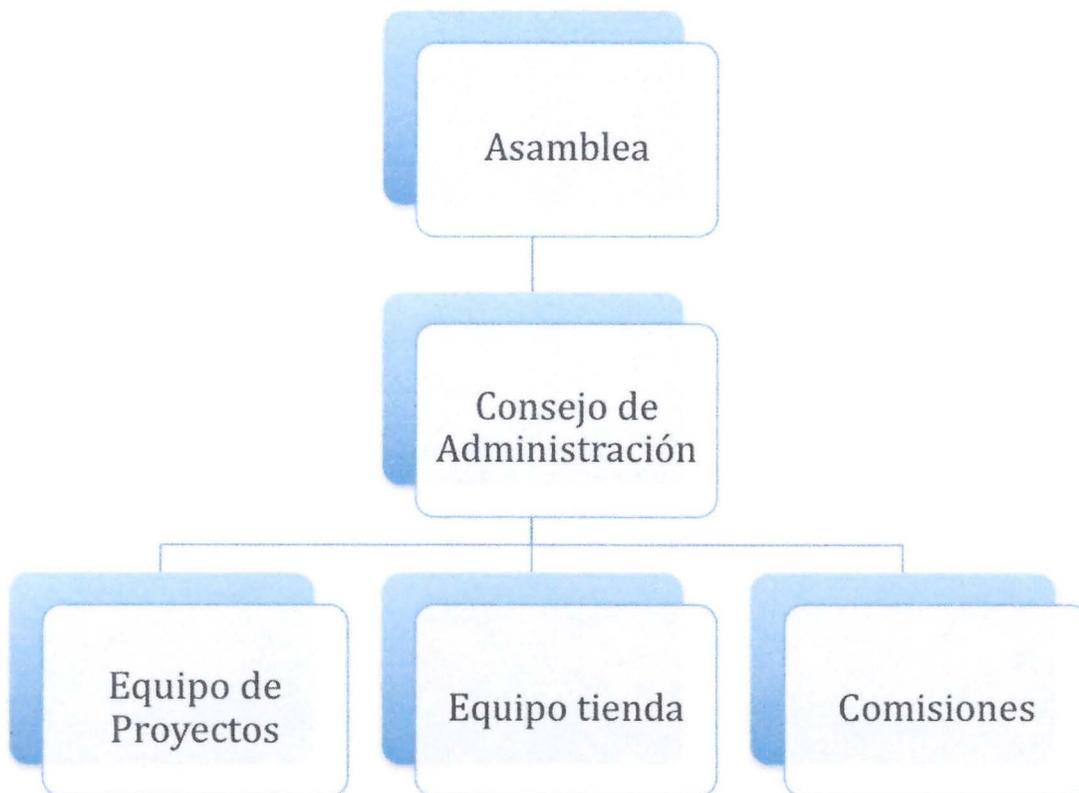
Se realizó una ceremonia de cierre para mostrar los resultados del proyecto. Participaron socios, agricultores y servicios públicos (Anexo 7).

5. **Resultados del proyecto**

5.1 Resultados obtenidos

El principal resultado del proyecto ha sido la construcción participativa del Plan de Acción de la cooperativa. Así, no sólo el resultado final (Plan de Acción) ha sido relevante, si no también el proceso de planificación conjunta, desde la identificación de las brechas y oportunidades, hasta la priorización de las acciones y su definición. Esto porque el proyecto permitió un espacio de reflexión y discusión, logrando también una re-estructuración del equipo que lidera la cooperativa, a partir de las brechas detectadas (Anexo 1 y 3). Así, luego de identificar la necesidad de definir responsabilidades concretas y de integrar a más personas al equipo de trabajo, se analizaron diversas opciones que terminaron por definir la siguiente Figura:

Figura 1: Re-estructuración Equipo de Trabajo Cooperativa



Fuente: Elaboración Propia

Otro resultado fue el fortalecimiento de las redes de economía solidaria, participando en diversas reuniones, actividades y encuentros, entre los cuales se encuentra la

Muestra Campesina de Yumbel, Intercambio de Semillas de Yumbel, Encuentro de emprendimientos cooperativos en la Región del Bío-bío (CONFECOOP), V Encuentro Nacional de Economía Social y Solidaria (CONFECOOP), Primer Encuentro Internacional de Cooperativas de Trabajo (TRASOL), Taller Sistemas Agroalimentarios Localizados (UACH), Actividades Nudo Agroecológico Región de Los Ríos, Red de Agroecología y consumo responsable zona sur, Red de Turismo Intercultural Trawün (Coñaripe), entre otras actividades (Anexo 2).

Así también, se desarrolló el V Encuentro de Consumo Responsable “Del bosque a la mesa”, el cual tuvo por objetivo generar un encuentro entre socios, consumidores y productores de la cooperativa, a través de un seminario, feria de productores, clase y concurso de cocina, música en vivo y salida a terreno para el reconocimiento de productos forestales no madereros, que fue la temática del 2017. En esta actividad participaron aproximadamente 1.000 personas, lo cual dejó muy contenta a la organización y sobre todo a los productores, que tuvieron gran éxito en sus ventas (Anexo 7).

Se implementó un sistema de gestión financiera, lo que implicó capacitar al equipo tienda y trabajar en la incorporación de la información al nuevo sistema. De esta forma, la cooperativa cuenta con un sistema de información en línea con los balances diarios y mensuales, al cual tiene acceso todo el equipo de trabajo y consejo de administración de la cooperativa. Esto permite llevar el sistema contable de forma más simple, a la vez que se transparenta la información y se lleva un mejor seguimiento de las operaciones de la tienda (Anexo 4).

El fortalecimiento de la cooperativa fue permanente. Las metodologías participativas permitieron incluir a todos los estamentos de la cooperativa en la planificación, logrando así un plan apropiado por toda la comunidad. Las actividades permitieron fortalecer las relaciones de amistad y confianza, así como también identificar brechas y acciones para mejorarlas, las cuales fueron incorporadas en el plan. De la misma forma, se trabajó en la comunicación interna y externa, sobre todo desde la reflexión

de los valores y principios cooperativos y la importancia de la comunicación dentro de la cooperativa, añadiendo acciones de fortalecimiento al plan de acción (Anexo 5).

Las relaciones con los agricultores, principales socios estratégicos de la cooperativa también se fortalecieron, a través de los talleres desarrollados, la incorporación de acciones conjuntas en el plan de acción y sobre todo desde la continuidad de las relaciones horizontales que se han generado a través de los años. La participación en actividades de las redes agroecológicas regionales y nacionales, así como la participación en el Encuentro de Consumo responsable y las canastas agroecológicas durante el año permitieron dar continuidad al trabajo conjunto que se viene desarrollando hace algunos años. Igualmente y por primera vez un grupo de 20 personas trabajaron de manera voluntaria durante media jornada de trabajo en el predio de una de las agricultoras, permitiendo afianzar los lazos con ella y por parte de los socios aprender diferentes labores relacionadas con la actividad agrícola (Anexo 2).

5.2 Logro y análisis de los Hitos

- **Jornada extendida consejo de administración y equipo de trabajo de la cooperativa**

Tal como se fundamentó anteriormente, la jornada extendida se tradujo en varias jornadas de menor duración, de manera de lograr la participación no sólo del consejo y equipo de trabajo, si no que del mayor número de socios posible. Así, el plan de acción incluye la mirada de sus socios activos, lo que permite una mayor apropiación y participación en su ejecución (Anexo 1).

- **Jornada asamblea de Socios de la Cooperativa**

Se realizó una jornada de reflexión en el marco de la asamblea anual, en la cual se revisó la visión de la cooperativa y la cercanía de los socios con esta. Como resultado

se propusieron algunas modificaciones, actualizando la visión de la organización (Anexo 1).

- **Talleres agricultores**

Se realizaron talleres con los agricultores cercanos a la cooperativa, incluyendo aquellos que son proveedores y los que han participado en actividades y proyectos anteriores. Esto permitió su participación en el plan de acción, definiendo actividades de trabajo conjunto. También se realizó un taller que apuntó a mejorar la comunicación, aclarando y actualizando el funcionamiento de las relaciones de la cooperativa con los proveedores, funcionamiento y planificación de la canasta e interés de trabajo conjunto (Anexo 2).

- **Reunión servicios públicos**

Se realizó un taller con aquellos servicios públicos que se identificó la potencialidad de realizar acciones conjuntas, logrando la participación de las siguientes instituciones: INDAP Los Ríos, INFOR Los Ríos, CNCA Los Ríos, FIA, AVA Los Ríos y SEREMi Economía. En la reunión se presentó el funcionamiento de la cooperativa y se realizó un análisis FODA de la Cooperativa, desde la mirada de los servicios públicos participantes (Anexo 2).

- **Taller iniciativas regionales de economía solidaria**

No se realizó un taller con las iniciativas, puesto que durante el año se realizaron muchas actividades de las redes de economía solidaria y agroecología de la Región, por tanto el objetivo de fortalecimiento de las redes e identificación de actividades colaborativas se cumplió previamente (Anexo 2).

- **Instalación y puesta en marcha sistema de gestión financiera**

Se implementó un sistema en línea de gestión financiera que logró facilitar el acceso a la información y de esta forma mejorar la administración de la tienda. Fue necesario capacitar al equipo de administración de la tienda, al consejo de administración, junta

de vigilancia y voluntarios en el uso del sistema, de acuerdo a sus funciones y necesidades (Anexo 4).

- **Taller de formación en comunicación interna y externa para socios y colaboradores**

Se realizaron dos talleres. El primero estuvo focalizado en mejorar las capacidades de comunicación de los socios y el segundo tuvo por objetivo reflexionar acerca de los valores y principios del cooperativismo y el significado de pertenecer a una cooperativa (Anexo 5).

5.3 Impactos

Uno de los impactos de el proyecto fue la re-estructuración del equipo de gestión y la incorporación de nuevos integrantes. Se integró una nueva gerente, nuevos socios al equipo de administración de la tienda, al consejo de administración y se crearon comisiones. Así, aumentó la capacidad de gestión de la cooperativa, siendo desde ahora capaz de desarrollar nuevas áreas, las cuales se habían postergado por focalizar los esfuerzos en la administración de la tienda. Así, de un equipo de aproximadamente 10 personas, se aumentó a 15 integrantes permanentes de los diferentes estamentos, a lo que se suma un grupo de voluntarios, el cual varia dependiendo de las actividades que se realizan (variando entre 15 a 30 voluntarios). Esto permitió identificar la necesidad de revisar los estatutos, generar un reglamento y diseñar protocolos que permitan la incorporación permanente de nuevos socios y voluntarios, asumiendo las diferentes tareas.

Así también, la planificación participativa permitió analizar la posición actual de la cooperativa, reflexionar sobre las relaciones con el territorio, con los actores claves y “soñar” con el futuro de la organización. Se definieron metas y líneas de trabajo, que se tradujeron en comisiones encargadas de ir implementándolas.

La implementación del sistema de gestión financiera ha significado una mejor gestión y acceso a la información, mejorando las capacidades de administración. Así también, ha reducido el tiempo asociado a la generación de los balances mensuales (1-2 jornadas laborales), teniendo ahora los balances diarios y mensuales de forma automática.

El fortalecimiento de la cooperativa, desde la comunicación interna y externa y el cuidado de las relaciones ha sido uno de los grandes aportes del proyecto. Esto se ha visto reflejado en la constante participación de un grupo creciente de socios comprometidos, que se han integrado desde sus intereses y capacidades a distintas comisiones y grupos de trabajo. Los espacios de reflexión y planificación conjunta han sido claves para generar una comunidad de socios empoderados, motivados y comprometidos.

6. Problemas enfrentados durante la ejecución proyecto

Durante el primer semestre de ejecución del proyecto la cooperativa enfrentó importantes cambios, debido a la re-estructuración del equipo de trabajo. Si bien este cambio trajo beneficios al incorporar nuevos actores y establecer funciones y responsabilidades más focalizados a los miembros del equipo de trabajo, inicialmente generó varias resistencias. Primero, porque fueron variadas las propuestas de organización y luego porque implicó dedicar tiempo importante al fortalecimiento de los nuevos roles y responsabilidades. Así, algunas de las actividades planificadas debieron retrasarse, desarrollándose durante el segundo semestre.

Otra de las dificultades se relaciona con el interés de los servicios públicos para vincularse con la cooperativa. En la primera convocatoria, no hubo mucha respuesta por parte de algunas instituciones, sobre todo por parte de INDAP, por lo que se convocó a una nueva fecha, y con la colaboración y apoyo del ejecutivo de FIA se logró contar con la presencia de varios funcionarios representantes de las diferentes

instituciones, Si bien no se lograron acuerdos concretos, este primer acercamiento sirvió para conocer el funcionamiento de la cooperativa y las potenciales acciones colaborativas.

7. Difusión de los resultados

La convocatoria de las actividades y los resultados del proyecto fueron difundidos de manera permanente a través de la página Web, redes sociales, Newsletter y en la tienda. Así también, se realizó el V encuentro de Consumo Responsable, donde se dio a conocer el proyecto y sus resultados parciales. También se participó en diversos seminarios y encuentros de economía solidaria, donde se dieron a conocer los resultados. Por último, en el evento de cierre se dieron a conocer los resultados finales a los socios y actores participantes en el proyecto. (Anexo 7)

8. Participantes

Antecedentes globales de participación de productores

Se convocaron alrededor de 25 productores a los talleres con agricultores, contando con la participación de la mitad de los convocados, la mayoría en ambas actividades. Todos los productores son de la Región de Los Ríos y parte importante de ellos son de las organizaciones “Asociación Gremial de Productores Orgánicos de Los Ríos” y “Comité de Pequeños productores de Paillaco”. Casi todas son mujeres.

Listado de los miembros de la Cooperativa

En el anexo 8 se puede visualizar el listado de los miembros de la cooperativa.

9. Conclusiones

El proyecto logró el principal objetivo, que fue la construcción del plan de acción de la cooperativa, conteniendo acciones a corto, mediano y largo plazo que apuntan a posicionar a la cooperativa como plataforma de promoción de los productos locales y

circuitos cortos. La construcción participativa del Plan permitió el empoderamiento y compromiso de los socios que participaron, lo que se ha visto reflejado en un mayor involucramiento en las actividades de la cooperativa.

El fortalecimiento de la cooperativa, sobre todo desde las relaciones personales, la amistad y el cariño fue transversal durante todo el proyecto. Si bien la reflexión puede generar desencuentros y contraposición de diferentes perspectivas, finalmente priman los principios de respeto mutuo y democracia de la cooperativa, logrando llegar a acuerdos a través de consensos que buscan los mejores resultados para el bien de la cooperativa. Así, son los intereses colectivos los que prevalecen, fortaleciendo las relaciones entre los socios.

Las relaciones con los socios estratégicos son muy importantes para la cooperativa, puesto que la visión y los objetivos de la organización apuntan al desarrollo y articulación con el territorio. Se debe seguir fortaleciendo las relaciones con los agricultores y agricultoras, así como también con el resto de los pequeños productores que proveen a la tienda. De la misma forma, se deben seguir articulando las redes de economía solidaria tanto regionales como nacionales, generando un escenario de colaboración y ayuda mutua. En el caso de los servicios públicos, si bien no se han encontrado acciones concretas de trabajo conjunto, se debe estar atentos a las oportunidades de generar articulación en el territorio.

Se hace necesario revisar los estatutos de la cooperativa, así como construir un reglamento que permita operativizarlos. Así también, se deben revisar los criterios para la incorporación de nuevos productores y generar un protocolo de atención de la tienda, que permita que voluntarios y socios puedan apoyar en su funcionamiento de manera más fácil.

La comunicación interna y externa es un aspecto relevante para el correcto funcionamiento de la cooperativa, por tanto se debe trabajar de manera transversal, así como también de manera específica a través de acciones formativas y reflexivas con los socios y actores estratégicos. Los canales de comunicación son un aspecto

fundamental a considerar, puesto con los diferentes actores utilizan diferentes vías para informarse, lo cual debe considerarse a la hora de comunicar.

La implementación del plan de acción será un tremendo desafío para la cooperativa, puesto que la mayoría de las acciones apuntan al trabajo interno a través de comisiones y actividades colaborativas. Es necesario seguir involucrando a más socios en el desarrollo de estas acciones, motivándolos y empoderándolos en el cooperativismo.

10. Recomendaciones

Uno de los aspectos que se evidenció durante el desarrollo del proyecto apunta a que si bien la participación de un grupo importante de socios es muy activa y comprometida, existe un gran porcentaje que no participa ni cumple con sus obligaciones mínimas como socios, entre las que se encuentran participar de las asambleas anuales. Esta situación genera incomodidad a los socios, existiendo diferentes posiciones en cuanto a la posible desvinculación de aquellos que no cumplen con los estatutos. Este tema se deberá resolver en la próxima asamblea, de manera que se incorporen posibles cambios en los estatutos, a la vez que se operativicen a través de un reglamento.

El apoyo y acompañamiento de la consultora fue fundamental, ya que permitió que el equipo gestor lograra analizar los procesos desde otra perspectiva, considerando por sobre todo que este equipo es parte fundamental de la organización. Así, una próxima etapa debe mantener esta estructura, de manera que se faciliten y conduzcan los procesos adecuadamente.

11. Otros aspectos de interés o externalidades

Los resultados preliminares del proyecto permitieron postular a una segunda etapa de financiamiento, la cual fue adjudicada, para así implementar las actividades de fortalecimiento y de corto plazo durante el siguiente año.

La participación en actividades donde la cooperativa contó su experiencia y resultados de este proyecto permitió la generación de nuevas redes y el fortalecimiento de las que ya existían. Así, se identificaron nuevos productores, se incorporaron voluntarios, tesistas y practicantes y se generaron alianzas para el desarrollo de actividades de economía solidaria con diversas instituciones.

12. Anexos

Anexo 1: Actividades y Diagnóstico Brechas y Oportunidades

Anexo 2: Reuniones con actores estratégicos y Mapa de Actores

Anexo 3: Plan de Acción

Anexo 4: Sistema Gestión Financiera

Anexo 5: Actividades de Fortalecimiento y comunicación

Anexo 6: Balance 2016

Anexo 7: Difusión

Anexo 8: Listado de Socios

Anexo 9: Listas asistencia V Encuentro Consumo Responsable



Anexo 1: Actividades y Diagnóstico Brechas y Oportunidades

En el siguiente documento se presentan las actividades que permitieron construir el diagnóstico de brechas y oportunidades, que sirvieron como insumos para la formulación del plan de acción de la Cooperativa.

1. Reunión de trabajo equipo gestor: Análisis de brechas y oportunidades de la Cooperativa la Manzana

Se realizó una primera sesión con la consultora, Ana Sanchez, y el equipo gestor del proyecto, para revisar los aspectos que se trabajarán en el proyecto y analizar las principales brechas y oportunidades que se quieren resolver con el mismo.

Fecha: 20 de febrero 2017.

Horario: 10:00 a 13.30 y de 15:30 17:30

Participantes (grupo gestor del proyecto):

Úrsula Fernández
Alejandra Vásquez
Claudia Levícoy
Ronald Javet
Camilo Ruíz

Objetivos:

1. Evaluar los aspectos significativos que debe abordar el proyecto con respecto al objetivo de mejorar el modelo de gestión y administración de la cooperativa.

Metodología: Preguntas abiertas para la reflexión y conversación.

Contenidos tratados.

1. ¿Cuál es la forma de administrar y gestionar la cooperativa? ¿Cuáles son esas brechas principales percibidas por el grupo gestor en las áreas de gestión y administración?

- La gestión económica y financiera se considera fundamental para hacer proyecciones para el futuro (toma de decisiones) en cuanto a crecimiento en socios/as y en volumen de ventas que permitan la sustentabilidad económica, ambiental y social de la cooperativa.
 - El proyecto considera la implementación de soportes tecnológicos que permitan controlar y gestionar productos, ventas y compras de las tiendas físicas y online.
- Planificación interna
 - Se detecta que los sistemas desarrollados para la planificación del trabajo presentan dificultades de implementación por la diversidad de los socios/as que trabajan. Los métodos no son incorporados con facilidad por resistencia de los socios (formas de hacer, prioridades, competencias, etc.).
 - También se detecta la necesidad de protocolizar determinadas funciones y tareas de la gestión y administración de la tienda, pero que sean construidos y consensuados colectivamente, que permitan incorporar nuevos socios/as y voluntarios al desarrollo efectivo de las mismas.
 - Al ser pocas personas implicadas existe una sobrecarga de trabajo que dificulta poder asumir otros objetivos de la cooperativa (educación, comunicación, sistematización de productos y criterios de incorporación de los mismos a la venta).
- Organización del trabajo/puestos y funciones
 - Actualmente coexiste trabajo voluntario y remunerado por parte de los socios y socias implicados en las actividades de la tienda física y online. No existe un sistema uniforme y con cada socio/a que se implica en alguna función o responsabilidad, se realiza un sistema de contraprestación distinto.
 - No existe una definición clara y cerrada de cuando un trabajo es susceptible de remuneración y de qué tipo (dineraria, en especie, etc.), y cuando es voluntario.
 - Puestos/Funciones remunerados: gerencia, atención tienda, contaduría y sistema informático de venta y gestión online.



- Sistematización de productos
 - Los criterios de selección de productos y servicios a incorporar en la cooperativa necesitan ser actualizados y normalizados, para que puedan ser asumida la función de sistematización por diferentes personas.

2. ¿Qué objetivos son importantes con el trabajo con los productores en este proyecto?

1. Definir el trabajo con los productores en el futuro desde una perspectiva participativa.
2. Identificar la visión que tienen los proveedores de la cooperativa y su funcionamiento.
3. Diseñar de forma conjunta nuevas líneas de trabajo colaborativo (cooperativa/consumidores con productores/proveedores) que permitan potenciar la misión de la cooperativa.
4. Superar las barreras comunicacionales de retroalimentación de los productores a la cooperativa para definir línea de mejora con ellos (percepción de que no dicen siempre lo que piensan por la relación a veces de clientelismo que se produce).

Se resume en los siguientes Preguntas/reflexión para definir objetivos y líneas de acción con los productores:

¿Qué queremos hacer juntos? ¿Qué brechas y oportunidades? ¿Cómo las solventamos?

3. Aspectos societarios

- Es necesario una revisión de los estatutos para su actualización a la modificación de la ley.
- Se considera necesario reflexionar sobre la necesidad de incorporar cuotas sociales anuales como mecanismos de financiamiento de la cooperativa y de renovación del compromiso de los socios y socias.
- Se detecta que existen socios y socias de la cooperativa que no están implicados con el primer compromiso necesario: la compra de productos con cierta periodicidad.
- Comisión de educación
 - i. Los estatutos contempla la existencia de una comisión de educación que en la actualidad no está funcionando.
 - ii. Las principales razones es por sobrecarga de trabajo del equipo motor de la cooperativa.

- iii. Se plantea que El *leiv motiv* es la difusión del consumo responsable y esto no está poniéndose en práctica de forma continuada (comisiones de educación, comunicación, etc.).
- iv. En la revisión de estatutos se propone que se podrían incorporar más comisiones que permitan ser las estructuras formales para desarrollar los objetivos de la cooperativa.

4. Mapas de actores

- Necesidad de identificar los actores implicados de manera directa e indirecta en la consecución del objetivo y priorizar los mismos para el desarrollo de acciones en el proyecto.

2. Reunión de trabajo Consejo de Administración: Análisis de brechas y oportunidades de la Cooperativa la Manzana

Se realizó una sesión de trabajo con la consultora Ana Sanchez y el consejo de administración de la Cooperativa, para revisar los aspectos que se trabajarán en el proyecto y analizar las principales brechas y oportunidades que se quieren resolver con el mismo.

Fecha: 20 de febrero 2017.

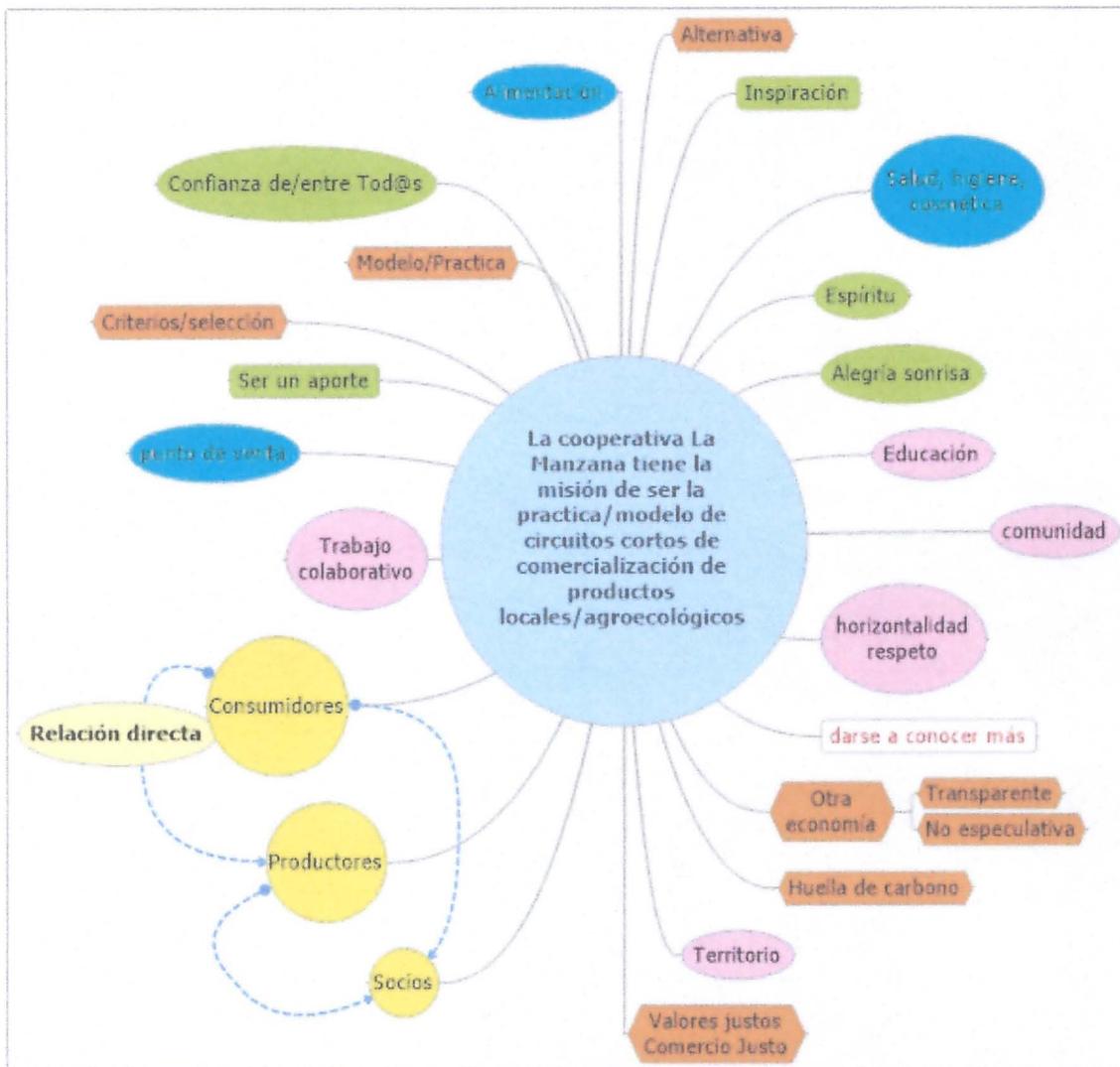
Horario: 18:00 a 20:30

Participantes (Consejo de Administración ampliado)

Úrsula Fernández
Alejandra Vásquez
Claudia Levicoy
Ronald Javet
Camilo Ruíz
Brenda Román
Alexia Wolodarsky

Objetivos:

1. Revisar, de forma colaborativa, el objetivo del proyecto.
2. Evaluar las brechas y oportunidades para el desarrollo de la misión/objetivo.



Transcripción mapa mental

Metodología FODA

Tras la definición del objetivo de forma colaborativa, cada participante tiene que señalar que aspectos internos pueden favorecer o dificultar la consecución del objetivo (Fortalezas y Debilidades) y que aspectos del entorno pueden afectar positiva o negativamente al mismo (Oportunidades y Amenazas).



FODA desarrollado



Transcripción del FODA



Consejo de administración participante

3. Sistematización Planificación Participativa Cooperativa La manZana

La Planificación Participativa de la cooperativa de consumo responsable de Valdivia, la Manzana fue desarrollado con un grupo de 25 participantes, socios y colaboradores de la cooperativa, través de la metodología del Dragon Dreaming y la Teoría U. El facilitador de la actividad fue Ronald Sistik.

Fecha y lugar: Valdivia, 18 de Marzo 2017

Participantes:

25 socios de la Cooperativa

Fase 1. Presentación. Nombre, cargo, que esperamos del día

Ronald hace una introducción al proceso que se va desarrollar y las metodologías que se ocuparán para la actividad de planificación participativa.

Tras la introducción pide que cada participantes se presente al grupo indicando su nombre, su rol en la cooperativa y lo que espera del proceso.

Fase 2. Actividades

El proceso de planificación colaborativa comienza con la reflexión siguiente resumida en las dos siguientes sentencias:



1. Los cambios se producen en función de lo que queremos conservar.
2. Los problemas en los grupos tienen que ver con diferencia valórica.

Esta reflexión lleva al desarrollo de la primera actividad que tiene como objetivo determinar ¿Qué queremos conservar?, es decir cuales son los valores que queremos mantener en la cooperativa.

a) Actividad 1. Grupos de 4-5. 7-10'

Proceso:

El grupo de participantes se divide en subgrupos de 4-5 personas

Cada participante responde a la siguiente pregunta

¿Cuáles son los valores que yo traigo a la cooperativa y al proceso de hoy?

Tras la discusión en grupo se hace una puesta en común del resumen por grupo de los valores que comparten sus miembros:

Grupo a)

Generosidad solidaria (dar sin esperar, compartir porque es gratificantes más a allá del efecto:

Apoyo y respaldo

Responsabilidad (Coop de consumo responsable):

Consecuencia, Perseverancia, Valentía.

Honestidad:

Transparencia, Confianza y también de nuevo la Valentía.

Otros dos valores transversales son Fe y Energía. Aparece Liderazgo femenino también en la lista de valores.

Grupo b)

Compromiso:

Disposición, Buena voluntad, Presencia, Participación, Cooperativismo

Honestidad:

Autocrítica

Amor:

Cuidado del otro, Empatía, Universalismo-Multiversalismo, Inclusividad, Equidad, Amorosidad, Horizontalidad, Respeto

Grupo c)

Valores Amorosos:

Amor, Afecto, Alegría, Generosidad, Humildad

Cooperativa viva:

Adaptabilidad, Apertura mental, Diversidad, Resiliencia, Tolerancia, Trabajo colaborativo

Reflexivos:

Reflexión, Respeto, Creatividad, Consecuencia, Creatividad, Trabajo colaborativo

Grupo d)

Colaboración:

Generosidad, Dedicación, Entrega, Receptividad, Compromiso, Reciprocidad

Amor:

Sinceridad, Honestidad, Amistad, Humildad, Armonía

Perseverancia:

Consecuencia, Optimismo, Alegría

En plenario se van reflejando los valores en una palelógrafo y se hace el resumen de en qué valores lo grupos coinciden, que son:

Honestidad

Amor

Consecuencia

Perseverancia

Colaboración

Alegría

En plenario se incorporan otras ideas/conceptos sobre la reflexión de ¿Qué queremos mantener en nuestro proyecto?, que son mantener el gusano (el concepto que simboliza en el logotipo) y la **escala (humana y local)** y la **alegría** y el **sentido del humor**.

Tras esta actividad sobre los valores de la organización se pasa a la actividad del Círculo de Sueños, propia de la metodología de Dragon Dreaming.



b) Actividad 2. Círculo de los sueños

Proceso:

Para esta actividad el grupo se divide al grupo en 3 subgrupos

Cada grupo elige un escriba (preferentemente con buena letra y que escriba lo más literalmente) para que recoja las aportaciones de cada participante en un papelógrafo

En la actividad se usa un elemento (bastón). El bastón se va pasando y el que lo tiene en su poder es el que habla y el resto escucha. Cada persona que tiene el bastón expresa un sueño, al menos tiene que aportar uno. Se hacen tantas rondas de intervenciones hasta que no queden sueños (en cada ronda los participantes pueden no aportar, salvo en la primera).

El facilitador en la explicación de la actividad explica que hay 4 niveles de escucha: descarga (no importa si me escuchan o no), reconocer que lo que dice el otro me hace sentido (abierto a recibir), escucha empática (tanto el que habla como el que escucha), generativa (en la conversación aparece algo nuevo, reconozco algo en mí que no sabía).

También se estimula el proceso exponiendo que los sueños se consideraban una experiencia colectiva y objetiva para nuestros ancestros.

En el proceso se hace una meditación previa (tina kari), donde no hay conversación ni diálogo.

Cada sueño se va escribiendo en un papelógrafo. Tras finalizar la ronda de sueños, los miembros de cada subgrupo (juntos y simultáneamente) tienen que leerlos en voz alta, pero cambiando la redacción como si hubieran ya ocurrido.

Ejemplo:

El sueño "Que la coope sea más conocida en la comunidad valdiviana" se leería por parte del grupo como "La cooperativa fue conocida en la comunidad valdiviana".

Resultados del círculo del sueños

Sueños Grupo 1:

1. Que la coope sea más conocida a la comunidad valdiviana.
2. Que tengamos un grupo de agricultores aliados.
3. Que la coope crezca y sea referente en Valdivia.
4. Que la coope siga siendo abierta y acoja a soñadores.
5. Participar de una comunidad sostenible en el tiempo, evolucionar en las relaciones.
6. Campo con huertas, invernadero, abejas. Fusión de 100 productores y consumidores.
Es una imagen.
7. Que se incorpore más gente al consejo.
8. Que la coope sea espacio de crecimiento individual más colectivo.
9. Que tenga un restaurant de comida orgánica.
10. Que todo tengamos acceso a alimentación sana.
11. Que entre más gente y que esto sea una experiencia transformadora.
12. Que haya un grupo de productores comprometidos con la agroecología
13. Que tenga capacitación a los socios. Sobre huerto, elaboración de alimentos, etc.
14. Que la cooperativa tenga un toldo afuera, que sea visible.
15. Que el estante de afuera de la coope tenga intercambio de libros y ropa de regalo.
16. Que la cooperativa tenga un espacio grande pero a escala humana (restaurant + intercambio + inclusiva).
17. Que pueda vender productos a granel
18. Que tengamos un espacio de generación de proyectos bien equipado
19. Replicar el modelo de cooperativas en otras comunas de la Región y ser referente.
Capacitar en cómo ser cooperativa.
20. Que no perdamos nuestro norte. ¿Cuál es? Hay que consensuarlo.
21. Tener un sistema más efectivo de disposición de nuestra basura.
22. Que seamos más humildes, receptivos a otros proyectos similares que surjan.
23. Que la coope esté en evolución constante para superar la competencia a través de la diferenciación.
24. Que la coope pueda asociarse a otras coopes.
25. Que siga siendo un espacio de inspiración de que las cosas se pueden hacer diferente.
26. Que logremos relacionarnos efectivamente con instituciones públicas.
27. Que los precios no sean un problema, que se valore la coope más allá de los precios.



Sueños Grupo 2:

1. Potenciar el trabajo en red.
2. Coope con sucursales.
3. Incidir en instancias políticas
4. Coope que siga y más amorosa
5. Desarrollar y circulación de moneda local
6. Productores más empoderados
7. Adscripción a la economía del bien común
8. La tienda esté bien organizada
9. Educación para el consumo responsable.
10. Ciudadanía más consciente
11. Desarrollar y apoyo de huertos urbanos.
12. Que perdure para las próximas generaciones
13. La manzana en los barrios
14. Expansión del equipo...desarrollar otros modos de vida
15. Coope autofinanciada/autosuficiente económicamente. Sueldos dignos
16. Ampliación otros rubros del consumo
17. Que sustente formas de vida alternativas
18. Organización y administración distribuida
19. Que los productores sean productores conscientes (todos)
20. Banco de semillas
21. Que las verduras que se consumen sean orgánicas
22. Copete saludable y sustentable
23. Que la coope sea nuestra propiedad (casa propia)
24. Sin envases, todo a granel!
25. Abrir otras líneas de negocios
26. Que el espacio de Carlos en la naturaleza sea un lugar de encuentro de la coope con la naturaleza
27. Que todas las personas accedan a la alimentación saludable
28. Que la coope nos "apoye" en todas las etapas de la vida (*Aguanta Wish*)
29. Modelo inspirador de cambio...alimentación consciente
30. Que nunca dejemos de soñar
31. Coope que impulse activamente a productores para apoyar proyectos afines.
32. Una tienda y bodega un poquito más grande
33. Carnes

Sueños Grupo 3:

1. Amplia diversidad de productos y dejar de depender del supermercado
2. Acercar a la alimentación saludable a las escuelas por medio de la coope
3. Replicar el modelo de la coope en la región
4. Incorporar a las nuevas generaciones a la coope
5. Cambiar la percepción de las personas de la coope. Prejuicios (Elite)
6. Que se mantenga su espíritu como un punto de encuentro y espacio íntimo (grupo amigos, amor, cariño)
7. Llevar el quehacer de la coope a otras organizaciones a través de proyectos colaborativos
8. Re encantar a los productores con agricultura orgánica/humana
9. Reconocimiento y valoración desde el sector público
10. Visibilizar y conectar con otras organizaciones similares dentro y fuera de Chile
11. Re-encantar a los antiguos socios que se han alejado (re-conectarlos)
12. Crear mecanismos para que los productos lleguen a todos (DRAGON: \$)
13. Crear una moneda social
14. Ser un ejemplo de confianza

Tras la actividad del círculo de sueños se hace la pausa para el almuerzo.



c) Actividad 3. Planificación: definiendo objetivos.

Tras el proceso de Soñar, pasamos a la fase de planificación, comenzando con la fase de considerar alternativas.

Proceso

Sentados en círculo. Se entregan 3 post it a cada persona. Cada participante, tras leer de nuevo todos los sueños de los grupos, tiene que contestar a la siguiente pregunta

¿Qué 3 cosas tienen que suceder para que el 100% de los sueños se hagan realidad? Cada cosa se escribe en un post it

Se divide el grupo en 2 grupos de 10 personas cada uno

Cada participante por turnos va leyendo sus tres papeles (indicando sus iniciales en el papel) y lo va pegando en un papelógrafo según el tema (máximo 8 columnas). Una vez que cada participante ha colocado cada uno de sus papeles por temas el grupo, a través del diálogo, va proponiendo mover las propuestas de columna en función de la relación entre ellas. Si el que la ha escrito no está de acuerdo en moverla de lugar, no se puede hacer.

Una vez que el grupo ha colocado sus tarjetas y las ha recolocado tras el diálogo y debate grupal tiene que convertir las ideas reseñadas en cada columna en un objetivo. Los objetivos tienen que cumplir las siguientes características:

Tienen que tener límites, ser realizables (óptimo en 6 meses, pero no necesariamente), que impliquen acción (incluir verbos en su redacción), orientados al futuro

Para el proceso se pueden subrayar las palabras más significativas

Para la redacción de los objetivos cada persona o grupo de 2 personas, en función del grado de complejidad/número de tarjetas, redacta un objetivo cuya redacción final se consensua con cada subgrupo.

Tras el proceso desarrollado por cada subgrupo se procede a la integración de los objetivos redactados por cada subgrupo hasta llegar a los objetivos finales (por medio de un grupo formado por participantes de los dos subgrupos).

Se exponen los objetivos y en plenario se discuten su redacción.



Resultados:

Objetivos definidos por el Grupo 1:

Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen
Incluir a más socios en el trabajo cotidiano de la coope, así como en las actividades puntuales que se realizan	Aumentar la conciencia por la alimentación y consumo responsable en los valdivianos a través de la difusión, educación y divulgación amplia de estos temas desde la coope.	Fortalecer la cadena de valor del consumo responsable, empoderando a sus actores y mejorando sus relaciones	Detallar las etapas y sub-etapas necesarias para el logro de cada objetivo, diseñando actividades de motivación y que permitan el monitoreo de los logros, evaluando al finalizar cada etapa los nuevos factores que se han incorporado al proceso	Mantener y generar un espacio de confianza y crecimiento colaborativo	Generar espacios de reflexión que fomenten el trabajo cooperativo y colectivo	Evaluar el espacio físico de la coope para determinar mejoras y/o nuevos destinos
Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder
Grupo más grande de socios activos	Aumento de la conciencia	Fortalecer relaciones con actores (productores y servicios públicos)	Pasito a pasito	Lo mejor de cada uno	Conocimiento	Evaluar el espacio físico de la coope
Trabajo colaborativo de más socios (más participación)	Mayor interés en la sociedad por la alimentación responsable/sustentable	Incorporar a los productores a instancias más internas.	Persistencia = Perseverancia	Confianza en uno y los otros	Formación interna coope	
Continuar existiendo		Empoderar cadena (productores, servicios, consumidores, etc.)	Resiliencia	Voluntad	Capacitación y crecimiento personas y organización	
Incremento equipo/ socios más involucrados		Comunicar bien el mensaje a diversos grupos		Solidaridad		
				Confiar en nuestros sueños		
				Mantener el espíritu colaborativo		
				Afiato = Unidad = Aporte común		
				Conservar el espíritu y confianza en el modelo		
				Mantener la cohesión / amor/ pasión/ sueños, en el grupo de socios y usuarios		
				Mantener nuestros valores		

Objetivos definidos por el Grupo 2:

Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen	Objetivos resumen
Aumentar con mucho amor, la dedicación y motivación del grupo humano de la cooperativa	Generar una campaña educativa para escuelas de Valdivia sobre cooperativismo y alimentación saludable	Profundizar el conocimiento de los temas relacionados con las cooperativa a los socios y voluntarios para fortalecer y apoyar las capacidades/talentos de cada uno de los que llegan, tanto en la tienda como en proyectos futuros	Facilitar el cambio cultural y de paradigma a través de tareas educativas e inspiradoras	Ampliar el espacio físico de la coope para ofrecer actividades y lugares de encuentro entre socios, proveedores y amigos (la casa abierta de la coope)	Gestionar fondos económicos (externos y autogestionados) a través de la generación de una comisión de trabajo administrativa-financiera que permita concretar los sueños de: casa propia Ampliación tienda y bodega Salarios justos
Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder	Cosas a suceder
Dedicación prioritaria	Fortalecer alianzas afines	Fortalecer nuestras capacidades en todo ámbito	Masa crítica para el cambio	Un espacio físico más amplio para la interacción entre socios, proveedores y amigos de la coope (la casa de la coope)	\$ (dinero)
Querer	Educar	Talentos /capacidades (técnicas, conocimientos para profundizar los temas, etc.)	Cambio cultural		Fondos suficientes
Mayor inversión de cada uno en la coope	Educar		Autosoberanía contagiosa y amorosa		
Un equipo humano más grande y con más dedicación de tiempo remunerado	Instituciones y/o organizaciones		Conciencia colectiva actuando		
Personas dispuestas a trabajar en conjunto			Relocalización de la economía		
Perseverancia			Aumentar confianza en otros y en efectividad del		



			trabajo en grupo		
Voluntad amor energía			Cambio de paradigma en Chile y el mundo		
Motivación			Concientizarnos		
Amor radical					
Compromiso personal y apertura al otro					
Comprometer					
Un modelo de transferencia tipo "franquicia" para replicar la tienda en otros barrios o ciudades					
Que los frutos de la coope tengan su propia vida, es decir, que puedan seguir existiendo sin que estén presentes las personas que crearon los proyectos					



Selección de los objetivos estratégicos

Tras los objetivos diseñados por cada grupo se resumieron en 6 objetivos que posteriormente fueron votados por todos los participantes (3 votos cada persona).

Los objetivos finales redactados en unos post it se pegan en papelógrafo. Cada participante tiene 3 votos para priorizar los objetivos que sean más estratégicos. Una persona puede dar máximo 2 votos a un mismo objetivo.

Los 6 objetivos y sus votos finales fueron:

Objetivos finales	Votaciones
Aumentar con mucho amor, el tamaño, la dedicación y motivación del grupo humano de la coope.	15
Generar experiencias educativas locales para transformar la conciencia en torno al consumo responsable y cooperativismo	9
Establecer instancias de retroalimentación, capacitación y crecimiento personal y colectivo de los miembros de la coope.	13
Fortalecer las relaciones y capacidades de los actores involucrados en la cadena del consumo responsable	10
Evaluar si el espacio físico de la coope es adecuado para los nuevos desafíos planteados soñados	6
Gestionar fondos económicos externos y autogestionados a través de la generación de una comisión de trabajo administrativa financiera	7

Para la siguiente fase/actividad de planificación se trabajaron en dos grupos.

El primer grupo trabajó con los objetivos 1, 2 y 4

El segundo grupo con los objetivos 3, 5 y 6

Actividad 4. Planificación. Definiendo un plan de acción

Proceso:

Se divide los 6 objetivos en dos grupos (3 cada uno)

Cada persona tiene varios post it y se escriben tareas de cómo conseguir esos objetivos. Se lee un objetivo y cada persona escribe las tareas. En cada post it además de la tarea se escribe un círculo, que posteriormente permite identificar si la tarea está comenzada (un cuarto de círculo tapado), en medio del proceso (medio círculo tapado) o terminada (círculo tapado).

El primer grupo define las tareas para los objetivos 1, 2 y 4

Aumentar con mucho amor, el tamaño, la dedicación y motivación del grupo humano de la coope.
--

Generar experiencias educativas locales para transformar la conciencia en torno al consumo responsable y cooperativismo

Fortalecer las relaciones y capacidades de los actores involucrados en la cadena del consumo responsable
--

El otro grupo tiene las tareas para los objetivos 3, 5 y 6

Establecer instancias de retroalimentación, capacitación y crecimiento personal y colectivo de los miembros de la coope.
--

Evaluar si el espacio físico de la coope es adecuado para los nuevos desafíos planteados soñados
--

Gestionar fondos económicos externos y autogestionados a través de la generación de una comisión de trabajo administrativa financiera

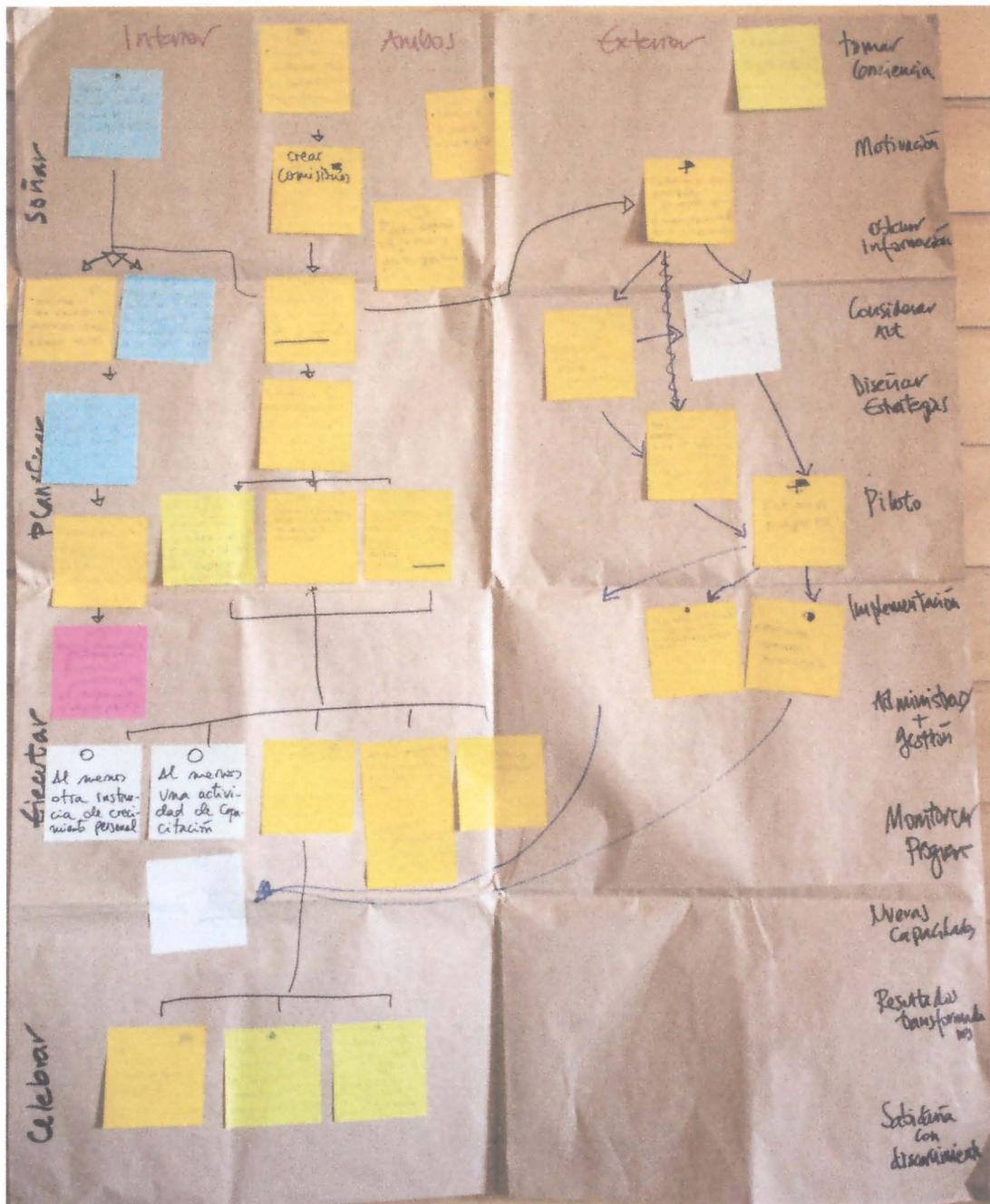
Tras redactar las tareas, cada post it debe ser colocado en un papelógrafo según las cuatro etapas del Dragon (Soñar, Planificar, Ejecutar y Celebrar) y según si es una tarea interior, exterior, o de ambos ámbitos.

Mezclado para los 3 objetivos (permite identificar las líneas de acción)

Se van poniendo en el papelógrafo y se ordenan y se desechan las tareas repetidas o se unen las relacionadas, estableciendo de esta forma un flujo de trabajo (de cada tarea debe salir o entrar al menos una flecha).

Tras la revisión de los planes de acción el grupo debe designar responsables y hacer cronograma de ejecución además de revisar que tareas ya están realizadas o medio realizadas.





Comentarios Ana Sánchez (sistematizadora del proceso)

La fase final de planificación está incompleta y algo difícil de resumir. La falta de tiempo jugó en contra para la complejidad de la misma. El resumen ha sido realizar un mapa mental con las tareas definidas y el orden en que parecen en el esquema del papelógrafo.

Las tareas están solapadas por diferentes objetivos y no ordenadas, especialmente en el grupo 1 (que tenía objetivos más dispares).

Por otro lado hay tareas definidas que superan el límite de los 6 meses con lo que deberían ser revisadas.

Como resultado muy positivo, con este proceso se ha podido definir los 6 objetivos estratégicos que entiendo deben ser trabajados en la asamblea



general, junto a las brechas y oportunidades detectadas para conseguir los mismos.

Se propone que esta actividad final sea revisada por medio de un pequeño grupo de los participantes asistentes a la sesión del 18 de marzo o ser evaluado previamente por el equipo coordinador del proyecto FIA para que el insumo final, la planificación, sea completada y compartida.

Listas de asistencia

Nombre y Apellido	Firma
ALEJANDRA VAÑEVEZ	
Cristian Gonzalez	
Yoselin Escobedo	
RONALD JAVIER P.	
Alexia Woldarsky	
Robin Weisselberg	
ELISA COBOERO	
Marivida Catrileo C.	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales agroecológicos





Lista de participantes proyecto FIA PYT 2016-0828

Actividad: Foro de Gestión de Negocios Fecha: 18-3-2017

Nombre y Apellido	Firma
Claudia Leviloy	
Marciana Jiménez Tosta	
Royce Caceres H.	
Montserrat Lara Sutilov	
ALBERTO TACÓN	
Marygrace Balinas	
Mónica Abello	
GUINEANO BINIELS SÁEZ	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales



Lista de participantes proyecto FIA PYT 2016-0828

Actividad: JORNADA CONSEJO ARIADO Fecha: 18/03/2017

Nombre y Apellido	Firma
Dafne Los Mares	
KATHERINE HERRERA CASTILLO	
Paloma Quevedo M	
Lina Forstman Q.	
Johannes Forstman	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales





Sistematización Actividad con socios/as de la Cooperativa

Fecha: Sábado 6 de mayo de 2017.

Lugar: Quincho Isla Teja Norte (UACH)

Participantes:

Claudia Urzúa
Alberto Tacón
Angelica Plaza
Stephanie Brunner
Paola Lozada
Rayen Catrileo
Isabel
Alejandra Vásquez
Robin W.
Daniel Lhur
Claudia Levicoy
Bernardita Brinker
Guillermo Binimelis

Camilo Ruíz
Carlos Gallardo
Alexia Wolodarsky
Soledad Guala
Macarena Pizarro
Angélica Romero
Paz Peña
Ronald Javet
Duncan Christie
Juan
Úrsula Fernández
Mahuida Catrileo
Francisco Torres

Objetivo general:

Evaluar el posicionamiento de los socios y socias de la cooperativa la Manzana con respecto al objetivo del proyecto FIA y decidir qué valores aportar al proyecto/objetivo del mismo.

Objetivos específicos:

Evaluar posicionamiento de los socios con respecto al objetivo
Incorporar valores compartidos al proyecto

Metodología**Exposición del objetivo de la misma**

Posicionamiento. Cada socio en un post it escribe su nombre, el valor de la escala en que se sitúa personalmente (1-7) con respecto al acuerdo con el objetivo, y lo sitúa en el escalómetro (un papelógrafo con el objetivo escrito en la parte superior y los valores de 1 a 7 (siendo 1 menor acuerdo con el objetivo y 7 el máximo acuerdo con el objetivo).

Entendiendo la posición a través de la escucha activa. Cada persona libremente pregunta a una persona participante, cuál es la razón por la que se ha situado en esa posición. La persona interpelada responde sus razones. Tras su respuesta la persona que le preguntó hace escucha activa, que implica que resume (sin valorar ni aportar más) lo que la persona ha dicho. Tras su resumen se consulta a la persona a la que se preguntó su posición, si está de acuerdo con el resumen. Si es así, la persona que preguntó tiene que escribir el resumen en un post it y situarlo en el papelógrafo junto al post it de la persona que indicaba su posición. Este ejercicio se repite con varios participantes.

Aportando valores. Tras la fase de escucha activa que ha permitido identificar las razones de cada posición, cada persona aporta un valor a este objetivo. Se conceptualiza como un regalo que aporta a la cooperativa y sus miembros. Cada valor es escrito en un post it. Una vez que cada persona ha escrito un valor y lo ha compartido se invitó a los participantes a incluir nuevos valores, que pensaban que eran importantes añadir, y que no estaban representados.

Resultados de cada fase del proceso**Fase Posicionamiento.** Puntuaciones participantes.

Claudia Urzúa 6

Alberto 7

Angelica 5

Stephanie 6

Paola 6

Rayen 5

Ysabel 4

Ale 6.5

Robin 6

Daniel 5.8

Claudia L. 6

Bernardita 5

Guillermo 5

Camilo 4

Carlos 5



Alexia 6
Soledad 6.5
Macarena 5
Angélica Romero 6
Paz 6
Ronald 5
Duncan 5
Juan 4
Úrsula 5
Mahuida 6

Fase Escucha activa. Resúmenes de las posiciones de cada persona interpelada.

Alberto (7): *La coope debe ser la principal referencia en esta plataforma de circuitos cortos.*

Paola(6): *El objetivo original de la coope no se ha alcanzado y se requiere impulsar los valores de comunidad.*

Daniel (5.8): *Está de acuerdo con la visión por eso la califica bien. No obstante extraña el ámbito educativo de los socios y la comunidad, como también el mismo consumo de alimentos (que los socios sean más activos en la disposición de productos).*

Claudia L. (6): *las palabras posicionar o principal evocan valores de competitividad y aspiraciones que se alejan del espíritu de la coope. Por otro lado faltan elementos de solidaridad, participación, amistad, etc.*

Bernardita (5): *Está de acuerdo con la visión planteada y se coloca en el 5 respecto a su aporte personal de conseguir realizar este objetivo.*

Guillermo (5): *Meli evalúa con un 5 la misión que la coope cumple como un buen lugar, pero no necesariamente como "la principal" plataforma, pero si dentro de un número de personas.*

Carlos (5): *La coope como plataforma de comercio está bien, pero falta desarrollar más el aporte en materia de educación respecto a la forma de nutrirse.*

Juan (4): *Juan está de acuerdo con la visión de la coope, pero considera que su participación es intermedia.*

Fase Aportando valores. Listado de valores aportados por los participantes.

Entusiasmo
Participativo
A través de la participación y amorosidad
Amistad Familia
Valentía
Justicia Social
Compartir
Creatividad
Responsabiidad
Participación
Valor y Newen
Justo

Respeto
Red distribuida
Cooperativista
Educación
Módulo social económico cultural y ecológico colaborativo
Honestidad
Diversión
Amor
Hacer comunidad en todo sentido
Compromiso (2 veces)
Colaboración
En comunidad
Comunitariamente
Creando comunidad
Claridad (a productores y socios)
Información, promoción y difusión
Asesoría

Grupo Focal (Focus Group) con socios y socias de base.

Lugar: Espacio en Construcción

Fecha: 4 de mayo 2017

Asistentes:

Jilles Van Gastel
Francisco Torres
Carla Bizama
Antonia Acuña
Natalia Barría
Bernardita Birkner.

La realización del grupo focal surge como herramienta de diagnóstico que permita **diseñar estrategias para aumentar la participación y compromiso de los socios/as en la cooperativa**, a través de la visión de los socios y socias de base (que no forman parte de los órganos sociales que lideran actualmente la cooperativa). Este objetivo específico se deriva del objetivo general, definido durante la metodología del *Dragon Dreaming* de "aumentar con mucho amor, el tamaño, la dedicación y motivación del grupo humano de la cooperativa" (objetivo definido en la sesión del 18 de marzo).

Los objetivos específicos del grupo focal fueron:

Identificar qué necesidades satisface la cooperativa a cada participante (que le ha aportado en el pasado o le está aportando en el presente).

Identificar necesidades futuras que creen que podría satisfacer en el futuro a sus socios.

De qué distintas formas puede (o podría) participar un socio/a en la cooperativa y como promover su participación.

La metodología se realizó a través de preguntas abiertas, que motivaran la reflexión grupal. Fueron las siguientes:

Presentación. ¿Qué les motivó a incorporarse y cómo es su relación



actual con la cooperativa?

¿Qué necesidades satisface la cooperativa a cada participante, que les aporta?

¿Qué querrían que les aportara y no les está aportando?

¿Qué debería implicar para un socio (obligaciones mínimas) el ser miembro de la cooperativa La Manzana?

¿Qué estrategias se podrían diseñar y ejecutar desde la cooperativa para que aumente la participación de los socios/as?

Para el grupo focal se invitaron a 15 socios y socias de la cooperativa, asistiendo finalmente 6 de los invitados/as.

Presentación de los asistentes

La mitad de los asistentes llevan desde el inicio de la conformación de la cooperativa, el resto se ha incorporado en distintos momentos. Unos cuando la cooperativa entró en crisis económica y se buscaron nuevos socios para reflotar el proyecto, y otros se incorporaron al empezar a residir en Valdivia (por familiares previos que eran socios o directamente).

Las razones que les motivó a unirse fueron ideológicas, considerando que el modelo de cooperativa de consumo era importante que existiera, que hubiera espacios de este tipo en Valdivia.

La mayoría son consumidores ocasionales y de determinados productos muy específicos. Algunos compran dos veces al mes y otros menos. Algunas personas están en los últimos meses más alejados de la cooperativa y desde hace tiempo no consumen. Un ejemplo es de el de dos participantes a la actividad, que estaban en la canasta y que por cambio de las condiciones (no reparto a domicilio o acabarse el plazo para forma parte del grupo), no están desde hace meses en este producto.

Ninguno se abastece de forma integral en la cooperativa, ni son consumidores de todos los productos que la misma ofrece. Algunas razones por este bajo consumo son el sobreprecio de los productos frescos, en relación a otras alternativas más económicas (la feria), o porque son productores. Otras razones son la accesibilidad (ciclo vía dificultada acceso en la actualidad) y la falta de tiempo, que les hace decantarse por opciones más rápidas y cercanas.

¿Qué necesidades satisface la cooperativa a cada participante, que les aporta?

Todos los asistentes comparten que uno de los aportes importantes que les hace tiene que ver con el sentimiento de ser consumidor responsable, de poder elegir (filosofía/ideología que hay detrás de este modelo) y por lo tanto aportar a un cambio social desde el consumo. También valoran el trato más humano y cercano: saber de dónde vienen los productos, su calidad, que precio es más justo para los productores, que implica desarrollo local.

Satisface el acceso a productos que normalmente no se venden en los supermercados (productos ecológicos), ni otras tiendas (productos orgánicos/ecológicos).

Algunos participantes señalan además que les podría satisfacer mucho más de lo que actualmente les satisface, pero la puesta en práctica les cuesta más, no se hacen la rutina de ir a comprar de manera periódica, por problemas de

tiempo y accesibilidad.

Se señala también que la cooperativa es una buena instancia para mandar a turistas a consumir y comprar local y hay personas que hacen este enlace para que haya más consumidores.

En este apartado se reseñan **algunas barreras que dificultan el consumo**: el acceso (desde que está la ciclo vía), los precios más caros en algunos productos, falta de información de algunos aspectos (forma de selección de productos).

¿Qué querían que les aportara y no les está aportando?

Se vuelve al tema de los precios, porque es una dificultad reseñada en el apartado de la presentación, y se considera que son justos y con buen criterio, y que quizás la forma de reducir costos fuese que se pudiera comprar más a granel y que fuera más masivo la compra en la tienda (para disminuir costos de administración).

Una de las participantes comenta las dificultades que tiene todo el tema logístico de las compras a granel, porque hay pocos volúmenes, los costes de transportes, las tareas de fraccionamiento y reparto, son caros, etc. También se explicita que no se sabe cuál es el modelo de consumo que se quiere promover desde la cooperativa.

Otro aspecto es la accesibilidad a la tienda que se ha dificultado con la obra de la ciclo vía, y que dificulta estacionar y comprar con facilidad. Mejor acceso permitiría que fuera más fácil ir a comprar de forma más periódica.

También una necesidad es que se vuelva al reparto de la canasta a domicilio y que haya más información a través de las redes sociales, que es un sistema más directo.

También se señala que anteriormente determinadas informaciones, como el documento excel que se enviaba por correo con los productos y precios, permitía una mejor planificación previa de las compras, y que el sistema no lo permite tanto.

Otra necesidad que se señala es que la cooperativa tenga sección de material educativo (orientado al consumo responsable), artesanía y productos culturales (libros, música, etc.) locales. De esta forma la cooperativa sería una garantía de las artesanías hechas en Valdivia por artesanos locales. Esto podría implicar un mercado de los turistas que visitan Valdivia.

También se señala la importancia de que la cooperativa haga acciones referidas a formar a consumidores responsables y lo que significa consumir en la Manzana frente a consumir en otros espacios, informar de qué se vende y por qué, a través de talleres u otras actividades. Se señala que en la web ha habido reclamos de gente de fuera de la cooperativa haciendo alusiones al trato y baja profesionalidad, y que esto se podría contrarrestar, proporcionando mayor información en la tienda a los consumidores.

En este apartado se hace una consulta referida al liderazgo. Se motiva esta pregunta porque en varias ocasiones los intervinientes se refieren a la cooperativa como "ellos". La facilitadora consulta ¿quiénes son "ellos"? y si los participantes se identifican como parte de la cooperativa.

Se comenta que la cooperativa tiene unos liderazgos *super claros*, que se han mantenido en el tiempo (grupo constante y notorio) y que esas personas están tanto en lo grande, como en lo pequeño (en el día a día). Se manifiesta mucha confianza en el equipo y en su capacidad de hacerlo bien, que está demostrada



tras estos 7 años de trabajo.

Una de las dudas que surge durante esta reflexión es si es necesario que más personas trabajen en las funciones y a tareas que demanda la cooperativa, o en que haya más consumidores.

¿Qué debería implicar para un socio (obligaciones mínimas) el ser miembro de la cooperativa La Manzanera?

“¿Además de la cuota de ingreso?” es la pregunta que uno de los participantes hace al iniciar este bloque del grupo focal.

Se reflexiona sobre las compras mínimas (en la actividad económica de la cooperativa), y sobre cuanto debería ser y con qué periodicidad. Algunos intervinientes indican que esto puede producir una discriminación o que muchos socios se vayan de la cooperativa si se exigen estas medidas.

Otras participantes comentan que los socios deberían participar en las actividades que desarrolla la cooperativa, como el encuentro anual y otras actividades. Pero surge de nuevo la dificultad de los tiempos, y que mucha gente tampoco participa en estas instancias por la falta del mismo. Ser socio no debería significar solo tener un 5% de descuento en las compras, sino implicar más compromiso.

Se establece que hay participación de personas que nos son socios (por ejemplo consumidores que van a la tienda de forma periódica pero no son socios). Surge la pregunta de por qué estas personas no se incorporarán como socias, y si es porque nadie les ha ofrecido.

Hay socios que participan de forma muy activa, aunque comprenden poco, pero que hacen una labor muy importante de promoción y difusión.

Aparece el concepto de que en este tiempo, desde que se creó la cooperativa, los compromisos han ido disminuyendo. Cuando la tienda se abría solo un día a la semana la gente se programaba e iba y ahora que está abierto a diario, algunas personas no van. Se propone como idea que anualmente haya una jornada de puertas abiertas y que haya actividades para explicar sobre consumo responsable y se manifiesta que el encuentro cumple mucho esa función porque tiene una perspectiva muy integral.

La facilitadora pregunta si entonces hay una gran diversidad de formas de estar comprometido con la cooperativa y si es el consumo lo que debe definir la identidad de la cooperativa o solo estar de acuerdo con el modelo y la ideología que hay detrás.

Los participantes comentan que el consumo responsable es lo que diferencia la cooperativa y que lo que es su “corazón”. “se es consumidor responsable no solo cuando se compra en la manzana” ... “la cooperativa se convierte en un espacio de aprendizaje que se puede llevar a otros espacio”, y que por esto la labor de la cooperativa debe implicar un cambio en los socios, en los diversos aspectos que implica el consumo, “debe fomentar un estilo de vida, no ser solo una tienda” (se pone como ejemplo el trabajo del huerto que hay fuera de la tienda, que es educativo, además de bonito).

¿Qué estrategias se podrían diseñar y ejecutar desde la cooperativa para que aumente la participación de los socios/as?

En este apartado se referencian una serie de ideas, que se inician como la reflexión previa de si aportar en la cooperativa es hacer turnos en la tienda, ya que eso es complicado para muchas personas por temas de tiempo, pero a veces es lo más visible, lo primero que se le ocurre a los socios y socias, cuando se les pide o se manifiesta que hacen falta más personas.

Las propuestas que se reseñan por los participantes son varias.

Generar listado de tareas/funciones necesarias y que los socios pueden responsabilizarse de las mismas, incluyendo tareas que se puedan programar en cualquier hora o que se hagan a distancia (por ejemplo internet). Se considera que esto es una buena media ya que hay mucho capital humano y con competencias y experticias diferentes que podrían aportar mucho a la cooperativa. Así cada uno aporta desde lo que mejor sabe hacer o lo que más le acomoda/gusta, que es más motivante.

Enlazada con la idea anterior, se propone que hay un listado/base de datos de socios con sus cualidades y talentos, no solo con su profesión.

Se propone un modelo de 1-1, donde cada miembro del grupo motor le proponga a un socio que le apoye. Esto produce la motivación de ayudar a personas concretas, y es más motivador ayudar a los amigos/as.

Ampliar la línea de productos incorporando productos de artesanía, música, libros, locales, orientando a visitantes/turistas que vienen a Valdivia y hacer volantes de la cooperativa para dar y que muestre que sus productos son locales y ecológicos/orgánicos.

Comunicacionalmente hay que mejorar que el que entra a la tienda sepa que es una cooperativa y lo que implica (no se percibe suficiente claridad con la información actual en la tienda).

Pedir acciones puntuales, muy concretas, pequeñas acciones a los socios que permitan incrementar progresivamente el compromiso de los socios y socias y que se valore este aporte que hacen los socios, aunque sea pequeño.

No solo pedir ayuda en las urgencias y en las crisis. Hay una idea de que la cooperativa no necesita ayuda y que funciona bien y para los socios es difícil percibir que ayuda se necesita desde el exterior.

Promover que los socios capten más socios o más consumidores, porque eso permitirá además que se paguen mejores salarios a las personas que trabajan en la tienda.

Ultimas reflexiones

La facilitadora invita a cerrar el grupo focal con una reflexión final por parte de los participantes.

Una participante resume esta instancia de la siguiente forma:

"las organizaciones que están constantemente mirándose a sí mismas están destinadas a vivir y no a morir".

Se hace referencia a que lo importante es el modelo que se está proponiendo, el precio de la cooperativa es más real, y por tanto, hay que generar la información de *¿por qué voy a pagar más?* ". Se considera que Valdivia tiene que incorporar a la cooperativa como parte de la ciudad, de su identidad, la cooperativa no debe ser una "burbuja" en la ciudad.

Y *"que no se pierda ese sentido social...que no solo es un intercambio económico, porque eso es importante"*

Todos agradecen la invitación a esta instancia ya que sirve no solo para



aportar, sino para conocer otros socios y socias y que además permite motivar a participar e implicarse más, ya que se perciben que si hay necesidades y que cada uno puede ser un gran aporte.

Propuesta de Líneas de fortalecimiento organizacional (periodo 2017-2018).

Tras el desarrollo de las diferentes acciones de la consultoría y el trabajo de revisión y seguimiento con el grupo motor de las mismas, consideramos que las líneas de acción a desarrollar para fortalecer la organización interna de la cooperativa La manzana se resumen en 5 aspectos:

Orgánica societaria.

La cooperativa, tras el periodo de consolidación de su actividad principal y de la tienda como herramienta, se plantea nuevos retos, que exigen una revisión de la estructura societaria actual.

La brecha principal detectada era la sobrecarga de trabajo, al ser un grupo pequeño con altas cargas de responsabilidad y tareas. La primera medida, ya puesta en práctica, ha sido la incorporación de nuevas personas a los órganos societarios.

Las medidas de acción propuestas para desarrollar en la siguiente fase serían:

Diseño de de Organigrama a través de los valores cooperativos

Crear y poner en práctica el modelo de organización interna de la Manzana, teniendo en cuenta sus valores como empresa cooperativa, que implica:

Fomento participación de todos los socios y socias en el mismo.

Basado en la toma de decisiones democráticas.

Que responda a los principios de libre adhesión, educación, información y compromiso con el entorno.

Propuesta de características del modelo organizativo:

Definición de funciones y/o órganos en base a objetivos/fines y no a tareas.

Roles en base a grupos de tareas y/o actividades similares y coherentes, necesarias para cumplir esos objetivos.

Identificación de relaciones de interdependencia entre los diversos roles/funciones/tareas.

Metodología que permita el aporte a todos los socios y socias en diferentes grados de dedicación, es decir, adaptado a sus competencias, intereses, tiempo disponible y espacios en los que se encuentran.

Elaboración de Instrumentos de Autorregulación

Estatutos. Revisión y actualización a la nueva realidad

Reglamento interno que permita recoger las normas de funcionamiento específico de la cooperativa, según su misión, valores y principios.

Junta de Vigilancia. Potenciación como órgano independiente y activo, que permite la autorregulación interna de la cooperativa desde sus propios socios y socias.

Orgánica líneas de trabajo

La cooperativa, tras su periodo de consolidación, requiere de una revisión de la misión, visión, valores y objetivos de la cooperativa, y su posterior actualización de la planificación estratégica, para desarrollar los nuevos retos y la nueva etapa de la cooperativa.

Esto implicaría las siguientes acciones:

- Conceptualización de las líneas de trabajo, como medio e instrumentos para conseguir los fines/objetivos de la cooperativa.
- Definición de las diferentes líneas de trabajo, sus objetivos y alcances.
- Protocolos de funcionamiento que permitan derivar las tareas y funciones necesarias y recoger todo el conocimiento que ha permitido el buen funcionamiento de las actividades de la cooperativa
- Tienda
- Proyectos (productores locales, consumo responsable, etc.)
- Gestión económica/financiera que permita la diferenciación y evaluación de cada línea de trabajo.

Información

Una de las debilidades detectadas en la consultoría es que parte del conocimiento que ha generado la cooperativa no está registrado documentalmente. La cooperativa ha generado mucho conocimiento sobre la actividad que desarrolla (gestión del tienda y proveedores, gestión de proyectos, gestión societaria, etc.), que se ha producido a través de la práctica y la resolución de problemas. Al mismo tiempo se está promoviendo la participación y la rotación de las personas, lo que implica que la información y conocimiento se gestionen de forma que estén a disposición de las personas, para las que es relevante cada información y/o conocimiento.

Esta línea de acción para el fortalecimiento organizacional implica varias fases:

- Gestión documental de la cooperativa
- Identificación de la información relevante para la cooperativa.
- Criterios y protocolos de incorporación de productos.
- Protocolos de funcionamiento de tienda y proyectos.
- Datos de proveedores y trazabilidad de productos.
- Base de datos de socios/as, clientes, proveedores, organizaciones y organismos relacionados.
- Actas de acuerdos en Consejo de Administración, Asambleas, comisiones, etc.
- Documentación societaria: estatutos, reglamentos, plan estratégico, planes de acción, etc.
- Otra información relevante a detectar.
- Definición de sistemas de registro, ordenamiento, almacenamiento, y actualización, basados en las tecnologías de la información.
- Acceso a la información (Difusión de la información):
- Definición de los niveles y herramientas para la difusión de la información relevante.
- Protocolos y prácticas de seguridad de la información, velando por el principio de transparencia, que permita desarrollar la participación democrática.



Comunicación interna

Para cualquier organización, independientemente de su naturaleza y objetivos, se considera muy importante y relevante el sistema de comunicación interna, ya que es una herramienta transversal a la mayor parte de los procesos de organización societaria.

Esto se intensifica en el caso de las empresas cooperativas, ya que su funcionamiento se basa en la gestión participativa y democrática, por parte de todos sus miembros, lo que supone diseños de sistemas más horizontales y difundidos, que permitan el acceso a la información y a la toma de decisiones a todos los socios y socias.

El modelo de comunicación interna implicaría partir de un concepto de la comunicación mutidireccional y recíproca, es decir, donde todos los socios y socias sean emisores y receptores promoviendo la escucha activa.

En esta línea de acción para el fortalecimiento organizacional, se recomienda realizar previamente una evaluación sistemática, de los medios y herramientas de comunicación usados, la eficacia y eficiencia en la difusión, y la calidad y fidelidad de la información que transmiten y el grado en que permiten la participación efectiva de todos los miembros de la cooperativa.

En este sentido habría dos aspectos a abordar:

Diseño de estrategias y metodologías de comunicación interna que permitan mejorar la toma de decisiones participativas y democráticas, y el funcionamiento organizacional, incorporando la perspectiva de los valores y principios que definen la cooperativa.

Definición de herramientas comunicacionales, sistematización de la información generada y difusión de la misma (que se enlaza con el punto anterior de Información), que permita la información actualizada y accesible para todos los implicados y la retroalimentación (*feedback*), por parte de todos los socios y socias.

El modelo debería considerar los diferentes sistemas y niveles, adecuándose al organigrama diseñado para la cooperativa, incluyendo al menos los siguientes niveles:

Entre los miembros del Consejo de Administración.

Entre Consejo y grupos de trabajo/comisiones.

La Cooperativa, como organización, con todos sus socios y socias.

Los socios y socias con los órganos de administración y control de la cooperativa (Junta de Vigilancia).

Entre socios y socias.

Comunicación externa

En el diagnóstico de brechas y oportunidades se ha detectado que si bien la cooperativa está bien posicionada en la ciudad de Valdivia y en la región, como cooperativa de consumidores, todavía hay algunos sectores que tienen una imagen deficiente de su trabajo y del modelo que desarrolla.

El desarrollo de la actividad de la cooperativa implica fuertemente la relación con el entorno, tanto con organismos y organizaciones que participan de sus mismos objetivos y con los que se desarrollan acciones conjuntas, como con otros públicos generales.

Un grupo de actores exteriores a la cooperativa muy importante, desde su conceptualización como plataforma de canales cortos de comercialización, son los productores y productoras locales y regionales.

Otro nivel de relación exterior implica a aquellas personas consumidoras, que no son miembros de la cooperativa (relación es de cliente/proveedor), y que principalmente son los vecinos y vecinas de la ciudad de Valdivia.

Por otro lado, desde su conformación, ha dado un papel primordial a la educación en los ámbitos del consumo responsable, el medio ambiente, etc., implicando por tanto a todas las personas de su territorio de acción (local y regional).

Todos estos elementos implican a colectivos y personas al exterior de la cooperativa con los que la misma necesita comunicarse, y por tanto, implica las siguientes medidas:

Diseño de Estrategias, metodologías y herramientas de comunicación con los siguientes públicos:

Consumidores/as

Productores/as locales

Organismos públicos

Organizaciones relacionadas

Conclusiones

De las actividades realizadas, se desprenden algunas conclusiones a ser incorporadas, desde la mirada de las brechas y oportunidades de la cooperativa:

Se requiere el diseño de Organigrama de la cooperativa basado en funciones (objetivos, tareas y proceso de realización) y no en puestos cerrados y verticales, que se adecuen al carácter plural y democrático de la cooperativa, considerando las variadas competencias y actitudes de los y las miembros de la cooperativa.

Se debe incorporar un sistema de detección de conocimientos y competencias de los socios/as, que permita identificar que personas pueden apoyar las diferentes funciones y tareas necesarias para el desarrollo organizacional.

Generar el diseño y/o revisión de sistema de productos ofertados y sus criterios de inclusión, aprobado por la Asamblea, a través de comisión



liderada por el Consejo de Administración y que incluya socios de bases. Esta comisión tendría la responsabilidad de definir el sistema de evaluación de productos y los criterios de priorización de productos a incorporar en la cooperativa.

Incrementar el compromiso de los socios y participación socios en la cooperativa, definiendo sistemas de motivación, que tengan en cuenta las diferentes necesidades y situaciones vitales de los socios y las necesidades de la cooperativa en el desarrollo de sus actividades socioeconómicas.

Mejorar sistemas organizativos internos e incrementar el compromiso en tareas organizacionales de un mayor número de socios y socias.

En relación a los objetivos del programa de fortalecimiento, las debilidades detectadas hacen referencia a la orgánica de la cooperativa, existiendo pocas personas implicadas, con gran sobrecarga por las muchas funciones y tareas que desempeñan a distintos niveles, tanto operativas como societarias, lo que dificulta el crecimiento organizacional.

Las fortalezas indican que existe un grupo motivado y cohesionado, con grandes índices de confianza, respeto y amor, lo que permite acercar y motivar a otros socios y socias, desde esta dimensión de lo relacional y colaborativo.

Se debe diseñar estrategia de posicionamiento a través de acciones educativas y comunicacionales

Dentro de las oportunidades detectadas se identifica que la cooperativa tiene un posicionamiento dentro de la ciudad de Valdivia y en la región de Los Ríos que puede ser potenciado por el mayor interés de los consumidores en los temas del consumo responsable y el impacto medioambiental del consumo. Al mismo tiempo se considera que existen sectores que no conocen o malinterpretan el modelo de la cooperativa.

Los valores que aportan los socios y socias de la cooperativa se alinean bien con los aspectos que la definen como modelo de consumo cooperativo, primando los aspectos relacionales y comunitarios en su esencia/identidad. Esto nos lleva a pensar que la dimensión comunitaria y educativa de la cooperativa es el elemento principal que motiva y cohesiona al grupo más comprometido y participativo de los socios y socias de la Manzana.



Anexo 2: Reuniones con actores estratégicos y Mapa de Actores

1. Sistematización Actividad con productores agroecológicos

Fecha: Miércoles 3 de mayo de 2017.

Lugar: Escuela Agroecológica de Paillaco

Participantes:

11 Agricultores/as

4 Representantes Cooperativa

Modera: Ana Sanchez

Objetivos

1. Fortalecer las relaciones con los productores agroecológicos vinculados a la cooperativa La manzana en el desarrollo de canales cortos de comercialización.
2. Identificar brechas y dificultades existentes entre productores y consumidores en el desarrollo de canales cortos de comercialización a través del modelo de cooperativa La Manzana.
3. Diseñar vías de trabajo conjunto para superar las brechas.

Metodología

Fase 1. Bienvenida.

Tras la recepción de participantes con un desayuno, la cooperativa expuso a los asistentes el modelo de canales cortos de comercialización de la cooperativa La Manzana y las brechas detectadas en el proyecto anterior (Brechas de la cadena productiva en general) y los objetivos del proyecto FIA que se está desarrollando.

Fase 2."Identificación de dificultades para superarlas".

Proceso de identificación de brechas y dificultades de productores y consumidores en el trabajo de desarrollo de canales cortos de comercialización.

Metodología:

Cada participante (productores y consumidores cooperativistas), de forma individual, definió cuáles eran las dificultades concretas que ha experimentado en la comercialización de productos agroecológicos, a través del canal de comercialización

con la cooperativa La manzana (los productores desde su perspectiva y los consumidores desde su punto de vista). Cada idea, de forma independiente, se escribió de forma resumida en un post it.

Tras la reflexión individual, cada participante expuso sus ideas que se fueron pegando en un papelógrafo común. Las ideas similares se fueron agrupando en un mismo apartado (el objetivo era que quedasen máximo 4-5 grupos de dificultades). Las ideas se agruparon en dos aspectos finales: Planificación (Producción y Logística) y Comunicación (Redes y Compromiso).

Listado Dificultades detectadas aportadas por los participantes:

Disminución de volumen de verduras en invierno

No tener suficiente producción

Necesidad de más producción, más productores

Pocos productores entregando regularmente para las canastas

Aumento de productores para mejorar volumen y diversidad

Información en variedad de productos que la cooperativa necesita

Conocer qué productos sembrar para luego vender

Saber qué necesita la cooperativa que entreguemos, para poder producir de acuerdo a sus necesidades

Conocer que volumen debo sembrar para luego vender

El riesgo de sembrar una hortaliza "especial" y no saber si la comprarán (si no lo logra vender la manzana, menos la venderé yo)

Información sobre el contenido de la canasta por temporadas

Planificación de la producción:

-volumen

- variedad

Implica más y mejores canastas

Tener planificación de la producción

Establecer cronogramas de entrega de productos

Ponernos de acuerdo para la siembra y continuidad de ventas en el tiempo

Trabajo con cada uno de nosotros



Poca diversidad de productos

Se avanza! Pero tenemos que tener más diversidad de productos

Temor del que producto que yo sembré no se de de la manera en que yo esperaba

Dificultad de gestión de verduras de hoja en tienda

Datos donde conseguir semillas buenas y limpias

Conseguir semillas sin fertilizantes

Compromiso mutuo

Más tiempo para compartir

Como darle mayor valor agregado a un producto para luego venderlo a la Manzana

Infraestructura de buena calidad. Riego

Organización por sector más localizado

Asociatividad Productores

Algo para llegar en menor tiempo al lugar de entrega

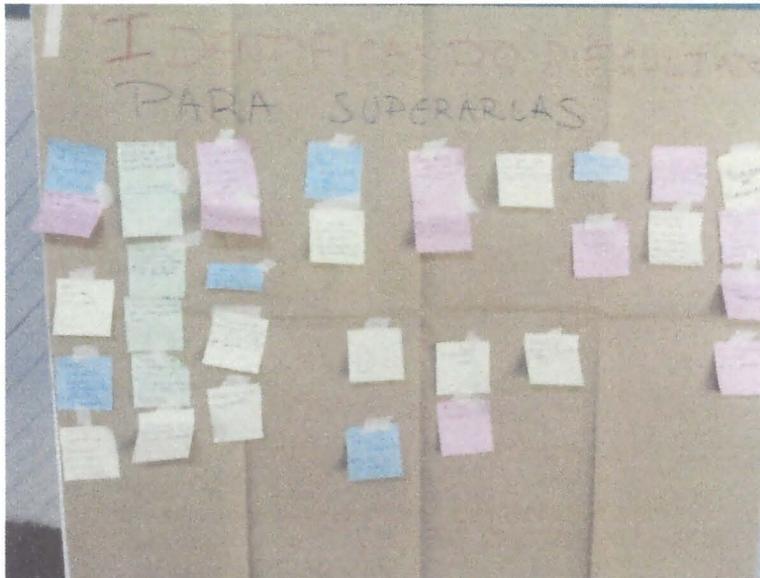
Dificultad para mí, por la locomoción para transportar mis productos y no tener mi resolución sanitaria

Problemas de comunicación

Relaciones más sinceras. Decirnos las cosas. Resolución de conflictos

Mala coordinación

Mayor empoderamiento/pro actividad de los productores



Papelógrafo con las brechas detectadas por los participantes

Tras las aportaciones de cada persona, se ordenaron las mismas, detectándose dos ideas/temas generales: **Planificación de la producción y la logística**; y **Comunicación**, que incluye los aspectos de **compromiso y generación de redes**.

Estos dos temas son los trabajados por dos grupos en la fase siguiente.

Fase 3. "Construyendo juntos un camino"

Esta fase tuvo como objetivo responder a la siguiente cuestión:

¿Qué podemos hacer conjuntamente productores y consumidores (agrupados de forma cooperativa) para superar esas brechas y dificultades?

El grupo de productores y consumidores fue dividido en 2 subgrupos, según los temas generales detectados en la fase anterior. Cada participante eligió el grupo en el que participar.

Cada grupo incorporó 1-2 socios de la manzana que representa a los consumidores de la cooperativa, participando por tanto en el debate, hace de escriba del grupo. Cada subgrupo elige a un portavoz que expondrá al plenario las conclusiones a las que llegue el subgrupo.

Metodología

1. Reflexión Individual



- a. Cada participante primero reflexionó individualmente sobre qué acciones o instrumentos concretos se podrían ejecutar y/desarrollar para que se pudieran resolver esas brechas/dificultades detectadas.
2. Compartiendo reflexión
 - a. Tras la reflexión cada participante expuso sus ideas al subgrupo, que se iban recogiendo por un portavoz del grupo.
3. Comentando las reflexiones
 - a. Debate colectivo sobre las ideas aportadas y su concreción.
4. Decisión
 - a. Tras analizar todas las propuestas cada subgrupo eligió 2-4 acciones prioritarias. Cada idea se escribió en un papel con letra clara y grande.
5. Exposición
 - a. Cada subgrupo compartió en el grupo general (a través de la persona portavoz) las acciones que proponían desarrollar para superar las brechas y dificultades detectadas.
Cada acción en su papel se fue pegando en un papelógrafo.
6. Refrendamos las acciones

Tras las aportaciones se pasó a comentar en el grupo como llevar a cabo las mismas.

Las acciones decididas a realizar fueron las siguientes:

Grupo Planificación Producción+ Logística

- Evaluación de los distintos sistemas de planificación de sembrado y cultivo.
- Organización por parte de los productores para sus cultivos: en temas de abono, fertilizantes y cantidades.
- Charlas informativa de la canasta.
- Canasta: desarrollo compromiso formal escrito y seguimiento.

Grupo Comunicación + Compromiso + Redes

- Protocolo: reglas y normas: claras y pocas
- Jornada de catarsis: 1) despejar conflictos. 2) Mediado por alguien externo. 3) para avanzar por el bien común
- Reuniones periódicas cada dos meses. Convocatoria compartida. Cada sesión con un tema principal.
- Viaje anual (Yumbel). Organizar para reunir dinero. Pasantías en lugares de aprendizaje (CET-El manzano, Feria campesina)



cantidad como en variedad y calidad de los productos ofertados a través de la cooperativa, a sus socios/as y los consumidores/as.

En la medida que el grupo de productores vayan mejorando sus capacidades de producción, tanto en cantidad como en calidad, la cooperativa se verá fortalecida en su misión de aportar productos sanos y locales a sus socios y socias y a consumidores/as de la región.

Nombre y Apellido	Firma
EVA MALDONADO	
Jorge Guzmán Caliboro	
Pedro Melo Cuatrecasas	
Ysabel Fariñas	
Hilda Gutiérrez	
Leyla Curioso	
Jennyfer L. Sologas	
Elizabeth Rojas Del Rio	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales agroecológicos





Lista de participantes proyecto FIA PYT 2016-0828

Actividad: Taller Productores Fecha: 03-Mayo-2017



Nombre y Apellido	Firma
Shirley Lorenza Uma	
Olivia Gallardo Gallardo	
Diana Pilayana Huiguanco	
Mireya Zúñiga Carrasco	
Claudia Corcuera Orosco	
Mahuida Catrico Catrico	
Alejandra Vaíspuez Silva	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales agroecológicos.



2. Sistematización Reunión de Trabajo Representantes Servicios Públicos y Cooperativa La Manzana

Reunión de trabajo realizada en el marco del proyecto "Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales agroecológicos" financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) del Ministerio de Agricultura

Objetivo:

"Generar un diálogo entre instituciones públicas y la cooperativa La Manzana para construir relaciones estratégicas que permitan fortalecer la comercialización de pequeños productores de la Región"

Fecha: 18 de Agosto de 2017

Lugar: sala de reuniones SUBDERE

Asistentes:



Nombre	Institución	Correo
Pablo Silva	AVA Los Ríos	
Eugenia Sepulveda	AVA Los Ríos	
Moira Quezada	SEREMi Economía	
Francisco Cerna	INDAP Los Ríos	
Paula Alarcón	INDAP Los Ríos	
Sabine Müller	INFOR Los Ríos	
Helen Urra	CNCA Los Ríos	
Claudio Soler	FIA	
Rayen Catrileo	Cooperativa La Manzana	
Alejandra Vásquez	Cooperativa La Manzana	
Mahuida Catrileo	Cooperativa La Manzana	
Claudia Levicoy	Cooperativa La Manzana	

Presentación participantes

1. Pablo Silva. Gerente AVA Los Ríos (Alimentos con Valor Agregado). Programa Corfo

Desarrollan atención a casi 420 empresas del sector alimentario de los Ríos en 5 ejes estratégicos

- 1- Calidad/Inocuidad
- 2- Diseño ingredientes y productos
- 3- Capital humano (desarrollo)
- 4- Tecnología/inversión
- 5- Comercialización

El Valor Agregado implica 5 elementos:

1. Cultural
2. Social
3. Innovación
4. Medio Ambiente
5. Origen

2. Eugenia Sepúlveda. Personal de apoyo del AVA Los Ríos

3. Moira Quezada (mquezada@economia.cl). Profesional de Apoyo. Ministerio de Economía. Los Ríos

Trabajo con cooperativas desde la División de asociatividad y economía social (nivel central)

4. Francisco Cerna. Jefe de fomento productivo INDAP

Señala el cambio que ha realizado INDAP de ocuparse de la producción a con la nueva administración ocuparse de la comercialización

Están desarrollando programas que buscan nuevos canales de comercialización (Unimarc, Tejamar, Apicoop y Tienda Mundo rural)

5. Paula Alarcón. Gestora territorial INDAP. Ejecutiva Área de Valdivia.

Trabaja directamente con agricultores, principalmente vulnerables, que tienen tanto brechas productivas como brechas de comercialización. Dan financiamiento a agricultores.

6. Sabine Müller. INFOR. Ministerio de Agricultura

Desde hace dos años trabajan con productos forestales no madereros, a través de proyectos de manejo forestal sustentable, a través de apoyo y monitoreo de sistemas forestales, velando por la sustentabilidad ecológica y económica (doble perspectiva de Comercio justo y sello de manejo sustentable).

El modelo de trabajo es asociado con INDAP, trabajando con pequeños productores y artesanos en 3 aspectos:

1. Restauración de sistemas
2. Social (fomentado redes y asociatividad)
3. Comercialización (se encarga INDAP)

7. Helen urra. CNCA Los Ríos

Trabajan con productores locales tanto desde la expresión cultural como artística

Incorporaciones de áreas como la gastronomía, el turismo cultural y pueblos originarios

Han promovido un proceso participativo con diferentes organismos públicos y privados de desarrollo territorial que tiene los siguientes aspectos:

1. Gestión ambiental
2. Patrimonio (cultural y saberes)
3. Pueblos originarios
4. Expresiones artísticas culturales territorial (artesanía)
5. Economía Creativa

Además de la presentación de cada participante se presentó la Cooperativa la manzana y su modelo de desarrollo de la comercialización de productos locales

Tras esta presentación se realiza una dinámica a través de la metodología FODA para evaluar las posibilidades de trabajo conjunto para el Fortalecimiento de productores locales a través del modelo de canales cortos de comercialización a través de la cooperativa La ManZana.

8. Cooperativa La Manzana

Participan:

- Rayen Catrileo, Gerente
- Alejandra Vásquez, Encarga de proyectos
- Mahuida Catrileo, Consejo de Administración
- Claudia Levicoy, Equipo Tienda



Dan a conocer el modelo de negocio cooperativo de la Cooperativa de manzana y el enfoque de consumo responsable desde los circuitos cortos de comercialización, comercio justo, agroecología y sustentabilidad social, económica y ambiental.

Análisis FODA: Relaciones entre SSPP y la Cooperativa

Fortalezas

Conocimiento profundo de la ecología de las especies (INFOR)
Apoyo y acompañamiento en el proceso administrativo (Economía)
Experiencia en dimensión artístico-cultural patrimonial (CNCA)
Estar trabajando en pro de los productor@s y agricultor@s de la región (coope)
Mirada integral-intersectorial holística al trabajar unida la institucionalidad (CNCA)
Todos trabajando en mejorar el modelo de comercialización y el cómo se produce (sustentable)
La propia cooperativa como tal
Socios
Modelo cooperativo (AVA)
Socios capital humano (AVA)
Personas, dentro de la institucionalidad, con disposición propositiva y creativa (coope)
Región pequeña: nos conocemos y trabajamos por lo mismo (coope)
Territorio (ciudad Valdivia) (AVA)
Lugar de ventas (territorio/ciudad)

Resumen Fortalezas

Identificamos 5 aspectos que son una fortaleza:

- 1) La experticia y enfoques/programas de cada organismo y la cooperativa
- 2) Fin común con mirada integral
- 3) El propio modelo cooperativista
- 4) Las personas
- 5) Dimensión territorial



Debilidades

Densidad de la conversación: no hemos cruzado nuestros enfoques ni estrategias de trabajo como instituciones públicas (“para qué” y “cómo”). (CNCA)

No disponemos de base común de beneficiarios-usuarios-clientes (Rut por intervención/apoyo) (CNCA)

Conocimiento de nuestros productores

Nuestra articulación. Desconocimiento de nuestro accionar

Baja coordinación entre instituciones y proyección de fines (INFOR)

Conflictos

Alta demanda a pocos productores por parte de todas estas instancias (coope)

Estratificación cantidad y homogeneidad de productos

Se repiten productores. Esto afecta a la capacidad de respuesta y hay una distorsión de los precios (por estar subsidiados) generando confusión (coope)

Los productores no creen en la proyección y valoración de sus productos

Desconocimiento del modelo cooperativo (coope)

Resumen

Las debilidades son diversas. Se detecta como principal, con acuerdo, la falta de articulación y coordinación entre los diversos agentes implicados en el sector, que producen además conflictos en las actuaciones y objetivos.

Otro aspecto en el que se coincide es que los mismos productores se benefician y están implicados en las diferentes acciones con lo que hay dificultades de atender toda la demanda.

Oportunidades

Muchos actores que comparten territorio común (CNCA)

Girar a un abordaje relacional, de procesos y anclada en contexto territorial (CNCA)

Trabajar una estrategia desde los actores del aparato público y otros actores del sector

Coordinación efectiva. Instancia de articulación multisectorial

Todos conocen a productores que potencialmente podrían ser parte de esta red local

Poder comenzar a establecer relaciones en pro de los productores agrícolas de la región

(coope)

Proveedores potenciales

Demanda de productos locales agroecológicos en aumento

Alinear oferta y demanda (Productores-Consumidores): Planificación, calidad e inocuidad alimentaria para direccionar las oportunidades e información para los productores

Estado

Políticas públicas de fomento a la sustentabilidad ecológica (coope)

Complementar sustentabilidad en la comercialización

Disponibilidad de fondos concursales (Fondos Cultura) y programas que ofrecen financiamiento y asesoramiento estratégico. (CNCA)

Apoyo técnico en la producción y comercialización (INDAP)

De crecimiento en la diversificación y apoyo con nuestros servicios asociados (Economía)

Cooperativa marca pautas y tendencias ("Vitrina")

Resumen

La oportunidad principal se percibe desde el trabajo coordinado entre todas las instancias relacionadas, con un enfoque integral y mirada territorial

Hay demanda que puede ser articulada con la oferta

Existe apoyo técnico y financiero para estos fines



Amenazas

Cambio de gobierno por lo que implica de cambio de personas, políticas, énfasis (coope)
Cambio administración por ende debemos de promover políticas públicas integrales y no sectoriales (CNCA)

¿Las políticas públicas son coherentes con las necesidades del sector?

Incomunicación Gubernamental (Coope)

Mecanismos de cada organismo para colaborar

Responsabilidad social. Medición del impacto de acción pública/privada. Demostrar efectividad de acciones conjuntas

Falta de posibilidades de financiamiento (INFOR)

Desincentivos a la formalización (Coope)

Consumidor exigente y cada vez más consciente

Trazabilidad de proceso, productos e ingredientes

Posible gran competidor

Resumen amenazas

La principal amenaza se percibe por los cambios de gobierno ya que no es una política de país sino que depende de cada gobierno y que a veces no se adecuan a las necesidades del sector.

El propio aparato estatal dificulta la interrelación y el trabajo coordinado, ya que a veces es difícil evaluar los impactos de acciones coordinadas entre distintos agentes.

Mapa de actores

El mapa de actores tiene como objetivo identificar, priorizar y establecer líneas de acción que permitan establecer relaciones estables y formales, con organizaciones públicas y privadas, que permitan potenciar la misión y objetivos de la cooperativa de consumidores la Manzana.

Una de las brechas detectadas es que la cooperativa tiene muchos lazos con diferentes organizaciones y organismos, desarrollados en estos 7 años de existencia, y que parte de ellas no están sistematizadas, es decir, no existe un sistema de acceso que permita saber las organizaciones u organismos con las que se tiene relación, y que tipo de relaciones y acciones se han establecido.

Por esta razón este mapa de actores ha tenido, como primera fase, diseñar una base de datos que a través de un conjunto de variables, permita identificar y ordenar el mapa de actores, en

base a los objetivos de la cooperativa en su relación con otros actores del territorio, relacionados con su misión y objetivos y/o que permitan potenciar los mismos.

El desarrollo de este mapa de actores se ha realizado teniendo en consideración cuatro aspectos:

1. Definición del proceso de identificación y categorización de los actores
2. Definir tipos de actores: ¿quiénes son los actores?
3. Definir por categorías qué objetivos tiene la cooperativa de la Manzana con respecto a estos actores
4. Definir y categorizar los tipos de relaciones que se quieren desarrollar con los mismos.



1. Proceso de identificación y sistematización del mapa de actores

- a. Identificación de actores relevantes, teniendo en cuenta tres categorías:
 - i. Organizaciones e instituciones con las que hay relación establecida
 - ii. Organizaciones con las que se quiere tener relación
 - iii. Otras organizaciones
- b. Diseño de Base de datos desarrollada en excel con la siguiente estructura :
 - i. Datos organización
 1. Identificación
 - a. Nombre
 - b. Alcance (vecinal, comunal, regional, nacional, internacional)
 - c. Descripción resumida
 - i. Permite saber a qué se dedica la organización
 - d. Datos de contacto
 - i. *Responsable/s de la organización*

- ii. *Persona de contacto*
- iii. *Teléfono fijo*
- iv. *Celular*
- v. *Correo electrónico*
- vi. *Web*
- vii. *Dirección*
- viii. *Comuna*
- ix. *Región*
- x. *País*

2. Objetivos (ver punto posterior para sus categorías)

3. Relación

- a. Personas de la cooperativa que lideran esa relación o están en contacto con la organización u organismo.

4. Acciones desarrolladas. Permite identificar que actividades, programas o acciones puntuales se han desarrollado.

5. Descripción completa organización

- a. Misión
- b. Objetivos
- c. Líneas de trabajo/acción

c. Priorización objetivos según categorías definidas (ver punto posterior)

d. Diseño de estrategias para establecer y/o afianzar relaciones



2. Quiénes son los actores relevantes

- a. Administraciones públicas
 - i. Estatales
 - ii. Regionales
 - iii. Municipales
 - 1. Valdivia
 - 2. Otras comunas
 - a. Donde se desarrollan proyectos
 - b. Productores locales
- b. Organizaciones privadas relacionadas con las temáticas de:
 - i. canales cortos
 - ii. consumo responsable
 - iii. comercio minorista
- c. Entidades de la economía social
 - i. Cooperativas
 - 1. Cooperativas de base
 - a. consumo
 - b. campesinas
 - c. trabajo
 - d. servicios
 - ii. Federaciones y Confederaciones de cooperativas
 - iii. AG (Asociaciones gremiales)
 - 1. sectores relacionados
 - a. consumo
 - b. campesinas
 - c. artesanos

3. Objetivos categorizados



- a. Comerciales
 - i. Compra
 - 1. Organizaciones a las que compra o quiere comprar productos o servicios
 - ii. Venta
 - 1. Organizaciones a las que se venden o se quieren vender productos o servicios de la cooperativa
- b. Políticos
 - i. Lobby
 - 1. Organizaciones (públicas o privadas) que definen o inciden en políticas públicas que afecten a los sectores, giros o líneas de acción de la cooperativa.
- c. Estratégicos
 - i. Proyectos
 - 1. Organizaciones que administran fondos concursables o con las que se pueden desarrollar proyectos conjuntos, en relación a las líneas de trabajo de la cooperativa
 - ii. Educacional
 - a. Organizaciones con las que desarrollar acciones educativas/formativas en los siguientes ámbitos:
 - i. Consumo responsable
 - ii. Educación ambiental
 - iii. Canales cortos de comercialización
 - iii. Comunicacional
 - 1. Organizaciones con las que desarrollar acciones comunicacionales a nivel interno (mejorar capacidad comunicacional) y externo (difusión hacia el exterior de la cooperativa).
 - a. Interno
 - i. Mejorar capacidad comunicacional

b. Externo

- i. difusión hacia el exterior de la cooperativa o acciones como campañas en los ámbitos del consumo responsable, el medio ambiente, canales cortos de comercialización, etc., hacia públicos determinados:

1. Difusión del modelo y sus valores
2. Consumo responsable

iv. Apoyo en gestión (voluntariado/prácticas)

1. Organizaciones que tienen programas de voluntariado o prácticas profesionales y que apoyan en actividades de gestión de las líneas de trabajo de la cooperativa La Manzana.

4. Tipos de relaciones a establecer con las organizaciones identificadas

a. Desarrollo de proyectos

- i. Organizaciones con las que se han desarrollado proyectos de medio o largo plazo como por ejemplo:

1. Convenios
2. Fondos

b. Alianzas comerciales

- i. Relaciones de compra o venta de productos y servicios

1. Compra/venta conjunta
2. Acceso a productos de otros lugares

c. Colaboración

- i. Organizaciones con las que hay afinidad y se ha participado en sus acciones o han participado en las actividades/proyectos o acciones que ha promovido la cooperativa.

d. Voluntariado/prácticas

- i. Organizaciones que aportan voluntarios o personas en prácticas profesionales, y que apoyan en actividades de gestión de las líneas de trabajo de la Manzana.

e. Membresía



- i. Organizaciones de las que forma parte La Manzana como federaciones, asociaciones, redes formalizadas, etc.
 - 1. Federaciones cooperativas
 - 2. Redes y entidades de ES
 - 3. Redes de educación ambiental
 - 4. Redes de consumo responsable
- f. No existe aún relación.

Comentarios y conclusiones

El proceso de identificación y diseño de un plan de acción con los actores del territorio, debe responder a los objetivos y misión de la cooperativa, por lo tanto debe derivarse de la planificación estratégica.

Conseguir ser un modelo o práctica de canales cortos de comercialización lleva implícito la relación con determinados actores relevantes para ese objetivo, como son los productores y productoras locales y los organismos vinculados con la regulación y promoción de la comercialización de productos que oferta la cooperativa a sus socios y socias.

Por otro lado, la gestión de las relaciones con otras organizaciones y organismos del territorio, es muy importante para la cooperativa, teniendo en consideración, que dentro de los valores y principios cooperativos, se encuentra como último principio el de interés por la comunidad/entorno.

La capacidad de la cooperativa de interrelacionar con su territorio se ve favorecida e incrementada porque sus mismos socios y socias, son personas vinculadas con diferentes organizaciones y organismos, ya sea por cuestiones laborales, profesionales, sociales, familiares o de membresía.

El diseño de herramientas, que permitan que la información relevante para la cooperativa sea identificada, accesible y difundida, redundará en una mejor gestión de la cooperativa, y mayor eficiencia en la consecución de los objetivos.

Estructura Mapa de Actores

Organización	
Alcance	
Descripción Resumida	
Datos contacto	
Responsable/s	
Persona de contacto	

Teléfono fijo	
Celular	
Correo electrónico	
Web	
Dirección	
Comuna	
Región	
País	
Objetivos para la manzana en la relación con la organización	
Objetivo 1	
Objetivo 2	
Objetivo 3	
Tipo de Relación con la cooperativa de la Manzana	
Relación 1	
Relación 2	
Relación 3	
Persona/s de la manzana que lideran esa relación	
Socio 1	
Socio 2	
Socio 3	
Acciones desarrolladas	
Acción 1	
Acción 2	
Acción 3	
Acción 4	
Descripción completa de la organización	
Misión	
Objetivos de la organización	
Líneas de trabajo/acción	



PLAN DE ACCION

EJERCICIO 2017

Presenta el plan estratégico elaborado a partir de los insumos generados por la planificación participativa Dragon dreaming realizada a través de una asamblea extraordinaria el pasado Abril de 2017.



Contenido

Antecedentes	1
Declaraciones estratégicas	3
Plan de acción 2017	4
Plan de acción propuesto para priorización	1
Priorización de las actividades	8
PLAN DE ACCION FINAL	26
Información de la Cooperativa	31

Antecedentes

La cooperativa La Manzana se creó en el año 2009 con la participación de 100 familias. Las proyecciones iniciales fueron realizadas a través de un plan de negocios que fue muy optimista y prontamente se requirió un ajuste radical del modelo de negocios, reemplazando al gerente por un grupo voluntario de personas incluyendo el consejo que se hizo cargo de la administración de la cooperativa.

El plan de negocios inicial, proyectó ventas del mes 19 al 21 (3 meses) las cuales se alcanzaron en el año 2013, durante los doce meses completos del año, con un valor El costo de ventas proyectado en ese trimestre era del 77% y el costo obtenido en el año 2013 fue de 73% . El costo administrativo y de ventas proyectado del mes 21 al 23 era de y actualmente por año es

Estos ajustes entre la idea inicial y la realidad han requerido un ejercicio de planificación, el cual siempre parte del principio de la participación de los socios. En el año 2014 el consejo elegido desarrolló un plan estratégico, basados en una reunión participativa con los socios y en el modelo Canvas, donde se definieron los siguientes objetivos:

OBJETIVO GENERAL: Fortalecer las cuatro áreas estratégicas de la cooperativa, en su rol de actor relevante del consumo responsable participativo local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Fortalecer el sistema de atención en tienda y relación con los clientes.
2. Implementar un sistema de búsqueda, selección y acompañamiento de los proveedores.
3. Implementar un mecanismo de relacionamiento con el medio externo
4. Fortalecer el sistema administrativo y gerencial de la cooperativa.

Estos objetivos fueron implementados en un 90%.

En los últimos 12 meses la cooperativa ha reportado ventas por un costo de ventas de y gastos administrativos de que representan el valor de contratos de la gerencia, un vendedor fijo y otros por hora.

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

El año 2017 despues de la ejecución del primer proyecto de la cooperativa “e-Commerce e innovaciones en la cadena de valor de agroecología: modelo de negocio cooperativo innovador para el fortalecimiento de la cadena de valor agroecológica de la Región de Los Ríos” y de la ejecución del primer plan de gestión, se ha realizado nuevamente un ejercicio participativo para la planificación de la cooperativa. El 18 de Marzo de 2017 se reunió la asamblea de manera extraordinaria para realizar un taller de Dragon Dreaming, el cual fue el inicio de este plan de acción.

El presente documento toma los insumos de la planificación participativa Dragon Dreaming, reuniones del consejo de administración y reuniones con productores.

Declaraciones estratégicas

MISION

Somos una comunidad de familias conscientes del sur de Chile, interesadas en consumir responsablemente productos locales y orgánicos que garanticen una alimentación sana, pagando precios justos a los productores locales, en especial a aquellos que producen de forma limpia.

VISION

La Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana será la principal plataforma comercial y de promoción para los productores locales y orgánicos de la Región de los Ríos, impulsada por una comunidad de familias, basada en principios de comercio justo, que potencie el desarrollo de la agricultura familiar campesina, la salud de los valdivianos y de nuestro entorno natural, a través de una alimentación saludable y un consumo consciente.

Plan de acción 2017

PROPOSITO

Ser la plataforma de promoción para los productores locales y agroecológicos de la Región de los Ríos, generando un referente de negocio cooperativo en el Sur de Chile, caracterizado por el vínculo de las familias consumidoras con los productores, la implementación de los principios de comercio justo y circuitos cortos de comercialización, la alimentación saludable y el consumo consciente.

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el modelo de negocios cooperativo de La Manzana, mejorando los procesos de comercialización basados en cadenas de valor de circuitos cortos y comercio justo, la unión en conciencia, confianza y amor con los socios, proveedores y comunidad valdiviana, la educación a los consumidores y la transparencia organizativa y financiera con los actores clave.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Mejorar la gestión comercial de la cooperativa, involucrando criterios de comercio justo y circuitos cortos en la selección y promoción de los productos vendidos en tienda.
2. Fortalecer las relaciones y capacidades de los actores involucrados en la cadena del consumo responsable.
3. Potenciar con mucho amor la dedicación, motivación, la participación e involucramiento de los socios para fortalecer el desarrollo y gestión de la cooperativa.
4. Generar experiencias educativas locales para transformar la conciencia en torno al consumo responsable y cooperativismo.
5. Definir un sistema de retroalimentación a socios, proveedores y entidades de apoyo de la gestión financiera y organizativa de la cooperativa.

METODOLOGÍA

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Para la construcción del actual plan de acción se retomaron los insumos generados en el proyecto FIA de Fortalecimiento interno de la Cooperativa La Manazana, el taller de planificación Dragon Dreaming y las reuniones realizadas con el consejo de administración.

El miércoles 14 de Junio de 2017 el consejo de administración se reunió para dar prioridad a las acciones recopiladas en un borrador de plan de acción. Los criterios utilizados para la priorización fueron:

Tiempo: Es una actividad de Corto Plazo (2017 - 2018), Mediano Plazo (2019- 2021), LP (2021 en adelante)

Urgencia: Alta, Mediana, Baja.

Actividad movilizadora: es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas).

Viabilidad de financiación FIA: Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa).

1. Fortalecimiento de redes
2. Fortalecimiento de productores
3. Actividades de comunicación

La selección de las actividades se realizó revisando la información estratégica de la Cooperativa (Misión, Visión y Valores). Basados en los cambios vividos en la gestión de la cooperativa y las acciones esbozadas se construyó un propósito, que conciliara las declaraciones estratégicas y los objetivos del plan de acción. Igualmente se construyó un objetivo general y objetivos específicos.

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Plan de acción propuesto para priorización

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
Circuitos cortos y comercio justo	Mejorar la gestión comercial de la cooperativa, involucrando criterios de comercio justo y circuitos cortos en la selección y promoción de los productos vendidos en tienda	Ventas No. De productos locales	Definición, testeo y validación de un sistema de criterios para incorporar productos/servicios, (a través de un protocolo que pueda ser aplicado por cualquier socio). Implementación de un mecanismo de seguimiento de compras y pagos a proveedores transparente y sistemático. Evaluación del espacio físico de la cooperativa para los nuevos desafíos	Equipo Tienda: Claudia Levicoy Ronald Javet Mahuida Catrileo Rayen Catrileo Comisión espacio: Por definir	Establecer una "comisión espacio coope" que pueda recoger las apreciaciones acerca del actual espacio ante el equipo Itinerancia a consultorios de salud y escuelas, entorno al consumo responsable, a lo menos tres espacios. Usar manzana móvil como tienda móvil

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
			comerciales y organizativos Implementación de un mecanismo de comercialización móvil e itinerante.		
Conciencia, confianza y amor en la cadena de valor de productos locales de la cooperativa La Manzana	Fortalecer las relaciones y capacidades de los actores involucrados en la cadena del consumo responsable	No. De proveedores de productos frescos para la canasta. No. De proveedores locales. No. De actividades con proveedores. N° de actividades de fortalecimiento	Implementación de una comisión de trabajo de productores y proveedores. Planificación de siembras de productores según la demanda de la Canasta. Diseño y seguimiento a compromisos escritos con productores y proveedores locales.	Por definir	Identificar los actores (claves/importantes) de la cadena de consumo responsable. Planificación de acciones conjuntas entre todos los actores de la cadena (interés común). Gestionar fondos económicos externos y autogestionados a través de la generación de una

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
		de capacidades, confianza y amor	<p>Implementación de giras técnicas y encuentros de fortalecimiento con proveedores locales.</p> <p>Participación de la feria de Yumbel con los productores proveedores de la canasta.</p> <p>Identificación de nuevos proveedores</p> <p>Definición de fondos y generación de alianzas con socios clave para la implementación de las acciones de la cadena.</p>		comisión de trabajo administrativa financiera

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
Conciencia y participación de los socios y redes en el modelo Cooperativo de la Manzana	Potenciar con mucho amor la dedicación, motivación, la participación e involucramiento de los socios para fortalecer el desarrollo y gestión de la cooperativa.	No. De acciones de conciencia para socios. Nº de socios participando de las actividades Nivel de satisfacción de socios participando de las actividades	Giras técnicas de socios con productores. Crear una comisión de relaciones personales, a cargo de generar actividades que permitan fortalecer las relaciones de amistad y confianza que existen tanto entre los socios y redes de la cooperativa. Implementación de espacios de capacitación y crecimiento personal y colectivo de los miembros de la	Por definir	Diseñar objetivos de corto plazo relacionados con las necesidades de capacitación y crecimiento de los miembros del actual equipo de trabajo Realizar encuentro de convivencia y conocimiento entre consumidores y actores productivos Días de campo abiertos a la comunidad (visita a productores) Participar de tres talleres (Yoga,

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
			<p>cooperativa</p> <p>Capacitación a los nuevos socios que se incorporan y definición de deberes y derechos.</p> <p>Minga La Manzana: Encuentro de convivencia y conocimiento entre consumidores y actores productivos</p>		<p>biodanza, ect), compartir</p> <p>Al menos otra instancia de crecimiento personal</p>
Conciencia y educación de la comunidad local sobre el consumo responsable y cooperativismo	Generar experiencias educativas locales para transformar la conciencia en torno al consumo responsable y cooperativismo	<p>No. De socios vinculados con las áreas de trabajo de la línea estratégica.</p> <p>No. De proyectos financiados por área de</p>	<p>Implementación anual del Encuentro de Consumo Responsable.</p> <p>Implementación de una revista de consumo responsable</p> <p>Desarrollo e</p>	Por definir	<p>Charlas cortas mensuales o bimensuales (huerto urbano, etc)</p> <p>Ir a colegios, talleres de cocina</p> <p>Juegos educativo de mesa para niños y</p>

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
		trabajo	<p>implementación de una área de trabajo en huertos urbanos.</p> <p>Desarrollo e implementación de una área de trabajo en alimentación y consumo responsable con colegios</p> <p>Desarrollo e implementación de una área de trabajo en cocina y gastronomía saludable.</p> <p>Desarrollo e implementación de un área de trabajo de material didáctico y educativo en consumo y</p>		<p>adultos sobre consumo responsable</p> <p>Diseñar y transferir un SET de actividades educativas (charlas, textos) replicables por los socios en su entorno cercano (trabajo, escuela, barrio) sobre consumo responsable</p> <p>Alianzas con colegios</p> <p>Desarrollar revista impresa de circulación amplia en colaboración con organizaciones afines basada en auspicio de empresas afines</p>

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
			alimentación responsable		<p>Crear biblioteca de recursos (física y online)</p> <p>Crear programas de educación para distintas audiencias</p> <p>Convocatoria artística (concurso + exposiciones)</p> <p>Crear un video educativo para difusión de consumo responsable y cooperativismo</p> <p>Clases de cocina utilizando ingredientes locales, etc. Invitando a algún productor</p>

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
					Realizar degustaciones sobre comidas saludables y agradables para el paladar
Gestión transparente	Definir un sistema de retroalimentación a socios, proveedores y entidades de apoyo de la gestión financiera y organizativa de la cooperativa.	Instancias y mecanismos de información Nivel Cumplimiento el Plan de Acción	Diseño de organigrama funcional de la cooperativa, diseñado por una comisión, de forma participativa, y validado por los socios/as en Asamblea. Revisión y modificación de estatutos y redacción del primer reglamento para la cooperativa de forma participativa por los	Por definir	Ejecutar la hoja de ruta, evaluar paso a paso el avance, los logros y objetivos planteados al inicio Compartir los avances con los socios, para convocar a integrar la comisión y seguir adelante Distribución de tareas y planificación del trabajo de la comisión

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Responsables	Ideas relacionadas (Dragon Dreaming)
			socios/as. Diseño de sistema gestión e información de la información societaria y económica.		

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Priorización de las actividades

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019- 2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
1. Definición, testeo y validación de un sistema de criterios para incorporar productos/servicios, (a través de un protocolo que pueda ser aplicado por cualquier socio).	CP	ALTA	SI	SI

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019- 2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
2. Definición de protocolos y procedimientos para los procesos de tienda de voluntarios y empleados	CP	ALTA	SI	SI
3. Implementación de un mecanismo de seguimiento de compras y pagos a proveedores transparente y sistemático.	CP	ALTA	SI	NO

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019- 2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
4. Evaluación del espacio físico de la cooperativa para los nuevos desafíos comerciales y organizativos	CP	ALTA	SI	SI
5. Implementación de un mecanismo de comercialización móvil e itinerante.	LP	BAJA	NO	NO
6. Implementación de una comisión de trabajo de productores y proveedores.	CP	ALTA	SI	SI

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019- 2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
7. Planificación de siembras de productores según la demanda de la Canasta.	CP	ALTA	SI	NO
8. Diseño y seguimiento a compromisos escritos con productores y proveedores locales.	LP	MEDIA	NO	NO

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
9. Implementación de giras técnicas y encuentros de fortalecimiento con proveedores locales.	CP	MEDIA	NO	SI
10. Participación de la feria de Yumbel con los productores proveedores de la canasta.	CP	BAJA	SI	SI
11. Identificación de nuevos proveedores	CP	ALTA	SI	SI

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
12. Definición de fondos y generación de alianzas con socios clave para la implementación de las acciones de la cadena.	CP	ALTA	SI	SI
13. Giras técnicas de socios con productores.	MP	ALTA	NO	SI

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
14. Crear una comisión de relaciones personales, a cargo de generar actividades que permitan fortalecer las relaciones de amistad y confianza que existen tanto entre los socios y redes de la cooperativa.	CP	ALTA	SI	SI

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
15. Implementación de espacios de capacitación y crecimiento personal y colectivo de los miembros de la cooperativa	MP	ALTA	NO	SI
16. Capacitación a los nuevos socios que se incorporan y definición de deberes y derechos.	CP	ALTA	SI	SI

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
17. Minga La Manzana: Encuentro de convivencia y conocimiento entre consumidores y actores productivos	CP	MEDIA	NO	SI
18. Implementación anual del Encuentro de Consumo Responsable.	CP	ALTA	SI	SI
19. Implementación de una revista de consumo responsable	LP	BAJA	NO	NO

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
20. Desarrollo e implementación de una área de trabajo en huertos urbanos.	CP	ALTA	NO	NO
21. Desarrollo e implementación de una área de trabajo en alimentación y consumo responsable con colegios	MP	MEDIA	NO	NO

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
22. Desarrollo e implementación de una área de trabajo en cocina y gastronomía saludable.	LP	BAJA	NO	NO

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
23. Desarrollo e implementación de un área de trabajo de material didáctico y educativo en consumo y alimentación responsable	MP	MEDIA	NO	NO

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019-2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
24. Diseño de organigrama funcional de la cooperativa, diseñado por una comisión, de forma participativa, validado por los socios/as en Asamblea.	CP	ALTA	SI	NO
25. Revisión y modificación de estatutos y redacción del primer reglamento para la cooperativa de forma participativa por los socios/as.	CP	ALTA	SI	NO

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Actividades	Criterios			
	Es una actividad de <ul style="list-style-type: none"> • CP (2017 - 2018) • MP (2019- 2021) • LP (2021 en adelante) 	Urgencia: <ul style="list-style-type: none"> • Alta • Mediana • Baja 	Es un hito crítico para el fortalecimiento de la cooperativa (actividad que gatilla o moviliza las otras actividades definidas)	Cumple con las líneas de postulación del proyecto FIA de fortalecimiento (2ª etapa): <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecimiento de redes 2. Fortalecimiento de productores 3. Actividades de comunicación
26. Diseño de sistema gestión e información de la información societaria y económica.	CP	MEDIO	SI	SI

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

ACTIVIDADES PARA EL PROYECTO FIA

CORTO PLAZO

OBJETIVO	ACTIVIDAD
Mejorar la gestión comercial de la cooperativa, involucrando criterios de comercio justo y circuitos cortos en la selección y promoción de los productos vendidos en tienda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definición, testeo y validación de un sistema de criterios para incorporar productos/servicios, (a través de un protocolo que pueda ser aplicado por cualquier socio). 2. Definición de protocolos y procedimientos para los procesos de tienda de voluntarios y empleados 3. Evaluación del espacio físico de la cooperativa para los nuevos desafíos comerciales y organizativos
Fortalecer las relaciones y capacidades de los actores involucrados en la cadena del consumo responsable	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación de giras técnicas y encuentros de fortalecimiento con proveedores locales. 2. Participación de la feria de Yumbel con los productores proveedores de la canasta. 3. Identificación de nuevos proveedores 4. Definición de fondos y generación de alianzas con socios clave para la implementación de las acciones de la cadena.
Potenciar con mucho afor la dedicación, motivación, la participación e involucramiento de los socios para fortalecer el desarrollo y gestión de la cooperativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear una comisión de relaciones personales, a cargo de generar actividades que permitan fortalecer las relaciones de amistad y confianza que existen tanto entre los socios y redes de la

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

	<p>cooperativa.</p> <p>5. Capacitación a los nuevos socios que se incorporan y definición de deberes y derechos.</p> <p>6. Mioga La Manzana: Encuentro de convivencia y conocimiento entre consumidores y actores productivos</p>
<p>Generar experiencias educativas locales para transformar la conciencia en torno al consumo responsable y cooperativismo</p>	<p>1. Implementación anual del Encuentro de Consumo Responsable.</p> <p>2. Diseño de sistema gestión e información de la información societaria y económica.</p>

MEDIANO PLAZO

OBJETIVO	ACTIVIDADES
<p>Potenciar con mucho amor la dedicación, motivación, la participación e involucramiento de los socios para fortalecer el desarrollo y gestión de la cooperativa</p>	<p>1. Giras técnicas de socios con productores</p> <p>2. Implementación de espacios de capacitación y crecimiento personal y colectivo de los miembros de la cooperativa</p>

LARGO PLAZO

OBJETIVO	ACTIVIDAD
<p>Fortalecer las relaciones y capacidades de los actores involucrados en la cadena del consumo responsable</p>	<p>1. Implementación de una comisión de trabajo de productores y proveedores.</p>

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

PLAN DE ACCION FINAL

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Tiempo de implementación (Prioridad)	Responsables
Circuitos cortos y comercio justo	Mejorar la gestión comercial de la cooperativa, involucrando criterios de comercio justo y circuitos cortos en la selección y promoción de los productos vendidos en tienda	Ventas No. De productos locales	Definición, testeo y validación de un sistema de criterios para incorporar productos/servicios, (a través de un protocolo que pueda ser aplicado por cualquier socio).	CP (ALTA)	Equipo Tienda: Claudía Levicoy Ronal Javet Mahuida Catrileo Rayen Catrileo Comisión espacio: Por definir
			Definición de protocolos y procedimientos para los procesos de tienda de voluntarios y empleados	CP (ALTA)	
			Implementación de un mecanismo de seguimiento de compras y pagos a proveedores	CP (ALTA)	

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Tiempo de implementación (Prioridad)	Responsables
			transparente y sistemático. Evaluación del espacio físico de la cooperativa para los nuevos desafíos comerciales y organizativos.	CP (ALTA)	
Conciencia, confianza y amor en la cadena de valor de productos locales de la cooperativa La Manzana	Fortalecer las relaciones y capacidades de los actores involucrados en la cadena del consumo responsable	No. De proveedores de productos frescos para la canasta. No. De proveedores locales. No. De actividades con proveedores.	Implementación de una comisión de trabajo de productores y proveedores. Planificación de siembras de productores según la demanda de la Canasta. Implementación de giras técnicas y encuentros de fortalecimiento con proveedores locales. Participación de la feria	CP (ALTA) CP (ALTA) CP (MEDIA) CP (BAJA)	Por definir

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Tiempo de implementación (Prioridad)	Responsables
			<p>de Yumbel con los productores proveedores de la canasta.</p> <p>Identificación de nuevos proveedores</p> <p>Definición de fondos y generación de alianzas con socios clave para la implementación de las acciones de la cadena.</p>	<p>CP (ALTA)</p> <p>CP (ALTA)</p>	
Conciencia y participación de los socios y redes en el modelo Cooperativo de la Manzana	Potenciar con mucho amor la dedicación, motivación, la participación e involucramiento de los socios para fortalecer el	No. De acciones de conciencia para socios.	<p>Giras técnicas de socios con productores.</p> <p>Crear una comisión de relaciones personales, a cargo de generar actividades que permitan fortalecer las relaciones de amistad y</p>	<p>MP (ALTA)</p> <p>CP (ALTA)</p>	Por definir

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Tiempo de implementación (Prioridad)	Responsables
	desarrollo y gestión de la cooperativa.		<p>confianza que existen tanto entre los socios y redes de la cooperativa.</p> <p>Implementación de espacios de capacitación y crecimiento personal y colectivo de los miembros de la cooperativa</p> <p>Capacitación a los nuevos socios que se incorporan y definición de deberes y derechos.</p> <p>Minga La Manzana: Encuentro de convivencia y conocimiento entre consumidores y actores productivos</p>	<p>MP (ALTA)</p> <p>CP (ALTA)</p> <p>CP (MEDIA)</p>	
Conciencia y educación de la comunidad	Generar experiencias educativas locales	No. De socios vinculados	Implementación anual del Encuentro de Consumo Responsable.	CP (ALTA)	Por definir

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Tiempo de implementación (Prioridad)	Responsables
local sobre el consumo responsable y cooperativismo	para transformar la conciencia en torno al consumo responsable y cooperativismo	con las áreas de trabajo de la línea estratégica. No. De proyectos financiados por área de trabajo	Implementación de una revista de consumo responsable Desarrollo e implementación de una área de trabajo en huertos urbanos. Desarrollo e implementación de una área de trabajo en alimentación y consumo responsable con colegios Desarrollo e implementación de un área de trabajo de material didáctico y educativo en consumo y alimentación responsable	CP (ALTA) MP (MEDIA) MP (MEDIA)	
Gestión	Definir un	Instancias y	Diseño de organigrama	CP (ALTA)	

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Líneas Estratégicas	Objetivo específico	Indicador	Actividades	Tiempo de implementación (Prioridad)	Responsables
transparente	sistema de retroalimentación a socios, proveedores y entidades de apoyo de la gestión financiera y organizativa de la cooperativa.	mecanismos de información	<p>funcional de la cooperativa, diseñado por una comisión, de forma participativa, y validado por los socios/as en Asamblea.</p> <p>Revisión y modificación de estatutos y redacción del primer reglamento para la cooperativa de forma participativa por los socios/as.</p> <p>Diseño de sistema gestión e información de la información societaria y económica.</p>	<p>CP (ALTA)</p> <p>CP (MEDIO)</p>	Por definir

Información de la Cooperativa

PLAN DE ACCION 2017 - 2021

Cooperativa La Manzana

www.cooperativalamanzana.cl





Anexo 4: Sistema de gestión financiera

Justificación:

La necesidad de la cooperativa la manzana por un sistema de gestión financiera presentaba complejidades difíciles de solucionar a través de software estándar disponible en el mercado. Dicho sistema debía ser de uso muy simplificado, de manera de presentar una mínima curva de aprendizaje para el personal usualmente rotativo y no especializado que lleva adelante las tareas de gestión. De igual manera, debía ser una plataforma online que permitiese el trabajo remoto, multiusuario y simultáneo. En el aspecto funcional debía ser capaz de sistematizar al menos las siguientes funciones:

- Base de datos de proveedores (con info tributaria, bancaria, compras realizadas)
- Base de datos de clientes (gestión de facturas de venta).
- Procesamiento de datos de compra, venta, pagos RRHH, servicios, etc. (ingreso de datos como n° de factura, fecha, estado, medio y comprobante de pago, notas, etc.).
- Sistematización de datos contabilidad diaria (boletas, bouchers transbank, gastos o ingresos varios).
- Facilidad para agregar notas en los distintos tipos de ingreso de información.
- Facilidad para editar los datos ingresados y asignar estados de avance (pendiente, completado, etc.).
- Capacidad de volver atrás y hacer seguimiento de quien realiza los ingresos de información.
- Factibilidad de agregar nuevos módulos de información para la gestión integral de la cooperativa: listado de socios con cuotas de participación, gestión de cuentas de prepago de los socios en la tienda, etc.
- Procesamiento de todo lo anterior de manera de obtener flujos de caja diarios y mensuales con información contable e interna, presentables al consejo, contador, socios, entre otros.

La multiplicidad y especificidad de las necesidades a resolver, sumado a algunas particularidades administrativas de la Cooperativa La Manzana, hicieron que la totalidad de los softwares de contabilidad y/o administración examinados no cumplieran con buena parte las exigencias, por lo que se optó por un esquema más abierto de trabajo, un SaaS (service as a software) llamado AirTable que entregaba la

plasticidad suficiente para construir sobre él los esquemas y operaciones solicitadas.

Airtable es una plataforma online ampliamente usada por equipos de trabajo en todo el mundo para organizar desde viajes a filmaciones televisivas, administración de recintos, etc. En el fondo es una base de datos inteligente, programable por el usuario y accesible en paralelo por un amplio número de personas. A la vista es similar a una tabla de excel, pero más allá de la utilización de tablas y fórmulas, Airtable permite una serie de segmentaciones, filtros, encadenamientos, seguimientos, formatos de visualización y operaciones varias con la información, que optimizan el ingreso y procesamiento de la misma. La mayoría de las personas han trabajado anteriormente con excel, por lo que aprenden rápidamente a relacionarse con Airtable. Otra ventaja del formato es la permanente posibilidad de mejorar y/o generar variaciones del sistema implementado de manera autónoma, sin quedar atrapado en el desarrollo de un software por un tercero, con los costos y tiempos que esto implica. Airtable permite compartir, directamente desde la plataforma, fragmentos de información seleccionada para enviar vía correo electrónico o para insertar en un sitio web, de manera de facilitar el acceso controlado de la información a terceros, contador, socios, etc. Finalmente, Airtable tiene disponibles, aparte de la aplicación accesible desde cualquier navegador web, la App para Android o IOS, lo que potencia la gestión de datos al dispositivo de preferencia para cada usuario.

Sistema Construido:

Una vez decidida la plataforma a utilizar, se mantuvieron reuniones con el consejo administrativo y contador de la cooperativa de manera de obtener mayores lineamientos y buenas prácticas para el funcionamiento y prestaciones de la aplicación. La información recabada en estas reuniones, en conjunto con el análisis de la logística con que opera La ManZana dio pie a la construcción de 7 pestañas (planillas intercomunicadas):

- **Flujo Mensual** (Entrega resultados resumidos por mes, de las operaciones registradas en las demás planillas)

- **Resumen Diario** (Entrega resultados resumidos por día, de las operaciones registradas en las demás planillas. Adicionalmente se registra aquí información para la contabilidad como el número de boletas y bouchers transbank emitidos, su total en dinero, haber en caja, entre otros)

- **Documentos Egresos** (Se ingresan aquí las boletas y facturas de compra, pago de honorarios y gastos varios. Cada ítem tiene opciones de estado de pago, comprobante de pago, notas adicionales, entre otras prestaciones. Cada ítem va anexado a la fecha en que se realizó la operación de manera de ser agregado automáticamente a las planillas anteriores)

- **Documentos Ingresos** (Similar a la pestaña anterior pero para documentos como facturas de venta, notas de crédito y así.)



- **Proveedores** (Base de datos con quienes venden productos o prestan servicios a La ManZana, permite la gestión de la información de cada uno, incluida la agregación de los documentos recibidos o emitidos por ellos)

-**Cientes** (Similar a la pestaña anterior pero para operaciones de venta)

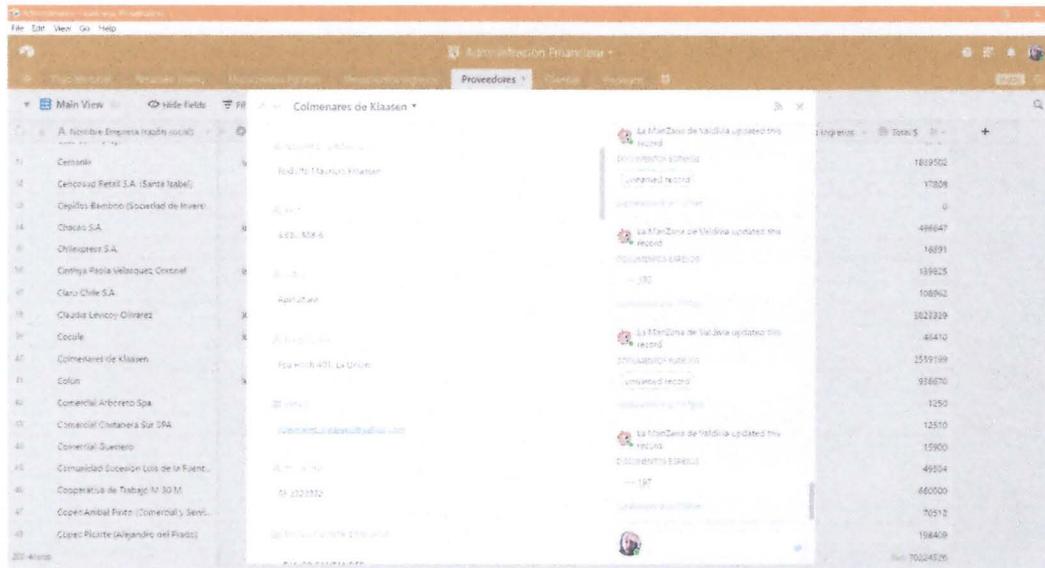
-**Prepagos** (Registro del sistema de cuentas de prepago via transferencia electrónica que la cooperativa mantiene con algunos de sus socios. Fue necesario digitalizar e integrar esto al desarrollo para el correcto cuadro de ingresos y salidas de dinero)

Una vez concretada la estructura funcional del sistema comenzó la etapa siguiente que consistió en aprovechar la necesidad de ingresar los datos de los meses ya pasados del año (enero - mayo) como instancia de aprender-haciendo del equipo. O sea, se capacitó al personal encargado de la tienda en la utilización del sistema y se distribuyeron periodos de datos a ingresar, de manera que en este ejercicio se fueran atendiendo las dudas y solucionando los problemas que conlleva la utilización de sistemas digitales de gestión administrativa.

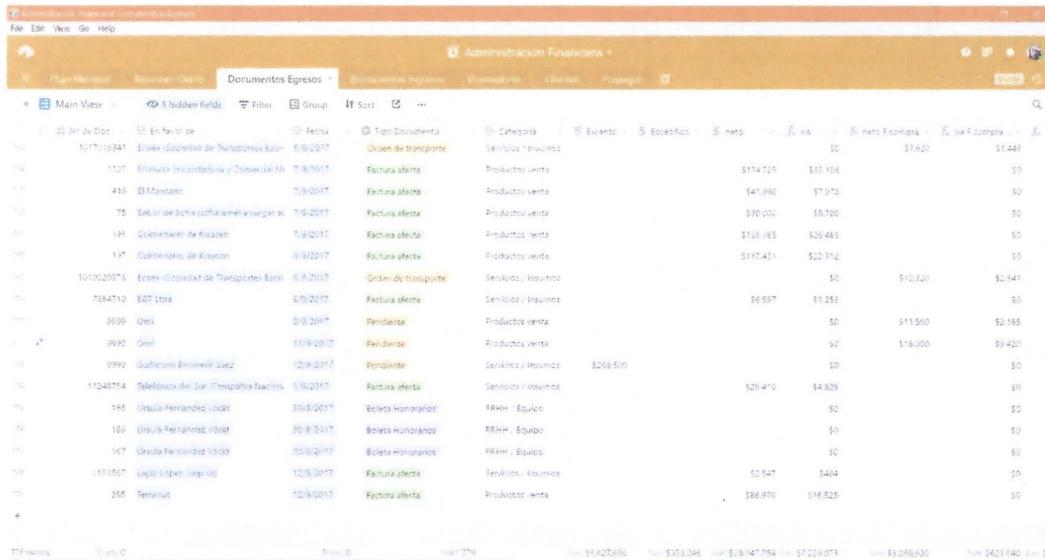
Concluído con éxito lo anterior, comenzó la marcha blanca del sistema en el día a día de la tienda. Este periodo de aproximadamente un mes consideró acompañamiento continuo y conllevó ajustes y correcciones tanto a las funciones del sistema, como a la organización interna del equipo en la distribución de las tareas para mantener la información correcta y al día.

La evaluación de la implementación de esta nueva herramienta en la gestión de la cooperativa la manzana a sido muy positiva, principalmente dado que más que convertirse en una tarea extra que atender, se ha convertido en una plataforma de coordinación operativa práctica y expedita que ayuda a que todo el grupo tenga claridad respecto de los distintos flujos comerciales de la tienda, pudiendo así tener información accesible a la cual recurrir para evaluar, tomar decisiones, coordinar, planificar, etc.

Referencias visuales:



Gestión de información de proveedores
Posibilidad de trabajar las filas de la tabla como formulario



Ingreso y seguimiento de documentos de egresos

Administración Financiera

Resumen Diario

Fecha	Saldo Inicial	Total Ingresos Efectivos										
17/8/2017	\$0	\$144,593	3959	8949	126479465291	\$119,637	\$4,600	\$10,000	\$2,450			
18/8/2017	\$0	\$220,751	29154	56	253755	6346	\$575,377	28,926	\$0	\$14,450		
19/8/2017	\$0	\$222,102	706			\$52,062	\$0	\$0	\$0			
20/8/2017	\$0	\$0				\$0	\$0	\$0	\$0			
21/8/2017	\$0	\$110,954	12207926	673837488391		\$49,849	\$26,070	\$0	\$1,456			
22/8/2017	\$14,280	\$268,275	324967015	439725	128421	\$46,185	\$54,200	\$0	\$37,241			
23/8/2017	\$0	\$154,592	87	41045	168	167	\$192,759	\$0	\$0			
24/8/2017	\$0	\$145,803				\$0	\$0	\$0	\$5,345			
25/8/2017	\$0	\$251,514	7859470	11527	33542	\$108,409	\$0	\$5,000	\$2,450			
26/8/2017	\$0	\$191,482	188	546		\$142,376	\$0	\$0	\$42,519			
27/8/2017	\$0	\$0				\$0	\$0	\$0	\$0			
28/8/2017	\$0	\$315,259	126	24	7802468	4021	9	\$54,019	\$0	\$429,000	\$1,330	
29/8/2017	\$0	\$200,792	1017015632	9529	8044	3	\$519,816	\$0	\$0	\$19,251		
30/8/2017	\$0	\$197,853	787	104	383	85	42	70	\$249,819	\$0	\$524,996	\$2,656
31/8/2017	\$0	\$176,174	72	404	255	7869409	17	\$520,283	\$5,200	\$49,310	\$0	
1/9/2017	\$0	\$340,219	11489154	176		\$57,239	\$0	\$0	\$0	\$122,034		
2/9/2017	\$0	\$356,240				\$0	\$0	\$0	\$0	\$55,037		
3/9/2017	\$0	\$0				\$0	\$0	\$0	\$0	\$0		
4/9/2017	\$0	\$114,977	1918798354	1060	1719	4	\$49,344	\$0	\$0	\$46,944		
5/9/2017	\$0	\$20,807				\$0	\$0	\$0	\$0	\$0		
31/8/2017	\$195,025	\$1,915,025	\$1,915,025	\$1,915,025	\$1,915,025	\$1,915,025	\$1,915,025	\$1,915,025	\$1,915,025	\$1,915,025		

Sumatorias automatizadas transacciones del día

Administración Financiera

Prepagos

Nombre	Saldo Inicial	Total Ingresos Efectivos					
Ronald Javet	\$0	\$426,789	\$426,789	\$426,789	\$426,789	\$426,789	\$426,789
soledad guala	\$0	\$96,476	\$96,476	\$96,476	\$96,476	\$96,476	\$96,476
Ursula Fernandez	\$0	\$410,000	\$410,000	\$410,000	\$410,000	\$410,000	\$410,000
Veronica Lyon	\$0	\$20,495	\$20,495	\$20,495	\$20,495	\$20,495	\$20,495
Veronica Lyon	\$6,255	\$6,255	\$6,255	\$6,255	\$6,255	\$6,255	\$6,255
Veronica Lyon	\$3,825	\$3,825	\$3,825	\$3,825	\$3,825	\$3,825	\$3,825
Veronica Lyon	\$274	\$274	\$274	\$274	\$274	\$274	\$274
Veronica Lyon	\$14,474	\$14,474	\$14,474	\$14,474	\$14,474	\$14,474	\$14,474
Veronica Lyon	\$10,294	\$10,294	\$10,294	\$10,294	\$10,294	\$10,294	\$10,294
Veronica Lyon	\$1,754	\$1,754	\$1,754	\$1,754	\$1,754	\$1,754	\$1,754
Veronica Lyon	\$74	\$74	\$74	\$74	\$74	\$74	\$74
Consumo Tienda	\$17,929	\$17,929	\$17,929	\$17,929	\$17,929	\$17,929	\$17,929

Gestión prepagos soci@s (transferencias a nuestra cta cte y posterior descuento de compras)



Administración Financiera

Flujo Mensual

Resultado	Operaciones Egresos	Operaciones Ingresos	Total Egresos	Total Ingresos	Total RRHH	Gastos tributarios	Total otros ingresos	Total otros egresos	Balance Real
-52,511,077	332	\$3,278,859	\$5,809,227	30	\$2,176,698	\$192,724	\$1,477,968	\$0	\$248,671
\$1,029,217	643	\$4,481,082	\$2,807,970	30	\$1,477,610	\$165,408	\$640,022	10	\$2,744,299
-\$3,715,104	779	\$12,100,486	\$9,189,624	30	\$2,693,687	\$219,675	\$2,559,800	10	\$1,272,600
-\$1,929,313	344	\$7,105,207	\$3,241,011	\$100,000	\$2,243,608	\$200,541	\$1,320,354	30	-\$61,159
-\$9,778,143	350	\$11,231,953	\$1,106,491	\$4,000	\$2,303,651	\$253,382	\$9,857,011	\$9,005	\$1,312,120
-\$3,050,163	277	\$6,848,581	\$3,947,306	\$101,272	\$1,091,320	\$479,458	\$9,800	\$10,600	-\$1,860,525
-\$5,362,148	1078	\$7,700,790	\$6,232,523	\$5,974	\$1,417,769		\$41,700	\$8,300	-\$288,762
-\$2,263,781	770	\$5,186,189	\$3,544,096	\$14,770	\$2,527,917		\$3	\$29,700	-\$1,306,872
\$1,014,309	192	\$1,979,708	\$1,479,708	30	\$0		\$0	\$104	-\$1,979,812

\$1,000,000.00 \$10,000,000.00 \$50,000,000.00 \$100,000,000.00 \$500,000,000.00 \$1,000,000,000.00

Sumatorias mensuales de operación financiera



Anexo 5: Actividades de Fortalecimiento y Comunicación

Se realizaron 2 talleres de comunicación, con el apoyo de la ONG Comunicación cooperativa. El primero se realizó el 19 de Agosto y tuvo por objetivo fortalecer las capacidades de comunicación de los socios de la cooperativa.





Lista de participantes proyecto FIA PYT 2016-082B

Actividad: Taller Comunicacional desde los Principios y valores cooperativos Fecha: 19/AGO/2017

Nombre y Apellido	Firma
Macarena Jimenez Ten	
Raya Catielos H	
Teresa Catielos J	
Jilles van Gassel	
Alfredo Tasci	
Chazara Lemay	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales





Lista de participantes proyecto FIA PYT 2016-0828

Actividad: Taller Comunicacional desde los Principios y Valores Cooperativos. Fecha: 19/06/2017

Nombre y Apellido	Firma
Robin Weisselberg	
Mahuida Catileo Catileo	
Pardo P. Lucado P.	
Brenda Román	
Soledad Santa Catalé	
Orsola Fernandez	
Angela Romero P.	
Natalia Barcia Gallego	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumidores Responsable La Manzanera para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales.



Luego, en Enero de este año se realizó un taller con los socios en el predio de una agricultora, que tuvo por objetivo reflexionar sobre los valores y principios cooperativos y el significado de ser parte de la una cooperativa de consumidores y su relación con el territorio. En la oportunidad además se realizaron actividades recreativas y una "Minga" de ayuda a la productora.







ANEXO 6
BALANCE GENERAL



Anexo 7: Difusión

Las convocatorias y los resultados de la cooperativa fueron difundidos tanto en la web como en las redes sociales de la cooperativa. También a través de los newsletter semanales, a través de correo electrónico y en la tienda¹.

The screenshot shows the website lamanzana.coop. At the top, there is a navigation menu with links: INICIO, CONÓCENOS, LEE EL BLOG, ESCRÍBENOS, and PÁSA A LA TIENDA. Below the navigation, there is a section titled "ARCHIVES" with a sub-header "TALLER DE COMUNICACIÓN DESDE LOS PRINCIPIOS Y VALORES COOPERATIVOS". The main content area features a post with a photo of a group of people and the text: "Queridos Soci@s! Queremos invitarlos a una interesante actividad que impartirán nuestros amigos de Asociación Comunicación Cooperativa, para conocer que principios rigen a las cooperativas en el mundo, y reflexionar sobre las prácticas comunicacionales con identidad cooperativa. Este se realizará el Sábado 19 de Agosto de 2017 de 09:30 a 14:00 en el Espacio En Construcción, ubicado en Arauco 128, tercer Piso. Para participar Pincha acá Esta actividad se enmarca en el desarrollo de nuestro proyecto FIA 'Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales agroecológicos'". Below the post, there is a section titled "LA COOPE EN NAM 2017" with a photo of two people and the text: "Fuimos invitados a compartir nuestra experiencia en Nam Innova 2017, bajo el formato de Pecha Kucha (20 imágenes con pase automático de 20 segundos c/u). Fue un desafío muy entretenido, y una jornada que nos permitió conocer varias iniciativas con intereses comunes al nuestro, lo que nos deja más conectados con personas activas e ilusionadas con un cambio en los patrones de consumo. Gracias a FIA y Nam por la invitación, les dejamos a continuación las imágenes que presentamos". On the right side of the page, there is a search bar, a section titled "BUSCAR EN LA TIENDA", and a section titled "ENTRAR A MI CUENTA" with fields for "Nombre de Usuario" and "Password", and a "Recordarme" checkbox. At the bottom, there is a link to "INSCRIBETE A NUESTRO BOLETÍN SEMANAL".

1 Mayor información en www.lamanzana.coop y en <https://www.facebook.com/cooperativalamanzana/>

ABP   **lamanzana.coop** 

 [INICIO](#) [CONOCÉNDOS](#) [LEE EL BLOG](#) [ESCRÍBENOS](#) [PASA A LA TIENDA](#)

PARTICIPACIÓN EN TRAWÚN 2.0



Nos invitaron a compartir nuestra experiencia en una de las actividades del Proyecto FIC Trawún 2.0, en el Espacio Trafkintuwe de la ciudad de Panguipú, el pasado 01 de Abril del 2017. El proyecto reúne a iniciativas del destino Siete Lagos y la ruta patrimonial Llancahue en torno al turismo colaborativo. Junto a la Cooperativa Semilla Austral y el Instituto de Farmacultura, expusimos las dificultades y desafíos que conlleva ser socio y parte de una cooperativa- Los asistentes pudieron ver, reflexionar y preguntar todas sus inquietudes. Fue una jornada muy entretenida en torno a un mate que nos permitió conocer distintas iniciativas en los sectores cordilleranos de la región. Gracias a Trawún y al CEAM por la invitación, a continuación les dejamos algunas fotos. ...

Publicado en [02/04/2017](#) by [Mahuida](#) en [Comunidad](#) [Eventos](#) [Proyecto FIA Gestión](#) [Redes](#)

[CONTINUE LEYENDO >](#)

CONSTRUYENDO JUNTO@S EL SIGUIENTE CAPITULO DE NUESTRA COOPE



Mucho ha pasado en el camino de nuestra cooperativa los últimos años, y esperamos que así siga siendo. En este sentido, hemos planificado una jornada en que podamos, en conjunto, conciliar y co-crear hacia dónde creemos que debe ir esta experiencia llamada La Manzana, qué es lo que soñamos y creemos mejor para ella y los fundamentos que la motivan. Por esto es que convocamos a todos @s socios, y @s amigos o voluntari@s cercanos a la iniciativa, a ser parte de esta importante ocasión de re-visión colectiva, la cual será facilitada por Ronald Sístek bajo la metodología Dragon Dreaming para la gestión de proyectos colaborativos. Para ello, necesitamos que se comprometan a dar 1 día de su tiempo, y así permitirnos un espacio en el ...

Publicado en [09/03/2017](#) by [Ronald Javet](#) en [Comunidad](#) [Convocamos](#) [Proyecto FIA Gestión](#)

[CONTINUE LEYENDO >](#)

ADJUDICACION PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN DE NUESTRA COOPERATIVA



En diciembre del 2016, nuestra Cooperativa se adjudicó un fondo de

Participación Actividades y Redes

Así también, se participó en varias actividades, encuentros y seminarios, donde se dieron a conocer resultados parciales del proyecto. A continuación algunas de las participaciones más importantes:



Ñam Innova



Participación Proyecto Corfo Nodo Agroecológico Los Ríos



Presentación del modelo de la Cooperativa a
productores de la Ruta Siete Lagos
Proyecto Nodo CorfoTrawün 2.0 Abril 2017
Panguipulli



Yumbel 2017
6, 7 y 8 de Abril

- Participación en Trafkintué
- Visita a productores de legumbres en feria y creación de lazos con ellos
- Fortalecimiento lazos con CET Yumbel
- Fortalecimiento lazos con Agrupación de consumo La Berenjena de Pucón





Encuentro Regional Biobío de Emprendimientos Cooperativos y Economía Social y Solidaria

Organizado por la CONFECOOP
8 y 9 de abril 2017
Universidad de Concepción



5to Encuentro Nacional de Economía Social y Solidaria, Santiago

5 Encuentro Nacional de Economía Social y Solidaria

Transitando hacia territorios de buen vivir



La Confederación General de Cooperativas de Chile (CONFECOOP), se complace en invitarle a nuestro 5º Encuentro Nacional de Economía Social y Solidaria.

El evento se realizará los próximos 11 y 12 de mayo, de 9.30 a 18.30 horas, en el Campus Santiago de la Universidad de Valparaíso (Gran Avenida José Miguel Carrera 4160, San Miguel). Su participación es importante para nosotros.

Santiago, abril de 2017.



Seminario Agroecología y Consumo Responsable en la Región de Los Ríos

NODO Agroecológico Región de Los Ríos

Viernes 15 de diciembre
De 10:00 a 14:00 horas
Carpa de la Ciencia del CECS
(Pasco Libertad n°1 Valdivia)

- “Implicancias del programa NODO agroecológico de Los Ríos”
Ángel Salazar, Equipo NODO Agroecológico.
- “Agroecología en la Región de Los Ríos: Avanzando hacia la sustentabilidad”
Dr. Mauricio González-Chang, Equipo NODO Agroecológico.
- “Agroecología y el futuro de la alimentación”
Dr. Miguel Ángel Altieri, profesor emérito Universidad de California, Berkeley.
- “Consumo responsable en la Región de Los Ríos”
Agrupaciones sociales regionales y locales.



Entrada liberada
Previa inscripción, cupos limitados

 Agroecología en Los Ríos

ORGANIZA



PATROCINA



COLABORA





V Encuentro de Consumo Responsable “Del Bosque a Tu Mesa”

Así también, se realizó el V encuentro de Consumo Responsable por parte de la Cooperativa, el que contó con la participación de aproximadamente 1.000 personas en sus 3 días de duración, apareciendo también en la prensa local. En el Encuentro se dieron a conocer los resultados parciales del proyecto y se generaron actividades de fortalecimiento entre actores. En el Anexo 9 se adjuntan listas de asistencia a las actividades principales



Panoramas de fin de semana en Valdivia y sus alrededores

ES LA CAPITAL DE LA REGIÓN DE LOS RÍOS

138 970 HABITANTES

WWW.DONDEIRVALDIVIA.CL

PARA DESCUBRIR



LA PLAYA GRANDE DE NIEBLA

Ubicada a 15 kilómetros del centro de Valdivia hacia la costa, a la playa Grande de Niebla se puede acceder a través de vehículo o también en bicicleta para los amantes de los deportes outdoor.

Cuenta con aproximadamente 300 metros de playa y durante su máxima afluencia está dada durante los meses de enero y febrero se puede visitar durante todo el año.

Sus arenas son de origen volcánico rodeada de la naturaleza propia de la zona. Su encanto también está dado por su gastronomía, ya que se celebra el Encuentro Gastronómico de marzo a diciembre entre los fines de semana y cuando el tiempo lo dispone.

PARA ALOJAR



CABAÑAS DON GASPAR

Ubicada en Los Pelules 420, las cabañas son un fin de semana totalmente equipado con capacidad de 2 hasta 6 personas. Incluye 2 dormitorios, matrimonio e individual con baño, kitchenette, calefacción con suelo para 5 personas y microondas, calefacción central, televisión gratuita, señal WiFi y estacionamiento privado. Los teléfonos de contacto son: 56 91 2577575 y 56 9 54295416. La página web es www.don-gaspar.cl y se pueden efectuar reservas y consultas al mail: reservas@don-gaspar.cl

PARA COMER



NUR: COMIDA ÁRABE A LA PUERTA DE TU CASA

Junto con mantener su horario de atención de 18.00 a 23.30 horas en Los Laureles 4405 (Isla Feja), Restaurante Nur, comenzó a hacer repartos a domicilio a fin de facilitar el servicio. Asimismo, aparte del delivery, una de las novedades del restaurante de comida árabe es que hace una semana amplió su carta, al sumar nuevos platos típicos de medio oriente.

Uno de los platos con mayor aceptación es el tradicional shawarma, el plato de cordero y de falafel. La carta también incluye: Batata Hama, una especie de papas bravas a la usanza árabe.

Para el delivery, el horario de los pedidos es de martes a sábado de 18.30 a 23.00 horas.

El contacto se puede hacer de forma directa al fono 9-50987896, o través del Fanpage: Nur Comida Árabe, donde además se encuentra publicada la carta de

PARA DISFRUTAR

21
AL 23 ABRIL



CONSUMO RESPONSABLE

Este año el Encuentro de Consumo Responsable estará dedicado a los Productos Forestales No Maderables (PFNM) es decir los productos que nos regala nuestra bosque, en la Corpa de la Ciencia CECs en Paseo Libertad con entrada liberada.

PARA CONOCER



PARQUE ONCOL: NATURALEZA Y DIVERSIDAD

A 28 kilómetros de Valdivia se ubica este parque compuesto por 754 hectáreas, donde se puede apreciar todo el esplendor de la flora y fauna de la Selva Valdiviana. Oncol cuenta con 5 miradores, donde en los más altos se pueden apreciar las costas del Océano Pacífico, Valle Central y Volcanes de la Cordillera de Los Andes. Con el tiempo se ha vuelto uno de los lugares predilectos para los fanáticos del senderismo y mountain bike. En su interior cuenta con una cafetería.

Para acceder a Oncol desde Valdivia se debe tomar la ruta de la costa. Pasado el puente Cruces do-

Economía

DIARIO AUSTRAL | Sábado 22 de abril de 2017 | 13

Llamado al consumo responsable se toma la Carpa de la Ciencia

HASTA MAÑANA. Ayer comenzó el quinto encuentro de este tipo organizado por el cooperativa valdiviana "La Manzana".

Rubio Cárdenas A.

Hasta mañana se lleva a cabo en la Carpa de la Ciencia del Centro de Estudios Científicos (CECs), la quinta versión del Encuentro de Consumo Responsable que se organiza en Valdivia la cooperativa La Manzana y que este año se desarrolló bajo el eslogan "Del Bosque a tu mesa".

En total y de acuerdo a datos proporcionados por la organización, cerca de 900 personas se dieron cita ayer en la jornada inaugural del evento, esperando respuestas similares del público entre hoy y mañana. Amparado esto último en el alto interés que concierne los 24 stand de emprendedores de productores forestales no madereros, además de la actividad de complementarios que se realizarán

"Si los alimentos que ingerimos no están cultivados con amor, no aportan en nada".

Úrsula Fernández
Ganadora en el encuentro.

"Es una muy buena vitrina porque la gente realmente valora lo que se expende".

Rodrigo Kllassen
Emprendedor.

como la fijada este domingo, a las 11 horas, en el parque Urbano El Bosque.

Uno de los hitos que marcarán el primer día de exposiciones de esta muestra fue la inauguración oficial, donde la invitada especial fue la maestra Paola Araoz, quien destacó en su discurso la importancia de la

alimentación sana y la relación de esta con la naturaleza.

También la autoridad ancestral encabezó una mesa redonda en que se abordó la trayectoria de recolectores, productores y expositores.

En esa línea, una de las organizadoras, Úrsula Fernández, destacó la realización de esta quinta versión del evento, explicando que "la intención de este nuevo encuentro es informar a la gente sobre la importancia de alimentos de manera sana y consciente".

"Si los alimentos que ingerimos no están cultivados con amor, no aportan en nada", destacó Fernández en la presentación inaugural, haciendo referencia al consumo responsable y de qué manera este afecta al medio ambiente.

A su turno, el empresario y agricultor, Rodrigo Kllassen, señaló que "esta es una muy buena vitrina porque la gente realmente valora los productos que se ponen a su disposición".



PRODUCTOS FORESTALES NO MADEREROS Y DIVERSOS ALIMENTOS SE EXHIBEN EN LA FERIA HASTA MAÑANA.

¿Qué es el consumo responsable?

El consumo responsable, según detalló Úrsula Fernández, consiste en "minimizar la huella de carbono que emitimos, eliminar la cantidad de envases circulares y desintoxicar el cuerpo de toxinas, por lo tanto las maneras de ser responsables con el entorno surgen cuando favorecemos el comercio local, la compra de productos orgánicos, cuando nosotros mismos cultivamos nuestro propio alimento y cuando establecemos las cadenas cortas de alimentación".

Entre las 11 y 13 horas, la que contará con presencia del encargado del área de sustentabilidad de la Universidad de Chile, Ignacio Montenegro, el emprendedor de Gestos del Bosque y miembro de la Cooperativa Fen, Gonzalo Silva y el magister en Desarrollo Rural de la Universidad Austral de Chile Alberto Tacón.

También habrá clases de cocina lideradas por los chefs Karime Harcho y Quisen Viquez y que partirán a las 17 horas, y, posteriormente, un consumo gastronómico que consiste en la preparación de un plato de fondo hecho con ingredientes extraídos de la naturaleza y cuyo premio principal será una galleta de compañía por 50 mil pesos en la tienda de la Cooperativa de La Manzana. - CF

SANTO TOMÁS

VEN Y SÚMATE

Admisión Santo Tomás

14° ENSAYO NACIONAL PSU

Sábado **06** MAYO **09:30 hrs.**

UNA EXPERIENCIA EN TIEMPO REAL

Organizado por Santo Tomás

Me interesa Asistirá

6 | Actualidad



EL EVENTO CONTÓ CON LA COLABORACIÓN DE ESTUDIANTES VOLUNTARIOS.

En Uach realizaron evento de difusión de software libre más grande del continente

El campus Miraflores de la Universidad Austral de Chile fue el escenario ayer de la versión 2017 del Festival Latinoamericano de Instalación de Software Libre (LFIASoL). El evento, que fue organizado en conjunto por docentes y estudiantes de la misma casa de estudios, y se realizó simultáneamente en dieciséis ciudades del continente, además de algunas localidades de España, consistió en la instalación

de software libre en los computadores que tienen los asistentes, incluyendo, además, charlas y talleres demostrativos. Daniel Fabre, académico del Instituto de Electricidad y Electrónica de la Uach, señaló que el objetivo de este evento fue promover y poder garantizar las libertades de usar, estudiar, mejorar y modificar los equipos computacionales para cualquier propósito que uno quiera como usuario".

Llamam a optar por jardines municipales VTF de Valdivia tras la apertura de cupos

El alcalde de Valdivia, Omar Sabat, formó un llamado a los padres que estén en busca de un jardín infantil para sus hijos, a acercarse a los jardines infantiles municipales VTF, los cuales aún tienen 124 cupos disponibles en sala cuna y nivel medio. En el caso de sala cuna, donde asisten hasta tres niños hasta los dos años de edad, existen 51 cupos disponibles. En el nivel medio, donde asisten los pequeños de hasta 3

años, hay un total de 50 cupos vacantes, mientras que en el nivel medio mayor, de 3 años 11 meses, existen otros 23 cupos disponibles. "Tenemos 17 jardines infantiles municipales VTF en diferentes sectores, por lo que hacemos un llamado a padres que aún estén en búsqueda de un establecimiento de educación inicial para sus hijos, se acercan a su jardín municipal más cercano a hacer las consultas",

Expertos en gastronomía promovieron el consumo responsable en la cocina

CARPA DEL CECS. Hoy culmina la quinta versión del encuentro organizado por la cooperativa La Manzana con un recorrido por el Parque Urbano El Bosque.

Victoria Gatica Villegas

En la Carpa de la Ciencia del Centro de Estudios Científicos (CECS) se llevó a cabo ayer la segunda jornada de la quinta versión del Encuentro de Consumo Responsable, que organiza la Cooperativa La Manzana, bajo el tópico "Del bosque a tu mesa", y que este año reunió a mil 500 personas, según cifras de la organización.

Además de los 24 emprendedores que expusieron productos de distintos puntos de la zona sur del país, ayer se realizó una mesa de debate sobre buenas prácticas en recolección, cocina in vivo y un concurso gastronómico que tenía como desafío elaborar un plato de fondo a base de productos extraídos de la naturaleza.

La cocina in vivo estuvo a cargo de los expertos en gastronomía natural de la zona, Karime Harcha y Queren Vlasquez, quienes deleitaron a los asistentes con la preparación de merluza con lucichín, que entre sus ingredientes además tenía avellanas, harina de quinua y melón.

En el desarrollo de la pre-



LOS PARTICIPANTES PREPARARON PLATOS DE FONDO CON PRODUCTOS NATURALES RECOGIDOS EN LA ZONA.

paración, ambos chefs hicieron hincapié en el uso de productos con denominación de origen, de uso controlado, sostenibles y naturales.

Entre los aspectos, Queren Vlasquez destacó la importancia de saber lo que se cocina y posteriormente se come. "Es tremendamente importante conocer la denominación de origen porque nos permite saber lo que estamos comiendo. El escoger el producto es crucial debido a la existencia de intervención animal, vegetal y de suelo", explicó.

En tanto, Karime Harcha, relevó que hecho de que Valdivia, al ser un límite climático

CON LA NATURALEZA

Hoy a las 11 horas culminará la quinta versión del encuentro con un recorrido abierto por el Parque Urbano El Bosque, que tiene por objetivo el reconocimiento de productos forestales.

geográfico, permite la diversidad de productos, tanto endémicos, como los de la región de la Araucanía y Los Lagos. "Hay varios flancos en esto, como el tema cultural, porque el conocimiento del producto local y su entorno, hace que tu seas de un sector o una zona con identidad propia", dijo.

Y agregó que "conocer los productos se traduce en cocinar la tierra en la que uno vive y tener una propia identidad al involucrar los productos en el día a día, en la cocina, salud y decoración".

MUJERES TEJEDORAS

Una de las 24 expositoras participantes del encuentro fue María Bebrañes, mujer tejedora de pilwa. Hebras vegetales que se extraen de los chipones y se secan naturalmente, quien desde su infancia se dedicó a la artesanía, pero que hace un año retomó la práctica. "Trajimos a exponer canastos, pimeras, bolsas para compras, llaveros y elementos decorativos. Tejer la pilwa es sumamente laborioso porque comienza desde que uno recorta el chipón, lo limpia, lo corta, lo deja secar y lo comienza a tejer", dijo la artesana, quien junto a mujeres en Puerto Saavedra y Lago Budi, comercializan sus productos en Chile y el extranjero.

Postulaciones abiertas año 2017

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

VALDIVIA

INICIO DE CLASES: MAYO

HORARIOS: VIERNES. DE 18:45 A 22:15 hrs.

VENDO EXCELENTE UBICACIÓN

 CAFÉ RESTAURANT EXITOSO Y CENTRICO

 EQUIPADO - FUNCIONANDO DERECHO LLAVE

 PATENTE Y PERMISOS.

VERDADEROS INTERESADOS LLAMAR CELULAR 9 9640 7886

ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE OSORNO

INFORMA

SE ENCUENTRA EN MERCADO PÚBLICO LICITACIÓN

"SERVICIO DE MANTENCIÓN Y ASEO DE



Para mostrar los resultados finales, se realizó una actividad de cierre, que contó con la participación del consejo de administración, socios, agricultoras y servicios públicos.



INVITACIÓN

La directora ejecutiva de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), María José Etchegaray y la Cooperativa de Consumo Responsable de Valdivia "La Manzana", invitan a usted a la ceremonia de cierre del proyecto "Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales agroecológicos"

En la oportunidad, conoceremos los resultados del proyecto, a la vez que se presentarán las actividades a desarrollar en la próxima etapa, que fue adjudicada en el concurso 2017 de FIA. **La actividad se llevará a cabo el día miércoles 6 de diciembre, en el quincho del Centro de Educación Continua de la Universidad Austral de Chile, (entrada por el costado izquierdo) a las 15:30 horas.**

Se ruega Confirmar asistencia





Lista de participantes proyecto FIA PYT 2016-0828

Actividad: Cierre Proyecto PYT 2016-0828 Fecha: 06- Dic 17

Nombre y Apellido	Firma
Cherie Torres	
Guillermo Biniñew	
Diego Vargas	
Francisco Torres Bruna	
Rosa del P. Balle Carrasco	
Glenda Lorena Ima.	
Angel Salazar Rojas	

Fortalecimiento de las organizaciones de gestión de las cooperativas de consumo Responsable La Manabana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de canales cortos de comercialización para los productores locales





Lista de participantes proyecto FIA PYT 2016-0828

Actividad: Cierre Proyecto Fecha: 06/12/2017

Nombre y Apellido	Firma
Pablo Triarte Estor	
Paloma Quesada M.	
Johannes Horstmann	
Lina E. Horstmann	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales



Lista de participantes proyecto FIA PYT 2016-0828

Actividad: Cierre de Proyecto Fecha: 06/12/2017

Nombre y Apellido	Firma
Victorio Basso Costa	
Dennis Florenzo	
Caribé Valentín	
Brenda Román	
Mahuida Cabriles C.	
Walter Bustamante P.	
Ursula Torquand	
Catalina Pintos	

Fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana para el posicionamiento de esta como la principal plataforma de circuitos cortos de comercialización para los productores locales





Anexo 8: Nómina de Socios Cooperativa

Nº Socio	Nombre socio	Apellidos
1	Ursula Andrea	Fernández Vöckt
2	Ernesto Daniel	Weil Parodi
3	Maria Eugenia	Solari Alberti
4	Ana Monica	Abelló Monzón
5	Jana	Rohrbach
6	Nicolas	Böttges
7	Carolina Andrea	Momberg Vidal
8	Vladimir Alberto	Riesco Bahamondes
9	Charlotte	Lovengreen
10	Carmen Belarmina	Guarda Rubi
11	Liliana Solange	Pezoa Gutiérrez
12	Alejandra Lidia	Segovia Galaz
13	Verena Olga	Momberg Haas
14	Alberto Andres	Cárdenas Martinez
15	Maria Brigida	Vargas Huenchucona
16	Anneken	Reise Volkenborn
17	Maria Bernardita	Birkner Carvajal
18	Laura Alejandra	Nahuelhual Muñoz
19	Esperanza Sara	Álvarez Martínez
20	Elisa	Cordero Jahr
21	Sabine Ines	Müller-Using Wenzke
22	Bastienne Caroline	Schlegel Heldt
23	Pablo Felipe	Schalscha Doxrud

24	María Verónica	Lyon Labbé
25	Carlos Ernesto	Balbiani Ferrari
26	Maria Isabel	Niemeyer Marich
27	Tirza Constanza	Fuentes Vera
28	Alfredo Nicolás	Erlwein Vicuña
29	René Alberto	Reyes Gallardo
30	Sandra	Jofré Rivas
31	Claudia Eugenia	Bustamante Gonzalez
32	Ximena Elisa	Rosales Neira
33	Paola Andrea	Lozada Perdomo
34	Anita María	Labbé Pizarro
35	Cecilia Andrea	Pavez Reyes
36	Vania Luzmila	Quinteros Solis
37	Daniel Vicente	Lühr Sierra
38	Sonia G.	Rodriguez Zuñiga
39	Jennifer Estefania	Romero Valpreda
40	Gonzalo Alfredo	Awad Nash
41	Richard Guillermo	Leal Fernández
42	Daniel Eduardo	Vega Sepulueda
43	Leticia Claudina	Salazar Lagos
44	Maria Isabel	Del Río Varela
45	David Eugenio	Núñez Maldonado
46	Otto	Lührs Middleton
47	Juan Fernando	Márquez Calderon
48	Anja	Wendt



49	Alejandra Elizabeth Elena	Wolodarsky-Franke Caldera
50	Paula	Moreno Silva
51	María Teresa	Gunckel González
52	Dafne Danae	Gho Illanes
53	Dominique	Aló
54	Luis Federico	Bátiz
55	Ingrid Lina	Coronado Schneider
56	Jessica Soledad	Padilla Smolianovich
57	Carmen Isabel	Molina Magofke
58	Narriman Cecilia	Sabra Docmac
59	Iris Milagros	Gonzalez Agüero
60	Ana María	Vergara Mellado
61	Andrés	Lagarrigue Ibáñez
62	Fabian Alejandro	Cid Yañez
63	Carlos Humberto	Del Campo Rojas
64	Denise Sofia	Choloux Ríos
65	Maria Paz	Flores Sánchez
66	Claudio Oscar	Donoso Hiriart
67	Miguel Angel	Navarrete Navarrete
68	Patricia Ester	Becerra Castro
69	Valentina	Palma Novoa
70	Patricia	Poveda Briones
71	Maria Luisa	Wagner Ferrari
72	Humberto Ricardo	Mendoza Rademarcher
73	Ana María	Pfeifer

74	Sara Alejandra	Gangas Berrocal
75	Carla	Bizama del Pino
76	Olivier	Estampes
77	Carolina	Tapia Mansilla
78	Claudia Andrea	Levicoy Olivarez
79	Marta	Santana Soto
80	Valentina	Bulo Vargas
81	Juan Carlos	Skewes Vodanovic
82	Teresa	Oteiza Silva
83	Clara	Olmedo
84	Gustavo Emilio	Blanco Wells
85	Pía	Poblete Segú
86	Ximena Maritza	Lobos Saavedra
87	Alberto	Tacón Clavain
88	Ricardo Marcelo	Millán
89	Maria José	Subiabre Ferrer
90	Soledad	Guala Catalan
91	Andrés Daniel	Hoffmann Prochelle
92	Marcelo	Solari Oyarzo
93	Julio Jorge	Santamarina Viapiana
94	Rodrigo Fernando	Pedraza Contreras
95	María Elena	Mera Krieger
96	Ana María	Sabja Giacaman
97	Susana Aide	Coper Wolkowiska
98	Claudia Paz	Mautz Miranda



99	Susan Patricia	Díaz Herrera
100	Javiera	Maira Moya
101	Christian Andrés	Pozas Valenzuela
102	Vicente Eduardo	Rodriguez Turio
103	Daniela	Olivares Aisuiip
104	Daniela	Accatino Scagliotti
105	Fiorenza	De Micheli
106	Carmen Gloria	Herreros Concha
107	Rosemaria Veronica	Korts Hille
108	Manfred	Max-Neef
109	Maria Gabriela	Valenzuela Vuille
110	Raúl Eleacer	Quinteros Opazo
111	Iván Alfredo	Soto Arias
112	Guillermo	Binimelis Sáez
113	Verónica	Zondek Darmastadter
114	Mario Andrés	Salgado Sáez
115	Ingrid Paola	Encina Candia
116	Irma	Bravo Ramirez
117	Viella	Shipley
118	María Paz	Peña Lagos
119	Pablo Alberto	Gómez Alvial
120	Malena Cecilia	Samaniego Salinas
121	Daisy Valeria	Núñez Parrando
122	María Soledad	Piñeiro Fuezalida
123	Tania Maipe	Muñoz Navarro

124	Cecilia	Zimmermann
125	María Paz	Valenzuela Bozinovich
126	Catalina	Rodriguez Cañas
127	Sandra Carolina	Herrera Basso
128	Jimena Viviana Soledad	Trujillo Peters
129	Leonor Isabel	Adán Alfaro
130	Carolina de los Ángeles	Cárcamo Alvarado
131	Claudia	Sutulov Baeza
132	Jose Ángel	Fernández Cruz
133	Juan Arturo	Saldivia Barría
134	Ignacio	Moreno Villoslada
135	Paula	Lopez Boetsch
136	Rodrigo Marcelo	Pinenda Muñoz
137	Carolina Andrea	Neumann Larenas
138	Denise Alicia	Hausmann Bielefeld
139	Pablo	Lépez Pérez
140	Jessica Alejandra	Molina Aravena
141	Marjorie Del Pilar	Hernández Campos
142	Ximena del Pilar	Molina Sirguiado
143	Edgardo Antonio	Parada Oyarzun
144	Jorge Eduardo	Misle Harcha
145	Henry	Azurmendi Toledo
146	Gabriela	Michaelis Fricke
147	Jean Lou	Tissanie
148	Martín Eduard	Neumann Kappel



149	María Eliana	Álvarez González
150	Carolina Fabiola	Garcés Toledo
151	Rubén Hernán	Parada Pérez
152	Iván Andrés	Díaz Romero
153	Carlos	Le Quesne
154	Laura Ivonne	Vasquez Rodriguez
155	Norma Andrea	Huerta Andrade
156	Eliana	Scheihing García
157	Pablo Jorge	Donoso Hiriart
158	Fabiola Del Carmen	Saavedra Araneda
159	Pablo Ramón	Szmulewicz Espinosa
160	Marjorie Carolinie	Martin Stuvén
161	Karla Estela	Locher Krause
162	Marisol Olivia	Molina Silva
163	Cyntia	Wells Bucher
164	Guido Rolando	Alvarado Fehrman
165	Carina	Gatti Quezada
166	Francisco Alejandro	Viddi Carrasco
167	Carolina	Hornauer
168	Rafael Eduardo	Coopman Ruiz-Tagle
169	Viviana	Ortiz Arenas
170	Daniel	Boroschek
171	Katja	Brachmann
172	Alejandra Pascale	Vásquez Silva
173	Agnes	Madalinsky

174	Jirafa Ltda.	
175	Antonia	Esturillo Dieguez
176	Luis	Figueroa Cáceres
177	Robert Bruce	Ingliss
178	Felipe Andrés	Guerra Schleef
179	Jennifer	Valenta
180	Tania	Etchepare Ibarra
181	Carlos Alberto	Johnson Veillon
182	Rodrigo Manuel	Vega San Martín
183	Pedro Jose	Gil Alfonso
184	Jonatan	Valenzuela Saldias
185	Ignacio Andrés	Sepúlveda Niemeyer
186	Edison Andrés	Pacheco Carroza
187	Rodrigo	Schnettler
188	Carola Andrea	Ruiz Carreño
189	Alejandra	Riesco Pineda
190	Jessica Andrea	Castillo Mandujano
191	Alejandro Alberto	Cordero Veas
192	Antonia Esperanza	Acuña Ipinza
193	Bettina	Bettati Salvo
194	Paloma	Quevedo Montenegro
195	Andrea Isabel	Carcamo Toro
196	Anita Maria	Dumont Valdeavellano
197	Carmen	Morales-Guarda
198	Ana Maria	Vliegenthart Arntz



199	Alejandra	Schefman Hochstetter
200	Claudio	Morris Calleja
201	Rayen Lili	Catrileo Herrera
202	Maria Ignacia	Westermeyer Gondonneau
203	Trevor	Walter
204	Glynn	Baker
205	Ester Aurora	Fecci Perez
206	Guisella Fabiola	Gacitúa Lovera
207	Claudia	Sepulveda Luque
208	Ronald Alejandro	Javet Pleguezuelos
209	Brenda del Pilar	Román Aborea
210	Luisa Karina	Camus Riquelme
211	Jorge Ignacio	Pereira Roa
212	Maria Ema	Hermosilla Heisinger
213	Evelyn	Gallardo Carcámo
214	Jimena	Besoain Erranz
215	María Angélica	Illanes Oliva
216	Claudia	Lega Posse
217	Yolanda	Trujillo Galea
218	Carlos S.	Gallardo
219	Viola	Debus
220	Francisco	Torres Bruna
221	Rodrigo Edmundo	Terreros Hernandez
222	Montserrat	Lara Sutulov
223	Angelica Isabel	Plaza Godoy

224	Mylthon Alejandro	Jimenez Castillo
225	María José	Martínez Doepking
226	Cristian	Olivares Esturillo
227	Daniela	Muñoz Acuña
228	Mahuida Beatriz	Catrileo Catrileo
229	Benjamin	Elizalde Durán
230	Natalia	Barria Gallardo
231	Paulina Andrea	Rouanet Reinoso
232	Angelica Isabel	Romero Romero
233	Camila	Baeza Rogers
234	Kenneth	Alvaro Urrea
235	Justin	Sandy
236	Evelyn Carolina	Reyes Donoso
237	Marianne Stephanie	Brümmer Ferreira
238	Camilo Esteban	Ruiz Stuardo
239	Ingrid Monica	Olivares Koyck
240	Robert	Cercos Brownell
241	Tito	Herrera de la Fuente
242	Dulcelina	Candia
243	Berenice	Claussen Duk
244	Sebastián Felipe	Gallardo Cortés
245	Inti	Rivera Ramas
246	Katherine Andrea	Herrera Castillo
247	Claudia	Santos Salinas
248	Robin Eleanor	Weisselberg



249	María José	Bello
250	Claudia	Salas de los Santos
251	Alejandra Isabel	Raffo Carvajal



ANEXO 9
Listado Asistencia V Encuentro Consumo Responsable



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
31	Corbo Ríos	La Florida Santiago		Reseando
32	Ana maria	Pailaco		Tips Market
33	Elicor Sepúlveda	VALDIVIA		Facebook
34	Francisco Torres	VALD		Amigo
35	Danila Caifil	Manzana		
36	Ximena Vergara	Niebla		Amigo
37	Alexandra Jarama	Quilón		Amigo
38	Néstor Burgos	Curipay		Amigo
39	Bárbara Pardo Rojas	Valdivia		evento Facebook
40	David Ugalde	Niñoca		Reseando
41	Andrea Morgan	Syriga, Sgo		Reseando
42	Alexandro Durán	Valdivia		INVITADO A LA MANZANERA
43	Karla Charis Arismendi	Valdivia		PROFESORA
44	Genara Yosthaca Silva	Valdivia		Facebook
45	Ana Cecilia Ureña Vargas	Valdivia (Costa Rica)		Pase por aquí

¡Agrégenos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
46	Maria Analia Mellato	Valdivia		
47	Barbara Soto Colbupal	Valdivia		Facebook
48	Hugo De Forno	Valdivia		Facebook
49	Javiera Niehoff Holte	Valdivia		Facebook
50	Andrea Lena M.	Valdivia		FB
51	gabriel Valdebe	Valdivia		Preso.
52	Ramona Jilivas	Valdivia		VOZ
53	Humberto Carter	Valdivia		pdola
54	Angel Salazar	Nielsen		
55	Carolina Reyes	Cuñipay		FB
56	Michele Montecinos	Valdivia		FB
57	Fabio Mora	Valdivia		
58	Alejandro Guerrero Vas	Valdivia		socio
59	Katherine Rossy Smith	Los Lagos		Inacap
60	Darling Martinez	Los Lagos		Inacap

¡Agréganos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE INVESTIGACIONES
CIENFÓNICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
61	Pablo Salomón Vitego	Valdivia		Inapsp
62	EDUARDO MOLINA BARRERA	VALDIVIA		AMIGO.
63	Nayadele Tineo Gomez	Temuco		UFRO
64	Griet Verweert	Temuco		UFRO
65	Esther Benítez	Valdivia		Diana
66	MARLENE TUNUZA M.	VALDIVIA		
67	Ingrid Pauls	Valdivia		Diana
68	Diego Vial			
69	Dana José Saavedra	Valdivia		Facebook
70	Natali Jara B.	Tco.		UFRO
71	Rolf Ruiz A	Temuco		ADP
72	JUAN PABLO	SPRING		PASO
73	Carla Lizasoain	La Unión		Facebook
74	Patricia Jodanis	Valdivia		
75	CARMEN GONZALEZ O	VALDIVIA		Facebook

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
76	EDUARDO LAZA	SANTIAGO		PASEO
77	Ernesta Velez J.	SANTIAGO		PASEANDO
78	Inis Mellado Soto	TEHUACO		Profesora.
79	Fabiola Guzmán	Uspizte		Radio.
80	Fernando López N.	LA UNIÓN		FACEBOOK
81	ERWIN LAGOS M	VALDIVIA		
82	AURELIA GRACIA ARIVER	VALDIVIA		AMIGOS
83	Dora Verónica Carrasco	VALDIVIA		Amigos e hijo.
84	Mario Matucos A	dalca		
85	Mario Prado	Tanco		Pote 2014
86	Martín Guzmán	Valdivia		Paseo al frutero
87	Sandra Osada W.	Valdivia		Paseo.
88	SONIA HANS	VILLA LA ANGOSTURA.		Paseo.
89	LUIS ESTEBAN	VILLA LA ANGOSTURA		Paseo.
90	Leuzi Corredor M	Santiago		Paseando

¡Agrógenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENETICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
91	Paola Krause	Valdivia		Amigo
92	Suzana Riquelme	Valdivia		Facebook
93	Carolina Gaudin	Valdivia		Amigo de la familia
94	Rosalia Pabello	Valdivia		Amigo
95	Isabel Mancada	Valdivia		de pasaje
96	Paola A. Lora de P.	Valdivia		Cooper.
97	Silvia Aranzazu	Nordeste		Amigo
98	Roberto Catalani	Valdivia		Amigo
99	Don Tony Davis	Valdivia		Amigo
100	Angélica Romero	Valdivia		Saca
101	Paulina González Prados	Valdivia		Facebook
102	Torres Villamuel Rojas	Valdivia		Amiga
103	Phanes Horstman	Valdivia		Cooper
104	Cristian González	"		Cooper
105	Audrey Hoffmann P.	Valdivia		La Mesa

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
106	Carlos Díaz	Maripúna		Casual
107	Andrés Zapata	Maripúna		Casual
108	Paloma Quevedo	Valdivia		Cope
109	Scarlet Doussang	Valdivia		Por parte FICSA del CECS
110	Guillermo Aullon	Valdivia		Casual
111	Carren Mochual	Valdivia		me a comul.
112	M ^{te} Alejandra Espinoza	Valdivia		Casual
113	Eduardo Peña	LAGO RANCO		email.com casual
114	Juan Saldivia	Valdivia		Busit
115	Isabel Muñoz	Valdivia		"
116	SUSHAARTI	SANTIAGO		Casual
117	Sanderico Fernández	Santiago		"
118	ALEXANDER HANCHA	SANTIAGO		Amigos
119	Mariana Jiménez T.	Valdivia		Cope
120	JAIIRA Solano Ibarra	Valdivia		

¡Agrégenos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
121	PAULA TALON	VALDIVIA		mana
122	AMANDA TACON	VALDIVIA		mana
123	Verónica Bona	Temuco		facebook
124	Yvonne Cajunao M	Temuco		facebook
125	Natalia Barrios G	Valdivia		La Amigas
126	Carlos Arinos	Valdivia		AMIGOS
127	VALENTINA NEGREA	VALDIVIA		AMIGOS
128	Cristóbal Otárola	Valdivia		Facebook
129	PABLO MORA LEAL	VALDIVIA		AMIGOS
130	Opelina Paulina	Valdivia		
131	Jennie Inés Lozzini	Valdivia		
132	Leyla Kollina Silva	Valdivia		
133	SANDRA ASCONCIBO HERRERA	VALDIVIA		
134	Pamela Yareira	Valdivia		Facebook
135	Daniel Melnick	Valdivia		amiga

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
136	Ana Olena Zurita Urbate	Valdivia		MAMI-PAOLA
137	Dina Concha P.	Valdivia		Resando.
138	Camila Constanza	Valdivia		Resando.
139	Jana Busta	Puerto Varas		facebook
140	Silvia Fica	Valdivia		fb.
141	Lina Molinar	Valdivia		Mami
142	M. Teresa d'Elizaga	Stgo		liza
143	Diego Villagrán	Valdivia		Amiga
144	Sebastián Heredia	Valdivia		Universidad
145	Sosa Sumzo Melipú	Valdivia		Resando.
146	Kassandra Soto G.	Lanco		Universidad
147	Siebe Bruijs	Lanquar		
148	Sofía Álvarez G.	Valdivia		Resando.
149	Hans Frederiksen A.	Valdivia		NO tenía idea.
150	Javiera Soto	Tralcao		AMIGO

¡Agrégenos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIEN FÉRCOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
151	Maria Fernanda Lopez A	Valdivia Valdivia		Amiga
152	Gustavo Manuel Pérez Pacheco	Valdivia, Valdivia		Pasando
153	Estela Soto M	Valdivia		Pasando
154	Claudia Alvarez	Valdivia		Email
155	Norma Torres	Valdivia		Web
156	Yael Andrea Pérez Jara	Osorno		Pasando
157	Constanza García O.	Temuco		VFRO
158	Teresa Meylan	Huedenberg		VFRO
159	Valentina Salgado	Valdivia		Facebook
160	CAROLINA NAVARRETE M	VALDIVIA		1 con PABLO AOSTRA
161	Rocio Soto	VALDIVIA		Pasando.
162	Teresa Soto M	Valdivia		PASANDO.
163	Fredy Riquelme A	Valdivia		Facebook
164	Jonathan Hernández	Valdivia		Amiga
165	Paola Oyarzun	Valdivia		Amiga

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENFUELOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
166	Jorge Arguando Carrajo	Valdivia		Copos
167	Victoria Arguando Riquelme	Valdivia		Radio
168	Luz Ernst	✓✓		Radio Udd
169	Anat Hermosilla	Valdivia		Casual.
170	Viviana Jatica	Valdivia		prems
171	Ma. Alejandra Pino	Valdivia		prems.
172	Mariana Arne	Vampariso		pasando.
173	Izma Fuentealba	Valdivia		pasando
174	Ruth Espinoza	Valdivia		pasando
175	Viola Debus	Valdivia		Socra
176	María Gabriel	Valdivia		FB
177	MARLENA ROBLES	Valdivia		Tia.
178	Cecilia Acuña	Valdivia		Radio
179	José de Dios Klanssen	Valdivia		pasando.
180	LUIS SANDOVAL	VALDIVIA		Amigos

¡Agréganos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENETÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
181	Marcelo Pizarro M	Selva Negra		
182	Fabiana Valenzuela	CARTAGENA, JUNTA		Compartido
183	marcelo Lopez F.	CARTAGENA MALPARIS		Viajando
184	Francisca Escobar M	Valdivia		casualidad pasando
185	Ignacia Sandoval	Sta. Martha		Amigo
186	Isidora Sandoval	Valdivia		Amigo
187	Cristian Burgos L.	Vald. via		Familiar
188	Gabriela Delgado A.	Valdivia		Familiar
189	Carol Concha B	Valdivia		Casualidad
190	Alondra Salas de los S.	Valdivia		Facebook
191	Augusto & Frigolito Romo	La Leñina		Amigo
192	Karina Sotomayor S	LA UNIÓN		FACEBOOK
193	Aparecida Reyes S	LA UNIÓN		FACEBOOK
194	Catalina Castillo M	Los Rios		
195	Rocio Münke	Los rios		facebook.

¡Agréganos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
196	Ana Jahnke	Valdivia		Facebook
197	Quia Sabje	Valdivia		por casualidad
198	Margoth Longo-illo	Osorno		Familiares
199	Pada Romero ?	Valdivia		Facebook
200	ROSSANA CONCEPCION	SANTIA GO		—
201	CARLOS CONCEPCION	SANTIA GO		—
202	Maria Petruska C.	Valdivia		Inicio a la feria presencial
203	TREVINO SUGRUBA S	VALDIVIA		DE AMIGOS
204	Marcelo Pizarro B	Teo		Por Cruzar
205	Trevor Walter	Valdivia		email
206	Leppie He Mier	Los Angeles		
207	Solovera Verónica	Los Angeles		
208	Bernardo Chaves P.	Ste. Elvira, Valdivia		personal.
209	Mauricio Guzmán	Valdivia		de un amigo
210	Yumi Urrutia	Valdivia		Por JANA Coop-

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CENTROVIVOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
211	Lidia Cuevas 2.	Valdivia		Iba pasando.
212	Pablo A. Ucha Landa	Valdivia		" "
213	MARIANNE Stongor	NIEBLA y TRES CHIFLONES		FACEBOOK
214	Estelina Salazar	Santiago		amigo.
215	Alicia Aguilar	Valdivia		pasando.
216	Cecilia Mendoza	Concepción		pasando.
217	Militaray Apurujin	Valdivia		lean Facebook
218	HUGO APURUJIN	VALDIVIA		Facebook
219	Paula Narin	Valdivia		Amigos
220	Gerónimo Río	"		amigos.
221	M. Thies Eggors	Valdivia		amigos
222	Carín Macarban	Santiago		pasando.
223	Constanza Almaraz R.	Valdivia		siempre pasamos
224	Fernando Almaraz R.	Valdivia		" "
225	Nora Sanjurjo R.	Valdivia		pasando

¡Agréganos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
226	DANIELA LEHNER	VALDIVIA		facebook + amigos
227	CLAUDIA MUJICA	COPIAPÓ		Amigo estudiante
228	Manchay González	Valdivia		Caminando
229	Jonathan Flores	Puyehue		Caminando
	Tamara Patricia Tl.	Valdivia		caminando
	Felipe Alberto Cortez	Valdivia		Caminando
232	Valeria Anagabri Aguilera	Valdivia		
233	Fredy Alvarez Wolf	COPÍAPO		CAMINANDO.
234	CARLO DÍAZ MANAÑA	VALDIVIA		FACEBOOK.
235	MAGdalena Navarro	Valdivia		FACEBOOK
236	Anzarqui Castillo	Valdivia		Caminando
237	Felipe Leon Tl	Valdivia		whatsapp.
238	Yessica Chiay Carmona	Valdivia		Facebook
239	Joaquina Houle	Valdivia		Facebook
240	Constanza Uribe	Valdivia		Facebook

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
241	Juan Troncoso Ugas	SANTIAGO		Mi grupo
242	Alexandria Castillo I	Valdivia		Facebook
243	Juan Pablo Santana B	Valdivia		Al PASAR POR AFUERA
244	Florina Aburto	Valdivia		Wassap
245	Alexandra Lagos	Valdivia		El grupo
246	Constanza Flores Rojas	Valdivia		Dato de contacto
247	Catalina Barra	Bilbao		Por correo
248	Rafael Salto	Pitruquehue		Pase por afuera
249	Pablo Gabriel Vargas	Valdivia		Blog
250	Peola Ripstein	Temuco		es Bien
251	JORGE SALGADO	TEMUCO		gmail.com
252	Isis GASTEL	Stgo		A amigo
253	Veneranda BERNARDO BARRERA	Valdivia		Amigo
254	David Colopien	Valdivia		Aprendo por afuera
255	Felipe SAN MARTIN L.	Temuco		por el

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
256	Evelyn Coronado	Valdivia		Al pasar.
257	Rodrigo Carrasco	Valdivia		" "
258	Benjamín Paredes	Valdivia		" "
259	Blaysonim Muñoz	Valdivia		Al pasar.
260	Margarita Quijil	Valdivia		Al pasar.
261	Sebastián Cordero	Valdivia		Internet
262	Alejandro Bana	Pailón		al pasar
263	ELIAS DERAMOND	TEMUCO		Al pasar
264	Fra de Carter	BELGICA		UFRO TEMUCO
265	GUSTAVO BUNN	CHILE/VALD		COOPS
266	Jules van Gassel	VALDIVIA		CCOPE
267	Marlene Jovanovic	Valdivia		al pasar.
268	H/a José BRAIN	Valdivia		DFU ya
269	Patricia Bohan de B	Valdivia		P. La Piedad.
270	Nataly Delgado	Valdivia		De pasada :)

¡Agréguenos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
271	Jhector Oyarzo P.	Panguimeo		Por un for
272	Sandra Rojas	Osoerno		lo deportivo.
273	Gabriel Rojas	Lago Ranco		Loop.
274	MELARRY MELPINE	LONQUIMAY		Por mi papa
275	Eliana Pinjas	Osoerno Santiago de la Costa		A amigo
276	Emmanuel Canales	Lancoche		Cooperativa Fin
277	María Inés Zúñiga Carrasco	Paillico		Cooperativa
278	Ximena Santa Sabada Zúñiga	Valdivia		Por mi mamá.
279	Camila Barales Seguel	Villarrica, IX region		Ursula Fernández
280	Karin Hoffmann Wausel	Valdivia		Ursula Fernández
281	Christine L. Harrower	Valdivia		cooperativo
282	MARIS GORRY A	Yumbina		COOP-
283	ANY LEÓN / C.	Pais Vasco-Santiago-Valdivia		facebook
284	Claudia Andrea Nauquepkin Uf.	Futunaco		Ursula
285	CRISTIAN RIFELO	VILLARRICA		URSULA

¡Agréganos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIÉNTIFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
286	Rosa Balbo E	Río Bueno		Coop La M
287	Daniel Harris-Pascal	Catpuy, Valdivia		Amigo
288	Elizabeth Vegas	La Unión		Coop. La Manzanera
289	Romina Salgado	La Unión		Coop. La Manzanera
290	Patricia Osvaldo	Camino Real Coyunco		manzanera
291	Maria Eugenia Cova	Camino Real Coyunco		Manzanera
292	Valentina Ortiz	Camino real coyunco		Manzanera
293	El Merito Vanessa Carolina	La Unión		Manzanera
294	Juan Huichisoyto	Los Molinos		manzanera
295	Diego BITAN	VALDIVIA		Manzanera
296	Carolina Rondero Novales	Niñola		Foro en línea Defensora Bosques Antiguos Valdivianos
297	Rafael y María Alicia	VALDIVIA		Facebook
298	Flora Fidal	Valdivia		
299	Xosima Streuberg	Valdivia		
300	Guillermo Barrera	Valdivia		

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
301	Walter FARIAS	Valdivia		Facebook
302	Karin Hoffmann G.	Valdivia		F B.
303	Catalina Cea R.	Valdivia		Ha pasado x una
304	Le			
305	Thomé Fuentes	Valdivia		Diario Austral
306	Carlos Arceles	Valdivia		Diario Austral
307	JAVIER MENDIZA	La CORRAL		Facebook
308	Priscilla Figueroa	Valdivia		por facebook
309	Roberto Arce	Valdivia		Facebook
310	Constanza Kahlid	Valdivia		Facebook Contacto No
311	Fernando Olivares	Lago Ranco		Facebook
312	VAN CAMO SILVA	SANTIAGO		AMIGO (person)
313	Jedro Dardo Jara	PUCON		Amigo
314	Monal Ulloa	PUCON		Amiga
315	Sebastian Alvarez	dos lagos		facebook

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
316	Glady Inel	Valdivia		Bosque por ti
317	Valaska Tabo	ANTOFA PARRA		pasando
318	Kati Toro	ANTOFAGASTA		pasando
319	Felipe Napoleón	VALDIVIA		Amigo.
320	Ponelo Gloria	Temuco		Pasando..
321	Hernay Bustos	VALDIVIA		Pasando.
322	Viviana Felle	Valdivia		Davis
323	Ivan Miroshnicenko	VALDIVIA		FACEBOOK
324	And Honor	Valdivia		Facebook..
325	SWAN HAINES M.	VALDIVIA		Amigo.
326	Bartolomé Palma	Valdivia		Amigo.
327	César Gale	Valdivia		Familia
328	Rocio Urzúa	Valdivia		Facebook
329	ANDRÉS	SANTIAGO		CÉSAR
330	Elisa Martínez	Valdivia		Pasando por el lugar

¡Agrégetos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CENTRALES



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
331	Elena CLASING Djeda	Valdivia		Amigo
332	Sofía CLASING Djeda	Valdivia		Sobrina
333	VICTOR GONZALEZ	VALDIVIA		PASEO
334	CRISTINA GARETE	CURICAUTIN		PASEO
335	Carman G. Alvarez	Valdivia		Facebook
336	Rodrigo Desú	VALDIVIA		Amigos
337	Paulina Arce	Valdivia		Facebook
338	Daniel CACERES	VALDIVIA		Amigo
339	Marta Pat Pera	Valdivia		Socia
340	Sigrid Vargas	Valdivia		Facebook
341	Constanza Arona	Vina del Mar		Facebook
342	Maria Luaces	SANTIAGO		PASEO
343	NICOLAS ALTA R.	VALDIVIA		FACEBOOK/amigos
344	Pez Aguiar C.	VALDIVIA		FB
345	Amel Baylón Contreras	Valdivia		Facebook

¡Agrégenos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
346	Rodrigo Ed. Dutra	Valdivia		pasando a fuerza
347	Teresa Rojas Tapa	Bio-bio, Talcahuano.		pasando por la calle
348	Cecilia Espina A.	Bio-bio Talcahuano		Escucha
349	Daniela E. Martinez C	Valdivia		con Dani Martinez
350	Raúl A. Vidal Briceña	Valdivia		Raúl Troncoso del da!
351	Jesús Latorre	Balashuano		visitante
352	Trinidad Espina A.	Balcahuano		
353	Gillermo Torres	Valdivia		whatsapp
354	Claudia Briones Navia	Osoerno		amigo. ^{como se} ^{participa} ^{participa} ^{en} ^{para}
355	Jimena Montes E.	Valdivia		por el diario ^{el otro día} ^{que} ^{había} ^{publicado}
356	Patricio Rojas R.	Valdivia		por el diario ^{amigo}
357	Yvonne Pardo Jaramillo	Valdivia		pasando por la calle ↓
358	Denisse Jaramillo	Los Lagos		Facebook
359	Patrick Keolon	Valdivia (La delimita)		por un amigo
360	Josefina Claro	Valdivia		con Mami

¡Agréganos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
361	Andrea Montecinos T.	Valdivia		venía pasando
362	Raúl Andrés Jasso	Valdivia		Es igual -
363	Antonina Mesa	Valdivia		Casual
364	Isabella Pino	Valdivia		Casualmente
365	Adriana Puma Vilca	Futrono		pasando.
366	Henry A. Villanuel H	Valdivia		Pasando.
367	Edmundo Inostroza	Valdivia		Pasando
368	Gulbermo Fuchs B.	Valdivia		A mi vez
369	Gabriela Carrvajal	Quilpué		Pasando
370	Robinson Álvarez	Temuco		PASANDO
371	Juan Valdivia	Valdivia		Pasando
372	Jean Prevoto	Valdivia		-
373	MAURO FERRUCINI M.	VALDIVIA		/
374	Renán Cárdenas Z.	Valdivia		Amigo ♡
375	Nataly Lepizano	Valdivia		Facebook

¡Agrégenos en Facebook!



CECs
CENTRO
DE ESTUDIOS
CIENTÍFICOS



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
376	Mataly Balm Casavilla Flores	Futrono		Casual, Amiguado.
377	Michel Mangue N.	Valdivia		cominanda
378	Vera - e Lyon	"		Cooper.
379	Juan C. Weisses Mesa	Curicó		Playbo
380	Jorge Jutierrez Aguirre	Valdivia		Casual.
381	Elitha Millagueo	Temuco.		pasando leica.
382	Quiriel AZÓCAR	VALDIVIA		AMIGO
383	Isabela Abella	Valdivia		Casual.
384	Cassia Piller Arellano	Lanco		-
385	Caro Vergara Durán	Valdivia		Casual
386	Sandra Borstgen Tomayo	Valdivia		Casual
387	Carsten David Campos	"		"
388	Samuel Carcamo B.	Valdivia		Facebook
389	ANGELY CLIFFORD E	Valdivia		Facebook
390	Violeta Lefranco Osorio	Valdivia		Face book

¡Agrégenos en Facebook!



CECS
CENTRO
DE ESTUDIOS
CENTROSES



V Encuentro de Consumo Responsable
Del Bosque a la Mesa
21-23 de abril, 2017



EL BOSQUE

	Nombre Completo	Localidad, Comuna	Correo Electrónico	¿Cómo te enteraste acerca de este evento? (Facebook/Email/Amigo)
391	MATRO R	Valdivia		MAMA
392	Akiko kawakami	Valdivia		de Amiga
393	Jose Luis Chups bello	"		"
394	ARURO AZÓCAR	Valdi :)		por internet (en el hermano. En un centro de...
395	Mahias Martinez	Valdivia		Pasé por aquí ca- mino a la biblioteca Voy con el de ↑ arriba
396	Daniel Gross	Valdivia		
397	Franko Ruff	Alemania		-
398	Jyfat Ruff	ALEMANIA		-
399	Tamara Ruff	Los Angeles		-
400	Jenil Denise	Valdivia		por mi hijo
401	Yolanda Tuzillo	Valdivia		COPE
402	NANCY SILE	VALDIVIA		Face book
403	Vanessa Farina	Valdivia		matrigo con la
404	ROSA ESPINOZA	Valdivia		"
405				

¡Agrégenos en Facebook!