



FORMULARIO DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA
PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN GESTIÓN AGRARIA
CONCURSO NACIONAL 1999

FOLIO DE BASES 163

CÓDIGO (uso interno) C99 - 1 - 6 - 001

1. ANTECEDENTES GENERALES DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Consolidación Asociativa y Comercial de la Red Agroturística de Chiloé.

Línea de Innovación: Gestión Agraria Innovativa

Area: Gestión

Región(es) de Ejecución: Xa región

Fecha de Inicio: 01 de Marzo del 2000.

DURACIÓN: 12 Meses.

Fecha de Término: 28 de Febrero del 2001.

AGENTE POSTULANTE:

Nombre : Asociación Gremial "Agroturismo Chiloé A.G."
Dirección : Ramírez 207, Ancud.
RUT : 74.004.400-1
Teléfono : 09-6437046 – (65)622722

Fax: (65) 622722

AGENTES ASOCIADOS:

Instituto de Desarrollo Agropecuario INDAP X Región

REPRESENTANTE LEGAL DEL AGENTE POSTULANTE:

Nombre : María Luisa Maldonado
Cargo en el agente postulante : Presidenta
RUT :

Firma:

COSTO TOTAL DEL PROYECTO : \$ 21.569.830

FINANCIAMIENTO SOLICITADO : \$ 13.803.800

% 63.9958

APORTE DE CONTRAPARTE : \$ 7.766.030

% 36,0042





2. EQUIPO DE COORDINACIÓN Y EQUIPO TÉCNICO DEL PROYECTO

2.1. Equipo de coordinación del proyecto (presentar en Anexo A información solicitada sobre los Coordinadores)

COORDINADOR DEL PROYECTO

NOMBRE María Angélica Rosas Vieille e-mail = estrella@telsur.cl.	RUT	FIRMA
AGENTE Agroturismo Chiloé A.G.	SIGLA	
CARGO ACTUAL Coordinadora Servicio de Comunicaciones, Obispado de Ancud	CASILLA 260	
DIRECCIÓN Ramírez 207	CIUDAD Ancud	
FONO (65) 622905	FAX (65) 622722	E-MAIL estrella@telsur.cl

COORDINADOR ALTERNO DEL PROYECTO

NOMBRE	RUT	FIRMA
AGENTE	SIGLA	
CARGO ACTUAL	CASILLA	
DIRECCIÓN	CIUDAD	
FONO	FAX	EMAIL

NOTA : La duración y los costos del proyecto hacen posible prescindir de un coordinador alterno en la ejecución de la propuesta.





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

Nombre Completo y Firma	RUT	Profesión	Especialidad	Dedicación al Proyecto (%/año)
Angélica Rosas Vieille <i>FIA</i>		Profesora	Animación Cultural	80
Alex Caicheo Nonque <i>Be Tenens. FIA</i>		Técnico Agrícola	Educación No Formal	100
Anette Henckel <i>INPAR</i>		Ingeniero Comercial	Comercialización	25
Miguel Millar Silva <i>Adc. RADIO. -</i>		Periodista	Educación No Formal	25
Natalia Ruiz Alarcón <i>FIA. -</i>		Contadora	Administración	25
Jaime Vargas <i>ADIC. -</i>		Ing. Forestal	Educación Ambiental	25




3. BREVE RESUMEN DEL PROYECTO

La Red de Agroturismo Chiloé agrupa a 19 establecimientos agroturísticos, microempresas familiares de pequeños productores agropecuarios, constituidos en una asociación gremial. Esta organización se proyecta a futuro como una empresa asociativa campesina, solvente, solidara y cohesionada, donde cada socio se beneficie en forma equitativa tanto en lo económico como en lo personal.

Sin embargo, frente al aumento sostenido de la demanda de Turismo Rural a nivel mundial, esta Red de microempresarios campesinos enfrenta hoy en día un mercado en franco posicionamiento y por lo tanto cada vez más exigente en los servicios demandados. Por otra parte, frente al incremento constante de la diversa oferta turística nacional, entre la que el turismo rural toma cada día más fuerza, es prioritario otorgar las herramientas necesarias para que en el proceso de toma de decisiones, el empresario de agroturismo, no haga de la actividad el *simple desarrollo de un negocio*.

Todos los esfuerzos que se inviertan en mejorar la capacidad empresarial de la organización (autogestión) permitirá guiar la toma de decisiones con respecto a las inversiones en nuevas unidades de negocios, y redireccionar el desarrollo de la estrategia productiva y comercial para que durante todo el proceso, se mantenga la motivación que desde sus inicios la organización se ha propuesto: cubrir las necesidades de recreación y contacto con la naturaleza del Turista y continuar siendo una actividad que otorgue posibilidades reales para que el agricultor pueda mejorar sus ingresos y encontrar nuevas perspectivas de desarrollo y diversificación de sus productos.

Es importante destacar que este tipo de Turismo rural se caracteriza por un alto grado de comunicación entre el empresario y la gente local por lo que el desarrollo de la actividad no es únicamente el problema de un agricultor, de un alcalde o de un responsable regional de promoción, sino que necesita de la participación permanente de todos los habitantes de un sector, una provincia o una región.

El principal objetivo del proyecto es emprender la consolidación de la Red de Agroturismo Chiloé como Empresa Asociativa Campesina de Turismo Rural líder en el mercado nacional. Como objetivos específicos se plantea: Mejorar la capacidad microempresaria del núcleo familiar y regularizar la calidad del servicio; Iniciar un acercamiento de cada socio con su comunidad; Consolidar la autogestión de la organización; Replantear y apoyar la estrategia productiva y comercial de la red para los siguientes años mediante la creación de un centro de gestión.

Para poder cumplir con los objetivos propuestos primero se comenzará un trabajo intenso con las familias suscritas a la red que consiste en ejecutar una serie de actividades para aportar al desarrollo organizacional de ella y crear lazos con la comunidad. Paralelamente se implementará un centro de gestión situado en la ciudad de Castro y será una instancia que permitirá fortalecer y dar mayor sustentabilidad a la asociación. Será un lugar donde se realizará gestión estratégica y operacional en las áreas productivas, comercial y administrativa.

El costo total del proyecto es de \$21.569.830, del cual \$ 7.766.030 (36,00 %) es aportado por los agentes asociados: Instituto de Desarrollo Agropecuario Indap y Asociación Gremial "Agroturismo Chiloé A.G." (aporte contraparte).

La ejecución del proyecto tiene una duración de 12 meses al término de los cuales se obtendrá una igualdad en la calidad del servicio ofrecido (incremento del índice de satisfacción al cliente en un 80%), la organización familiar se encontrará fortalecida, la asociación habrá aumentado su nivel de dirección, administración y gestión en un 50%, atendiendo al 100% de la demanda real.

Con la ejecución del proyecto, la red de Agroturismo constituirá un modelo que servirá de guía y motivará a otros agricultores a desarrollar la actividad en la provincia y a las autoridades públicas y sector privado a desarrollar y apoyar nuevas iniciativas de Turismo Rural.



4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A RESOLVER

Desde sus inicios en 1995, este innovativo proyecto de Agroturismo viene trabajando en lo que es la consolidación de la Red como un proyecto de desarrollo Turístico Comercial

Sin embargo, estudios realizados nos indican que a pesar de que existe un gran interés por parte de los microempresarios por ofrecer el mejor servicio y por otro lado existe una gran demanda por conocer esta nueva forma de hacer turismo, este punto de "encuentro" no se ha expresado en todo su potencial. Así, existe una demanda insatisfecha que las familias rurales integrantes de la red no están aprovechando.

Las posibles causas de éste hecho serían:

A nivel de Asociación:

a) El carácter provincial de la asociación Gremial "Agroturismo Chiloé A.G." dificulta la comunicación y coordinación entre algunos de sus integrantes por lo tanto no todos los socios están participando en la gestión de la empresa.

Así, se produce un marginamiento involuntario de los integrantes de la organización que se encuentran en los sitios menos accesibles de la Isla lo que conlleva a un estancamiento en el desarrollo de su capacidad microempresaria. Lo anterior se manifiesta en una desigual oferta de servicios Turísticos entre las familias tanto en cantidad como en calidad.

b) Por otra parte desde Marzo de 1999, la red no cuenta con una instancia de apoyo a su gestión comercial. Así no existe una central de informaciones y reservas por lo que las ventas de productos y servicios han caído drásticamente, respecto al año anterior, disminuyendo también los ingresos por ventas de productos y servicios agroturísticos de las familias que cuentan con unidades de negocio a nivel predial (establecimientos agroturísticos).

Por otra parte a nivel de cada establecimiento agroturístico se detecta:

- Una falta de coordinación en los roles y funciones dentro de los integrantes de la familia.
- En aquellas familias que se encuentran más alejadas existen falencias en los servicios complementarios y suplementarios ofertados.
- Falta de integración de la comunidad en la actividad Turística

5. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

FUNDAMENTOS DEL TURISMO RURAL

Hasta el siglo XIX, el medio rural, que sin duda es el espacio más rico en potencialidades turísticas, había sido el lugar de descanso y ocio privilegiado de clases sociales elevadas. El descubrimiento del mar, con su atractivo y sus efectos beneficiosos para la salud, conduce a un progresivo abandono del campo, hasta el punto de convertirse en un espacio de vacaciones poco valorado y un lugar pobre para vacaciones pobres. Además, otros fenómenos socio - culturales importantes ocurridos durante el presente siglo han agudizado esta situación. Entre éstos están: el incremento acelerado del consumismo y el mayor poder adquisitivo, una evolución en los hábitos de conducta, enorme permeabilidad a las presiones de los medios de comunicación que han privilegiado dos imágenes de vacaciones (sol- playa - arena y nieve - esquí - alta montaña), mayor posibilidad de desplazamiento por la generalización de los medios de transporte y una desaparición progresiva de los vínculos familiares con el medio rural de origen (CEE, 1996).

Sin embargo, durante los últimos años es perceptible otra evolución, que constituye una de las mejores fortunas del medio rural: tendencia al alejamiento de actividades demasiado superficiales y un acercamiento a otras actividades basadas en los equilibrios fundamentales del ser humano (salud moral y psíquica, estar bien con uno mismo, comunicación, vuelta las raíces, etc.), resurgimiento de la pasión por lo auténtico, en detrimento de lo artificial y una búsqueda de lo tradicional y original (CEE, 1996).

Existe un porcentaje creciente de población fundamentalmente urbana, especialmente con un nivel socio - económico y cultural elevado, que busca un contrapeso ecológico y cultural a las insatisfacciones de la vida urbana a partir de los recursos disponibles en el medio rural (CEE, 1996).

El habitante rural, junto al suministro de productos alimenticios y a la producción de materias primas para el sector agroindustrial va asumiendo responsabilidades en la protección, conservación del medio ambiente y del paisaje cultural, percibiendo también los efectos de las crisis económicas, las reestructuraciones industriales, la competencia internacional y, en cierta medida, de la puesta en práctica de las reformas y adaptaciones necesarias para surgir en éste nuevo escenario.

Sin embargo, la diversificación de sus actividades productivas no es suficiente para lograr el tan anhelado desarrollo rural, en todos sus aspectos, se hace entonces imprescindible otorgarle una cualidad innovativa. En este contexto nace el turismo rural como una innovadora alternativa económica, integrada en el desarrollo rural, respetuosa con el medio ambiente y la naturaleza (CEE, 1996).

DEFINICIONES

El turismo rural se define como cualquier actividad turística realizada en el medio rural, basada en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas y que contribuye a un desarrollo sustentable (Barrera, 1995).



CONTINUACION SECCION 5. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION DEL PROYECTO.

Otros autores definen el Turismo Rural como una oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en el medio rural dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en el campo, en contacto con la naturaleza y con la gente local.

Lo que singulariza al turismo rural es el contacto entre el turista y la naturaleza, la herencia cultural de las comunidades rurales y las prácticas agropecuarias tradicionales; y donde el actor central es el habitante rural. Esto último tiene una importancia fundamental puesto que buena parte del "atractivo" descansa en las formas que adquiere un tipo específico de turismo dentro de lo rural, el "Agroturismo". El agroturismo (ofertas de alojamiento en casas de agricultores), constituye un modelo único muy extendido de Turismo Rural en la mayoría de los países de la comunidad económica Europea.

LA DEMANDA DEL TURISMO RURAL EN EUROPA.

El crecimiento del sector turístico es imparable, de acuerdo a datos que maneja la OMT, las llegadas internacionales en 1996, 592 millones, se convertirán en 702 millones para el año 2000 y alrededor de 1,6 billones para el año 2020. (OMT, 1997). Estas cifras preveen por tanto un sensible incremento en la población viajera total, así como la multiplicación de los viajes a lo largo del año.

Los ciudadanos europeos realizaron en el año 1996, 260 millones de viajes que incluían como mínimo una pernoctación, entre las motivaciones destacan:

Vacaciones	68%
Negocios	20%
Familiares	12%

Dentro de las tipologías de turismo vacacional podemos encontrar:

Sol y playa	30% (desciende un 10% respecto al año anterior)
Turismo Rural	10% (incremento 4% sobre el año anterior)
Turismo deportivo	9% (incremento 6% sobre el año anterior).

La evolución en el consumo turístico ha modificado algunos rasgos del comportamiento de la demanda en los últimos años, (OMT, 1997):

1. Mayor fragmentación del período de vacaciones. Clara tendencia a repartir las vacaciones a lo largo de todo el año, se identifica un viaje principal y diferentes salidas aprovechando, vacaciones cortas y fines de semana.
2. Variedad en cuanto a los destinos y motivaciones. En la elección del destino turístico pesan cada vez más la amplitud de la oferta y los factores relativos a servicios y actividades complementarias.
3. Mayor nivel de información. El turista está informado, conoce sus derechos y tiene bagaje y experiencias de viaje, por lo que su nivel de exigencia y satisfacción es más alto.

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DE TURISMO RURAL.

Además de las características anteriormente señaladas, el cliente de turismo rural se diferencia por una serie de actitudes y preferencias relacionadas con el entorno que visita (OMT, 1997):

- Es un cliente más individual, programa el mismo sus vacaciones.
- Cambia a menudo de destino.
- Busca trato personalizado.
- Rechaza las propuestas cerradas y programadas de antemano.
- Valora las experiencias distintas, el contacto con lo autóctono y lo tradicional.
- Busca el contacto con el entorno natural.
- Siente curiosidad e interés cultural por el medio que visita.

En general, los elementos que se asocian, desde la demanda, a las vacaciones en el medio rural son, (OMT, 1997): contacto con la naturaleza, tranquilidad y descanso, contacto con lo tradicional y autóctono. En mayor o menor grado estos tres componentes, definen en forma general, las expectativas básicas de los clientes de turismo rural, independientemente a las modalidades de alojamiento o tiempo libre elegidas. Por lo tanto es fundamental que estos tres factores sean considerados al momento de decidir el tipo de servicios a ofrecer así como en la imagen turística que se emplee para venderlos.

Sobre la base de las motivaciones, es posible también establecer una clasificación cualitativa, que si bien no es excluyente, sirve de orientación respecto a los comportamientos y necesidades de los diferentes grandes segmentos de demanda identificados:

1. Agroturista. Su motivación fundamental es el contacto con el mundo rural puro, a través de su entorno productivo y más tradicional. Valora por encima de todo el contacto con el entorno rural en su máxima expresión, el contacto con la vida diaria y actividades productivas.
2. Deportista. Su principal motivación es practicar una actividad deportiva en contacto con el medio natural. Es un segmento en crecimiento, que se combina a veces con otras motivaciones, que valora las condiciones idóneas para practicar su actividad por encima de otros componentes del producto.
3. Gran consumidor. Turista que consume el turismo rural porque está de moda, sale de vacaciones varias veces al año y le atrae el contacto con la naturaleza, la tranquilidad, el descanso, comer bien, pasar un rato entretenido haciendo algo diferente, pero por encima de todo: estar cómodo y alejado de la rutina de la vida urbana.

EFFECTOS DEL AGROTURISMO EN EL DESARROLLO RURAL DE LA PROVINCIA

Entre los principales efectos económicos y socio - culturales de este tipo de turismo descritos por Bote (1988) señalaremos los que toman mayor relevancia en relación a las áreas donde la Red Agroturismo Chiloé influye a nivel provincial:

1. Diversificación y fomento de la economía local.

Es sabido que los efectos del turismo estimulan acentuadamente los sectores hotelería, comercio, transporte, esparcimiento y artesanía, pero también ha mostrado efectos indirectos sobre múltiples otros rubros como la construcción, servicios financieros, infraestructura vial, comunicaciones, eventos culturales, etc.

a.- Efecto sobre la hotelería:

El desarrollo del agroturismo genera nuevas inversiones en la creación y ampliación de los establecimientos integrados a la explotación agropecuaria, los cuales ofertan los servicios de alojamiento, alimentación y actividades diversas que proveen de nuevos ingresos a las familias participantes.

b.- Efectos en el empleo:

Los establecimientos agroturísticos utilizan la modalidad de gestión familiar, por lo que el efecto en el empleo se manifiesta al permitir que nuevas familias se incorporen a esta actividad, ya sea, directa e indirectamente.

Por otra parte, el desarrollo de esta actividad constituye una manera real de incorporar a los jóvenes en la gestión familiar evitando que abandonen el núcleo familiar en búsqueda de mejores oportunidades de trabajo, situación muy común en toda la isla. El efecto en el empleo que produce el agroturismo no sólo tiende a generar nuevas fuentes de trabajo sino que también contribuye a utilizar eficientemente el recurso humano tanto en las familias que prestan servicios directos de agroturismo como de las que prestan servicios complementarios o venden sus productos a los visitantes.

Así, ésta nueva propuesta de Turismo rural favorece la integración entre la actividad agroturística y agropecuaria, por cuanto permite la creación de una actividad complementaria de servicios, que es el sector de mayores posibilidades de empleo en el futuro, a diferencia de las expectativas que presentan los sectores agropecuario e industrial.

c.- Generación de valor agregado a los productos agropecuarios:

El agroturismo agrega valor tanto a los recursos turísticos locales como a los diferentes productos obtenidos de la explotación y que son comercializados a través del agroturismo (queso, leche, miel, mermeladas, hortalizas, repostería, carnes, pescados, mariscos, etc.).

d.- Efecto en la artesanía.

Este subsector aumenta sus posibilidades de venta con la llegada de nuevos compradores, e incluso se ha dado el caso en que la demanda supera a la oferta. Pero lo más importante, es que a través del agroturismo se motiva e incentiva a los artesanos para retomar sus actividades manuales que poco a poco van desapareciendo, así primero se pueden rescatar algunas técnicas o prácticas artesanales, las que luego se pueden transmitir al componente familiar donde es muy importante que las nuevas generaciones adquieran estos conocimientos para perpetuarlos en el tiempo.



e. Efectos sobre el comercio.

El aumento de las ventas en el comercio es claro en las áreas rurales con actividad turística. Estas se concentran en distintos sectores de la economía como: alimentación, transportes, comunicaciones, artesanías y recuerdos, artículos de fotografía, equipamiento y artículos deportivos, combustibles, etc.

2.- Rescate de la Identidad cultural y potencial de desarrollo de productos “ no tradicionales”

El acercamiento y convivencia de las formas de vida rural y urbana que se produce durante la prestación de servicios produce un aprendizaje y entendimiento tal que se traduce en una amistad que va mucho más allá de la relación comercial.

El fuerte componente cultural de este tipo de Turismo Rural contribuye inevitablemente a una revalorización de lo propio lo que genera una inquietud por conocer e implementar tradiciones agrícolas ya olvidadas por parte de familia. Así por ejemplo incorporar el caballo chilote o cultivar la quinoa pueden ser alternativas factibles de desarrollar desde el punto de vista técnico-económico y de los servicios ofertados.

3.- Contribución a la conservación del patrimonio socio - cultural y natural.

La demanda turística por el medio rural contribuye al desarrollo de las comunidades rurales y a la conservación de su patrimonio arquitectónico, histórico y cultural, ya que el segmento de mercado que se interesa por estas actividades es, por lo general, de nivel socio - económico elevado y demanda, a veces, mayores exigencias en lo relativo al cuidado del entorno natural y socio - cultural.

Se aprende a cuidar, mejorar y conservar el patrimonio natural, tanto al interior de la explotación como en su entorno, el agroturismo genera un cambio positivo en la actitud y estilo de vida de quienes lo incorporan a su explotación agropecuaria, en el sentido de emprender junto a esta nueva actividad un aprovechamiento y utilización racional y sustentable de los recursos naturales, en un marco de respeto y promoción del medio natural.

AGROTURISMO EN CHILE

En primer lugar, se ha registrado en el país un aumento significativo del turismo en general. En 1994, por ejemplo, el incremento en la llegada de visitantes al país superó los 1.600.000 turistas, lo que significó un ingreso estimado de 833 millones de dólares sólo por concepto de gasto (alojamiento, alimentación, compras, transporte interno y otros) durante su permanencia en el país. Más del 60% de esas llegadas se realizaron por viajes de vacaciones (Rivas, 1995).

Este aumento de la demanda ha coincidido con una diversificación de los países de origen de los visitantes y con un incremento en la llegada de turistas procedentes de larga distancia, tales como Estados Unidos, Alemania, Italia, Reino Unido, Francia y España. En general, estos visitantes muestran una alta motivación por la naturaleza (Rivas, 1995).

El incremento de los flujos turísticos externos (europeos, norteamericanos y asiáticos), determina una favorable tendencia para el desarrollo de equipamientos y

servicios vinculados a la práctica de actividades que se realizan en contacto directo con la naturaleza (Rivas, 1995).

Según Rivas (1995) las corrientes de visitantes hacia el interior del país se están concentrando en zonas no tradicionales del binomio sol y playa, observándose una renovada motivación por los parques nacionales, la carretera austral y las riberas de ríos y lagos, donde se han localizado nuevos centros que integran el binomio campo y turismo.

La evidencia más clara de la creciente preferencia por destinos naturales la proporciona el registro de visitantes a las áreas silvestres protegidas del Estado. El interés por recorrer rutas interiores que bordean algunos lagos, o la Carretera Austral, por ejemplo, ha inducido el desarrollo de campings establecidos, cabañas y otros "sitios" a orillas de lagos y ríos, ofrecidos por personas de las propias localidades quienes han visto en el turismo una actividad rentable en temporada alta.

De igual forma, según Rivas (1995) las preferencias de los turistas nacionales por visitas a determinadas áreas también muestran una clara orientación hacia destinos con predominio del ambiente natural, concentrándose el interés en:

Balnearios	41%
Lagos	36%
Parques Nacionales	37%
Camino Austral	30%
Termas	26%
Campo	20%
Nieve	16%

Según la Organización Mundial de Turismo OMT, 1980 el 23% del turista está dispuesto a utilizar servicios de turismo rural. Si consideramos que el flujo turístico que ingresó a la Provincia de Chiloé en alta temporada 1998-1999 fue cercano a 130.000 visitantes (Informe Preliminar Estudio Población Flotante 1998-1999, Universidad de Los Lagos), esta estimación aportada por la OMT correspondería a 29.900 turistas que estarían dispuestos a utilizar servicios de turismo rural, los que sin duda no podrían ser atendidos exclusivamente por Agroturismo Chiloé, reflejando la posibilidad de ampliar la oferta de turismo rural en la Provincia.

Durante la alta temporada 1997-1998 (primera temporada turística) 1.230 turistas utilizaron los servicios de la red Agroturismo Chiloé, en baja temporada de 1998 (Marzo-Diciembre) se atendieron 800 visitantes.

Por medio de un análisis de mercado se establecieron los parámetros de la demanda potencial de la Red Agroturística para la alta temporada del período 1998-1999, la que se estimó en 3.000 visitantes. La demanda real fue de 1.730 visitantes.

Este Aumento en la demanda por utilizar los servicios de la Red de Agroturismo evidencia claramente el posicionamiento en el mercado de esta nueva forma de realizar turismo.

Por otra parte, frente al incremento constante de la diversa oferta turística nacional, entre la que el turismo rural toma cada día más fuerza, es prioritario otorgar las herramientas necesarias para que en el proceso de toma de decisiones, el empresario de este tipo de turismo rural, no haga de la actividad el *simple desarrollo de un nuevo negocio*. Asumirlo de ésta manera muy pronto se transformará en la causa de su propia destrucción.



si se considera que es precisamente la imagen de lo "natural", lo que constituye su principal atractivo.

Esta idea en el agroturismo se transforma en una exigencia y en un gran desafío: Que el campesino y su familia no abandonen las actividades que le otorga su carácter de tal puesto que es eso lo que precisamente se le ofrece al consumo del turista.

De este concepto fundamental surge la idea de crear un centro de Gestión que recoga las inquietudes de los agricultores suscritos a la red, donde además se planifique, se ayude a la toma de decisiones y donde como resultado de esto el campesino, se sienta lo más cómodo posible en el desarrollo de la actividad.

Los pequeños agricultores que conforman la Red Agroturismo Chiloé conciben su agronegocio como un nuevo rubro complementario a sus actividades tradicionales, en el que junto a su familia ofrecen los servicios de alojamiento, alimentación y actividades relacionadas a su explotación agropecuaria y recursos del mar, a los recursos turísticos del sector y a la cultura tradicional y popular de Chiloé. Esta prestación es realizada en su propia vivienda familiar y se caracteriza por la calidez, hospitalidad y acercamiento comunicacional con que el huésped es atendido.

En la actualidad de los 19 establecimientos agroturísticos, 17 cuentan con los servicios básicos de alojamiento, comida y convivencia familiar. La capacidad instalada, les permite atender una demanda de aproximadamente 3.000 turistas.

Además, cada una de éstas microempresas presentan una oferta de servicios complementarios (incluye actividades de recreación y ocio) posibles de ser ampliados de acuerdo a las potencialidades y preferencias de cada una de las familias. Finalmente algunas de los establecimientos agroturísticos presentan una oferta de servicios suplementarios que es característico de cada una de las familias dentro de los cuales se encuentran actividades productivas propias de la economía familiar (por ejemplo cultivo de Ostras) o la cercanía a algún atractivo Turístico-cultural (Iglesia, Mirador, etc.).

Este último aspecto es muy importante en cuanto al potencial de desarrollo de la red, por lo innovativo que sería desarrollar un circuito turístico provincial para coordinar una mezcla de servicios suplementarios a ofrecer y así mejorar la cuota de participación de aquellos integrantes de la red que se encuentran más desprotegidos. Esta propuesta además permitiría regularizar la calidad del servicio a nivel de asociación.

Además, incentivar esta nueva forma trabajo permitiría incorporar a la red a otras familias de pequeños agricultores que presenten alguna ubicación geográfica estratégica o con servicios suplementarios potenciales de desarrollar aportando una diversificación productiva y un aumento en los ingresos anuales de todos los integrantes de la red.

La Asociación Gremial se proyecta a futuro como una empresa asociativa campesina, solvente, solidaria y cohesionada, donde cada socio se beneficie en forma equitativa tanto en lo económico como en lo personal. Todos los esfuerzos que se inviertan en mejorar la capacidad empresarial de la organización (autogestión) permitirá guiar la toma de decisiones con respecto a las inversiones en nuevas unidades de negocios y replantear la estrategia comercial para, en definitiva, continuar con la motivación que desde sus inicios la organización se ha propuesto:

- Cubrir las necesidades de recreación y contacto con la naturaleza del Turista y
- Una actividad que le permita al agricultor mejorar sus ingresos y encontrar nuevas perspectivas de desarrollo y diversificación de sus productos.



- También hay conciencia de que aún queda mucho por hacer y existe compromiso para trabajar esforzadamente en función de las metas y objetivos compartidos por la totalidad de los asociados




6. MARCO GENERAL DEL PROYECTO

La Décima Región de Los Lagos es uno de los destinos turísticos relevantes a nivel nacional, debido a la diversidad de productos que posee y constituye un lugar estratégico para el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

Dentro de la Región destaca la Provincia de Chiloé, de naturaleza insular y que cuenta con una gran riqueza natural y cultural, que le otorga una gran cantidad de potencialidades en el ámbito turístico, muchas de ellas aún no desarrolladas.

El Plan Maestro de Desarrollo Turístico elaborado por Sernatur en 1994, reconoce que la Isla de Chiloé es un centro receptivo de las corrientes turísticas provenientes de otras regiones de Chile. Por otra parte el Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Chiloé (Sernatur, 1997), recoge esta realidad y formula numerosas iniciativas encaminadas a establecer acciones específicas para impulsar actividades turísticas.

Surge entonces la Red Agroturística de Chiloé como respuesta al interés de promover iniciativas cuyos protagonistas sean los propios habitantes de la Provincia, y que potencien el aprovechamiento racional y sustentable de los recursos naturales.

En Diciembre de 1995 una delegación de representantes del Gobierno de la Comunidad Autónoma Vasca (País Vasco) visitaron la Provincia de Chiloé, a raíz de este encuentro y de la exitosa experiencia agroturística desarrollada en el País Vasco se diseña el Proyecto Agroturismo Chiloé, centrado en que el sector servicios, específicamente el agroturismo, puede complementar la actividad de los pequeños productores y pescadores artesanales de Chiloé, mejorando su calidad de vida y revalorizando su identidad cultural.

Con el apoyo institucional de diversos organismos que brindan apoyo a la pequeña agricultura, impulsan el desarrollo de la microempresa, fomentan y reglamentan el desarrollo del turismo y que trabajan por el desarrollo rural en Chiloé, tomando como referencia la experiencia desarrollada en el País Vasco, se establece un plan de acción tendiente a la adaptación y aplicación de un modelo para la implementación de una red Agroturística formada por pequeños productores de la Provincia de Chiloé.

Este plan se transforma en Proyecto Piloto y las instituciones participantes (Instituto de Desarrollo Agropecuario Indap, Fondo de Solidaridad e Inversión Social Fosis, Servicio Nacional de Turismo Sernatur, Fundación Con Todos y Fundación para la Innovación Agraria Fia) establecen un convenio de asistencia y cooperación para su ejecución.

Durante el año 1997 se ejecutó la primera etapa del proyecto beneficiando a 27 productores agropecuarios de la Provincia, los cuales constituyeron una Asociación Gremial de propietarios y titulares de establecimientos agroturísticos con el fin de ofertar sus servicios en forma conjunta.

El agroturismo ofertado en Chiloé constituye un nuevo agronegocio para el productor agropecuario, complementario a las actividades de la explotación -las que incluyen pesca artesanal y cultivos marinos- en que se ofrece alojamiento, alimentación, actividades de ocio y convivencia con el modo de vida y tradiciones campesinas.

CONTINUACION SECCION 6. MARCO GENERAL DEL PROYECTO.

El pequeño agricultor optimiza de esta forma la utilización de recursos ociosos - caballos, botes, carros de tiro animal y maquinaria agrícola- ocupando el mismo equipamiento y vivienda familiar para implementar su establecimiento.

Con la creación de la Red de Agroturismo en Chiloé, primera organización formal con carácter provincial de agroturismo en Chile, se ha posicionado una oferta de agroturismo de calidad en el mercado nacional, el carácter integrado y en cadena de los establecimientos que la conforman, le otorga ventajas competitivas notables en la promoción y comercialización, al igual que el continuo mejoramiento de la calidad de los servicios ofertados.

Los productos y servicios de la Red Agroturística captaron la atención de los visitantes que eligieron Chiloé como destino turístico en la temporada 1997 – 1998; un 80% de los clientes correspondieron a turista nacional, de clase media alta y en la mayoría de los casos fue su primera experiencia en servicios de turismo rural. El resto de la demanda (20%) correspondió a turistas extranjeros -argentinos y españoles preferentemente.

El índice de satisfacción alcanzado permite proyectar esta empresa asociativa campesina hacia su consolidación en el mercado turístico nacional con una proyección internacional ilimitada.

7. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO

(Anexar además un plano o mapa de la ubicación del proyecto)

El centro de operaciones de la red Agroturismo Chiloé y del proyecto se ubicará en la ciudad de Castro, que se encuentra en el centro de la Isla Grande de Chiloé, y capital de la provincia de Chiloé, Décima Región de los Lagos.

El proyecto integra a 19 establecimientos agroturísticos distribuidos en 9 de las diez comunas de la Provincia, la nómina e identificación de los establecimientos agroturísticos es la siguiente:

Propietario	Sector	Comuna	Cargo Directivo
Amador Villegas	Pulelo	Ancud	Vice - Presidente
Flavia Saldivia	Guailacuy	Ancud	Secretaria
Luisa Maldonado	San Antonio	Ancud	Presidenta
Armando Pérez	Chepu	Ancud	
Magali Miranda	Huite	Quemchi	
Guillermo Hernández	Huite	Quemchi	
Juan Dougnac	Tubildad	Quemchi	
Mirella Montaña	Tenaún	Dalcahue	Tesorera
Pablo Ulloa	Calen	Dalcahue	
Eladio Oyarzún	San José	Castro	
María Teiguel	Aituy	Queilen	
Carlos Gamín	Contuy	Queilen	Director
Manuel Pérez	Detico	Queilen	
Sunilda Nauto	Chadmo	Quellón	
Norma Santana	Chadmo	Quellón	
Juan Guilquiruca	Huyar Bajo	Curaco de Vélez	
Ramiro Cárcamo	Matao	Quinchao	
Lidia Pérez	Puchilco	Puqueldón	



8. OBJETIVOS DEL PROYECTO

8.1. GENERAL:

Emprender la consolidación de la Red Agroturismo Chiloé como Empresa Asociativa Campesina líder en el mercado nacional.

8.2 ESPECÍFICOS:

- 1.- Mejorar la capacidad microempresaria del núcleo familiar para regularizar la calidad del servicio (servicios básicos, complementario y suplementarios).
- 2- Iniciar un acercamiento de cada socio con su comunidad para la definición de alianzas estratégicas.
- 3- Replantear y apoyar la estrategia productiva y comercial de la red para los siguientes años mediante la creación de un centro de gestión.



9. METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS

El proyecto se ejecutará en 3 etapas:

- a) Etapa de diagnóstico
- b) Planificación
- c) Ejecución de actividades concretas

El proyecto se ejecutará iniciando un intenso trabajo con las familias y durante la etapa de diagnóstico se realizará una autoevaluación del trabajo desarrollado para la identificación de fortalezas y debilidades. Con ésta información se guiará todas las acciones para el mejoramiento de los servicios ofrecidos y se identificarán áreas que cuenten con potencialidades para ser desarrolladas.

Además se recogerán inquietudes y se identificarán preferencias por el desarrollo en el corto plazo de nuevas actividades complementarias dentro del predio. Para tal efecto se aplicará una plantilla de preguntas.

Se implementarán acciones concretas para el mejoramiento de la calidad servicios básicos, complementarios y suplementarios ya existentes según la necesidad específica de cada familia. Esto es: cursos de capacitación en diferentes áreas como pueden ser: Manipulación de Alimentos, atención al cliente, etc.

Para aportar a este proceso de aprendizaje se realizarán jornadas organizadas por los mismos integrantes de la red donde se realizarán intercambios de experiencias y conocimiento entre las familias que tengan mayor dominio en el tema y aquellas que requieran el aporte.

Paralelamente se comenzará con la implementación de un centro de gestión en la ciudad de Castro. Se eligió la ciudad de Castro por estar ubicada en el centro de la provincia lo que facilita el acceso desde cualquier punto de la isla donde se encuentren sus socios.

Todas las actividades específicas a realizar en cada familia serán articuladas desde el centro de gestión

Objetivos del Centro de Gestión

1. Fomentar la capacidad empresarial de la organización.
2. Mejorar los sistemas de comercialización de la Red.
3. Contribuir a consolidar la actividad de Turismo Rural en la provincia.
4. Mejorar la transparencia del mercado y garantizar la calidad a los turistas que utilizan los servicios de la Red.

El centro de gestión será una instancia que permitirá fortalecer y/o dar mayor sustentabilidad a la asociación. Será un lugar donde se realizará gestión estratégica y operacional en las áreas productivas, comercial y administrativa. Será un lugar donde:

- a) Se recogan las inquietudes de las microempresarios y se apoyará su gestión
- b) Se capacitará a sus asociados y se les otorgará asistencia técnica.
- c) Se generen espacios de diálogo con los actores relevantes dentro del Turismo Rural (Centros de Investigación, otras empresas de Turismo Rural de la Provincia, Municipalidades, etc.)
- d) La red desarrollará nuevos servicios Turísticos (circuitos Turísticos dentro de la red y en cooperación con otros).



- d) Se concretizarán alianzas estratégicas
- e) Se estudiarán alternativas y se apoyará la toma de decisiones
- f) Se realizará promoción, venta, y reserva de los servicios de la red

Beneficios del centro:

Para el cliente:

- 1) Le permitirá disponer de información oportuna y confiable de la oferta agroturística.
- 2) Le facilitará el acceso al servicio (reservas)
- 3) Le garantizará seguridad en la calidad de los establecimientos y servicios escogidos, otorgando una instancia real donde realizar sugerencias y reclamos.

Para sus asociados:

- 1) Le permitirá mejorar el volumen de ventas, especialmente en época invernal.
- 2) Le otorgará información confiable para el desarrollo de nuevos productos y búsqueda de nuevos mercados (segmentación).
- 3) Respaldo técnico al desarrollo de su actividad
- 4) Organizar el trabajo familiar lo que permitirá otorgar un mejor servicio
- 5) Acceso a la asistencia técnica y capacitación.
- 6) Captura de los beneficios del turismo en el ámbito local.

Para el desarrollo del Turismo:

- 1) Desarrollar el producto agroturismo en la provincia, región y país.
- 2) Crear una imagen de marca distintiva en el ámbito turístico nacional.
- 3) Poseer un efecto demostrativo sobre otros proyectos y nuevas iniciativas de fomento productivo del sector en el país.
- 4) Contribuir a elevar la calidad de las empresas de turismo rural en el país.

Para el desarrollo rural:

- 1) Diversificación de las actividades económicas en el medio rural.
- 2) Asentamiento de la población rural.
- 3) Diversas oportunidades de empleo para el recurso humano familiar.
- 4) Ingresos complementarios para los agricultores.
- 5) Aumento del nivel educacional.
- 6) Nuevos ingresos para la zona y creación de nuevos negocios.
- 7) Nuevas alternativas de empleo para la mujer rural.
- 8) Uso sustentable de los recursos.

El centro será administrado por un gerente, una secretaria, un técnico en terreno, un contador y asesorías externas.

Funciones

- a) Gerente: Administrar la Central, dirección de promoción y direcciones comerciales, dirección de personal, capacitación.
- b) Secretaria: Encargada de la atención de público, información y reservas, comunicaciones internas y externas, promoción y ventas, manejo contable y digitación.



- C) Contador: Manejo financiero contable. Asesoría individual y grupal.
- D) Técnico en terreno: Investigación en y con la comunidad. Asistencia a las familias.
- E) Asesorías: Asistencia Técnica, formulación de proyectos.

Entre la información que debe recopilar el centro de gestión están:

1. Inventariar oferta de Turismo Rural en la provincia (agroturismo, ecoturismo, etc.).
- 3.- Inventariar la oferta servicios complementarios por sectores (alquiler de vehículo, organizaciones de excursiones, guías, etc)
- 4.- Confeccionar una guía de servicios agroturísticos de la asociación y precios.
- 5.- Empresas de transporte con sus horarios de salida

2. MATERIALES Y METODOS

2.1.- Etapa de Diagnóstico.

Instrumentos de investigación que serán aplicados en la microempresa familiar

Con el fin de lograr un diagnóstico acabado de la situación actual de la oferta de servicios por parte de la organización, se aplicarán los siguientes instrumentos de investigación:

1. Ficha arquitectónica.
2. Ficha del recurso humano.
3. Cuestionario de comercialización actual.
4. Registro de huéspedes.
5. Encuesta de satisfacción al cliente.

Este material de Investigación quedará como insumo en la organización para el análisis de próximas temporadas turística

Los instrumentos serán probados en todas la microempresas suscritas a la red y para la recolección de la información se emplearán los métodos de entrevista personal, encuesta telefónica, cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas, en las que el entrevistador hará las preguntas al asociado. El entrevistador será una persona contratada especialmente para este objetivo.

Nota: Se entrevistará al propietario del establecimiento con su grupo familiar y si es posible a algún usuario del servicio. Esto último será más exhaustivo en aquellas familias que están más alejadas

Cada establecimiento además posee un registro de huéspedes que además proporciona las impresiones del consumidor del servicio. Esta información también e considerará al momento de hacer los análisis.

~~La~~ La información recopilada la clasificaremos en 5 macro - indicadores, cada uno expresado a través de múltiples elementos

a) Indicador de instalaciones e equipamiento del la microempresa: considera las estructuras del predio, el paisaje, la presencia de animales y actividades factibles de realizar, entre otras considera las habitaciones, comedores, baños y en general la oferta de equipamiento del establecimiento.

b) Indicador de servicios ofrecidos: incluye los servicios de alojamiento, alimentación, actividades, servicios complementario y servicios suplementarios y actividades factibles de realizar.



c) Indicador de arquitectura de la vivienda destinada al hospedaje: incluye materiales de construcción, técnicas constructivas, diseño, estilo y modificaciones realizadas, entre otros

d) Indicador del recurso humano familiar: considera edad, sexo, experiencia laboral, nivel de educación y vínculos comerciales con el entorno y el mercado.

e) Indicador de comercialización: incluye el sistema de distribución, promoción, venta, precio, mercado actual y perfil del consumidor. Este último aspecto considera la edad, composición del grupo, nivel socioeconómico, motivaciones, preferencias y períodos de estadía.

2.2 Evaluación de los datos

Para el análisis estadístico de la información se utilizarán estadígrafos de posición y dispersión y un análisis cualitativo donde se sistematizará la comodidad de los agricultores en el desarrollo de la actividad y gustos y preferencias de los usuarios del servicio

2.3 Planificación (centro de gestión)

Durante la ejecución del proyecto se desarrollarán acciones para la planificación en el área productiva y comercial

Con la información recopilada, se tendrán las herramientas necesarias para iniciar el proceso de planificación en el área productiva y comercial

La planificación productiva nos indicará los objetivos y metas con respecto a los servicios ofrecidos tanto a nivel de cada familia como de la asociación. Estas metas involucran tanto el mejoramiento de los servicios ofrecidos como el desarrollo de nuevos productos y servicios.

Paralelamente la planificación comercial se plantea a nivel de asociación con el desarrollo de un Plan de Marketing que es un instrumento de gestión que nos orientará y dirigirá en el replanteamiento de la actividad agroturística en 2 niveles: estratégico y operacional.

A nivel estratégico el plan de Marketing nos indicará:

- 1.- Qué queremos conseguir, es decir los objetivos que nos hemos planteado
- 2.- Qué tipo de Turismo queremos para los próximos años
- 3.- Límites del desarrollo
- 4.- Mercados geográficos y públicos objetivo

A nivel operacional, el plan de Marketing nos ayudará a definir el conjunto de acciones encaminadas a desarrollar políticas de producto, comercialización y comunicación. Nos proporcionará el conjunto de acciones organizadas por programas y ordenadas por prioridades

Un plan de Marketing Turístico nos sirve para:

- Detectar nuevas oportunidades de negocio
- Diversificar las actividades
- Adecuar los productos a las necesidades de la demanda
- Conocer el mercado
- Aumentar las ventas

Coordinarse con el sector público

Desde el punto de vista del Turista el plan de Marketing permite beneficiarse de más y mejores servicios



- Beneficiarse de más y mejor información,
- Obtener más facilidades para la compra de un destino turístico

En definitiva, el plan de Marketing nos guíara en el proceso de toma de decisiones de acuerdo a los objetivos y metas que nos hemos propuesto en el corto, mediano y largo plazo.

2.4 Ejecución de actividades concretas:

La planificación nos dará una priorización de las actividades a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos específicos:

Regularización de la calidad del servicio

Como ya se mencionó anteriormente, se implementarán acciones concretas para el mejoramiento de la calidad servicios básicos, complementarios y suplementarios ya existentes según la necesidad específica de cada familia. Esto es: cursos de capacitación en diferentes áreas como pueden ser: Manipulación de Alimentos, Aseo e higiene, atención al cliente, etc.

Para aportar a este proceso de aprendizaje se realizarán jornadas organizadas por los mismos integrantes de la red donde se realizarán intercambios de experiencias y conocimiento entre las familias que tengan mayor dominio en el tema y aquellas que requieran el aporte.

Iniciar un acercamiento con la comunidad; definición de alianzas estratégicas

Para iniciar este acercamiento se realizarán 1 taller cultura local y una investigación participativa con las familias de la red y la comunidad. Para organizar esta actividad la familia se vinculará a la Junta de vecinos de su comunidad.

Se brindará apoyo a los microempresarios para dar a conocer al resto de los integrantes de la comunidad lo que es la red de Agroturismo.

Evaluación de nuevas unidades de agroturismo para su posterior incorporación.

Para tal efecto durante el presente período se confeccionará una base de datos donde se especificarán:

Identificación del predio

Accesibilidad y acondicionamiento

Valoración Cualitativa (atractivo)

De acuerdo a cada caso, esta actividad la realizarán los mismos socios con apoyo desde el centro de gestión y luego se realizará un análisis comparativo de ésta información de acuerdo al componente estratégico de la Asociación con lo que se obtendrá una priorización sistematizada de los posibles nuevos socios.

Replanteamiento de la estrategia productiva y comercial:

Desde el punto de vista de mejoramiento y evaluación de nuevos servicios Turísticos, se vinculará la red con los principales centros de Investigación provincial: Centro de Educación y tecnología CET, Instituto de Investigaciones Agropecuarias INIA, y otros , para coordinar días de campo donde los socios puedan conocer alternativas de desarrollo de productos y servicios.

Posteriormente la información recogida durante éstas experiencias se contrastará con las áreas que necesiten ser mejoradas y desarrolladas en cada familia y su comunidad, para otorgar una visión de la estrategia productiva y comercial de la asociación en los próximos años.



2.5 Metodología:

Para el desarrollo de las diversas actividades que integran la ejecución del proyecto se proponen las siguientes herramientas metodológicas participativas:

- Reuniones expositivas y explicativas.
- Mesas de trabajo y técnicas de trabajo grupal.
- Aplicación de instrumentos de investigación.
- Análisis de toma de decisiones, análisis foda, análisis de caracterización.
- Análisis funcional, análisis de problema, análisis de objetivo,
- Análisis de factibilidad, análisis de información.
- Planificación y organización de actividades, asignación de tareas específicas.
- Talleres de capacitación.
- Arbol de objetivo, matriz de planificación, plan de operaciones, carta gantt.
- Salidas a terreno.
- Reuniones de coordinación, información y evaluación.
- Informes de avance y finales técnico, de gestión y financiero.

*Todas las actividades estarán enmarcadas en el sistema participativo, en que la opinión de los socios tiene gran relevancia, así como la opinión de la comunidad donde funciona la red. Es el caso de la investigación inicial, como en el desarrollo de estrategias de acercamiento en la comunidad, vale decir juntas de vecinos, y elaboración de guías turísticas y catálogos informativos.

En estas dos últimas actividades se implementará un sistema de entrevistas al los integrantes de la comunidad y a los socios. Con este insumo se trabajará un programa radial que incorpore el trabajo de la red como promoción y conocimiento entre los socios, como de incorporación de los vecinos de las familias de la red, a través de los servicios suplementarios, asimismo servirá de apoyo a la elaboración de guías turísticas participativas y catálogos de promoción.

Para la continuidad de la operación del centro de gestión se establecerá un aporte porcentual, de parte de los socios de la Asociación Gremial AG, con cargo a sus ingresos por el desarrollo de esta actividad. El monto de ese porcentaje se establecerá en asamblea de socios y constituye una actividad de este proyecto.

8-12

10. ACTIVIDADES DEL PROYECTO (adjuntar Carta Gantt mensual para la totalidad del proyecto)

AÑO 1

Objetivo Especif. Nº	Actividad Nº	Descripción	Fecha Inicio	Fecha Término
1	1.1	Visita a cada familia. Evaluación individual de la temporada 99-2000.	1/04	31/04
1	1.2	Diseño e implementación planilla de registro y encuestas de satisfacción clientes. ✓	15/04	31/04
1	1.3	Reunión taller : Evaluación grupal del trabajo desarrollado en cada familia. Diagnóstico	15/04	31/04
1	1.4	Capacitación a los socios, nº1: Taller calidad de servicio y atención al cliente. ✓	15/04	31/04
1	1.5	Sistematización del perfil del diagnóstico. ✓	1/06	15/06
1	1.6	Capacitación a los socios, nº2: Administración y gestión agroturística. ✓	15/06	31/06
1	1.7	Capacitación a los socios, nº3: Técnicas de conservación y manipulación de alimentos. ✓	15/08	30/08
1	1.8	Día de campo, nº1(INIA)	1/07	15/07
1	1.9	Día de campo Nº2, (CET)	1/08	15/08
1	1.10	Reunión taller : Desarrollo organizacional y asociatividad ✓	15/10	30/10
2	2.1	Reunión taller : Definición de alianzas estratégicas en cada comunidad. ✓	15/07	30/07
2	2.2	Contacto con junta de vecinos de cada comunidad. ✓	1/06	30/10
2	2.3	Capacitación nº 4 : La cultura local al servicio del desarrollo turístico. ✓	15/08	31/09
2	2.4	Reunión taller : Estrategias culturales locales. Investigación local. ✓	1/08	15/08
2	2.5	Diseño material sobre cultura local (Guía turística) ✓	1/10	31/11
2	2.6	Diseño material promocional publicitario (catálogos y otros medios de difusión) ✓	1/08	31/08
3	3.1	Elaboración de catastro: oferta de productos y servicios de la red de agroturismo. ✓	1/05	31/06
3	3.2	Reunión taller : Plan de trabajo de la red año 2000 ✓	1/05	15/05
3	3.3	Formalización de la contabilidad a nivel individual y grupal. ✓	15/05	15/06
3	3.4.	Reunión taller : Objetivo del centro de	1/06	15/06



		gestión. Definir líneas de trabajo, recursos y estrategias.		
3	3.5	Señalización centro de gestión. (X) ✓	15/05	31/05
3	3.6	Reunión taller : Evaluación marcha general y evaluación de alternativas productivas, centro de gestión.	1/11	15/11
3	3.7	Factibilidad técnico y económico para la reestructuración legal y comercial de la organización.	15/09	15/10
3	3.8	Reunión taller : Relaciones públicas y comercialización turística.	1/09	15/09
3	3.9	Capacitación N° 5: Estrategia comercial I.	1/10	30/10
3	3.10	Capacitación n°6 : Estrategia comercial II	15/11	31/11
3	3.11	Informe narrativo y financiero.	15/12	30/12
3	3.12	Diseño e implementación de rutas turísticas, red agroturística ✓	1/09	15/09
3	3.13	Actualización sistema de precios de productos y servicios. ✓	1/12	20/12
3	3.14	Participación en ferias y eventos promocionales ✓	1/10	30/11
3	3.15	Reunión taller : Gestión y liderazgo. Toma de decisiones en la organización.	1/11	15/12
3	3.16	Evento inicio de temporada ✓	10/11	10/11
3	3.17	Publicación y entrega de catálogos. ✓	10/11	10/11
3	3.18	Publicación y entrega guía turística a las comunidades	25/11	25/11
3	3.19	Evento cierre de temporada	28/02	28/02
3	3.20	Reunión taller : Evaluación de actividades, Entrega informes finales de gestión, técnico y financiero.	15/02	30/02

11. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

11.1 Resultados esperados por objetivo

Obj. Esp. N°	Resultado	Indicador	Meta Final	Parcial	
				Meta	Plazo
1	Se regulariza la calidad de los servicios básicos de las familias	Se observa una alta calidad del servicio	100%	100%	Dic 2000
1	Demanda real satisfecha. Aumento de la capacidad empresarial de cada establecimiento.	Porcentaje de clientes acogidos en los establecimientos	100%	50% 100%	Ago 2001 Feb 2001
1	Optimización de la capacidad instalada Red Agroturística.	Porcentaje total anual de ocupación.	60%	30% 45% 60%	Mar 2000 Jul. 2000 Feb. 2001
1	Desarrollo de nuevos productos y servicios.	Porcentaje de establecimientos que ofertan nuevos prod. y servicios.	30%	10% 20% 30%	Ago.2000 Dic.2000 Feb.2000
1	Cada establecimiento cuenta con un sistema de contabilidad independiente.	Porcentaje de establecimientos que implementan el nuevo sistema de contabilidad	100%	50% 100%	Jul. 2000 Nov. 2000
1	Perfeccionar los conocimientos administrativos y de gestión de los Asociados.	% de de Reuniones – Talleres realizados.	100 %	50% 100%	Ago 2000 Dic 2000
1	Los Asociados asumen su rol en la Organización capacitados para emprender su consolidación empresarial.	Porcentaje de aumento en el nivel de Dirección y Gestión de los asociados.	50%	25% 50%	Jul. 2000 Nov. 2000
2	Obtención de un vínculo con la comunidad	Desarrollo de actividades de Turismo rural en la comunidad	60%	30% 60%	Dic 2000 Feb 2001
3	La Empresa cuenta con una Centro de gestión.	Centro de gestión en operación	Vigencia 1 año	Inicio Marzo 2000	Feb. 2001
3	La Empresa cuenta con el equipamiento necesario para brindar un buen servicio al cliente interno y externo.	Porcentaje de equipamiento necesario para operar en forma eficiente.	100%	100%	Dic 2000
3	Atención de reservas, consultas e información	Porcentaje de clientes	100%	100%	Marzo 2000





	constante al cliente interno y externo.	atendidos.			
3	Reestructuración legal y comercial de la A.G.	Documento analizado por la A.G.	1	1	Agosto 1999
3	Aumento en la demanda de productos y servicios.	Porcentaje de incremento en las ventas.	50%	25% 50%	Sept. 2000 Feb. 2001
3	Oferta organizada e integrada en programas y circuitos agroturísticos.	Porcentaje de establecimientos incorporados.	100%	100%	Nov 2000
3	Exploración de nuevas alternativas de comercialización.	Número de convenios y/o acuerdos comerciales.	4	2 4	Ago. 2000 Nov. Feb
3	Posicionamiento a nivel público de la red.	Porcentaje de materiales y herramientas necesarios para desarrollar una eficiente promoción (letreros, catálogos y folletos)	100%	30% 60% 100%	Julio. 2000 Sep. 2000 Oct. 2000
3	Penetración en nuevos segmentos de mercado.	Porcentaje de ventas correspondiente s a nuevos perfiles de clientes.	10%	5% 10%	Sep 2000 Feb 2001

L.F.
6/1/00

F =

F =

Adrian



11.2 Resultados esperados por actividad

Obj. Esp. N°	Actividad. N°	Resultado	Indicador	Meta Final	Parcial	
					Meta	Plazo
1	1.1	Diagnóstico situación actual de cada familia	Visita a las familias	100%	100%	Mar.2000
1	1.2	Cada familia cuenta con una planilla de registro y encuesta de satisfacción al cliente.	Planilla de registro	100%	100%	Mar. 2000
1	1.3	Diagnóstico de la red	Reunión de socios	100%	100%	Mar 2000
1	1.4	Socios capacitados en calidad de servicio y atención del cliente	Capacitación n°1	100%	100%	Abr 2000
1	1.5	Resultado del diagnóstico	Informe de trabajo para la red	100%	100%	Mayo 2000
1	1.6	Socios capacitados en administración y gestión agroturística	Capacitación n°2	100%	100%	Mayo 2000
1	1.7	Socios capacitados en técnicas de conservación y manipulación de alimentos.	Capacitación n°3	100%	100%	Julio 2000
1	1.8	Socios conocen nuevos productos complementarios	Visita a INIA	100%	100%	Junio2000
1	1.9	Socios conocen nuevos productos complementarios	Visita CET	100%	100%	Julio 2000
1	1.10	Socios informados en desarrollo y asociatividad	Reunión taller	100%	100%	Sept.2000
2	2.1	Socios definen alianzas estratégicas para cada comunidad	Reunión taller	100%	100%	Jun.2000
2	2.2	Juntas de vecinos participan de las actividades propuestas por la red.	Reunión con juntas de vecinos	100%	100%	Sept.2000
2	2.3	Socios capacitados en la cultura local al servicio del desarrollo turístico	Capacitación n°4	100%	100%	Agos.2000



11.2 Resultados esperados por actividad

Obj. Esp. N°	Actividad. N°	Resultado	Indicador	Meta Final	Parcial	
					Meta	Plazo
1	1.1	Diagnóstico situación actual de cada familia	Visita a las familias	100%	100%	Mar.2000
1	1.2	Cada familia cuenta con una planilla de registro y encuesta de satisfacción al cliente.	Planilla de registro	100%	100%	Mar. 2000
1	1.3	Diagnóstico de la red	Reunión de socios	100%	100%	Mar 2000
1	1.4	Socios capacitados en calidad de servicio y atención del cliente	Capacitación n°1	100%	100%	Abr 2000
1	1.5	Resultado del diagnóstico	Informe de trabajo para la red	100%	100%	Mayo 2000
1	1.6	Socios capacitados en administración y gestión agroturística	Capacitación n°2	100%	100%	Mayo 2000
1	1.7	Socios capacitados en técnicas de conservación y manipulación de alimentos.	Capacitación n°3	100%	100%	Julio 2000
1	1.8	Socios conocen nuevos productos complementarios	Visita a INIA	100%	100%	Junio2000
1	1.9	Socios conocen nuevos productos complementarios	Visita CET	100%	100%	Julio 2000
1	1.10	Socios informados en desarrollo y asociatividad	Reunión taller	100%	100%	Sept.2000
2	2.1	Socios definen alianzas estratégicas para cada comunidad	Reunión taller	100%	100%	Jun.2000
2	2.2	Juntas de vecinos participan de las actividades propuestas por la red.	Reunión con juntas de vecinos	100%	100%	Sept.2000
2	2.3	Socios capacitados en la cultura local al servicio del desarrollo turístico	Capacitación n°4	100%	100%	Agos.2000

Handwritten signature and official stamp of the Fundación para la Innovación Agraria, including the text 'FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA' and 'UNIDAD INNOVACIÓN TECNOLÓGICA AREA DE...'



2	2.4	Socios informados sobre estrategias culturales locales, investigación local.	Reunión taller	100%	100%	Julio 2000
2	2.5	Participación de los socios en la propuesta de guía turística	Propuesta de guía turística	100%	100%	Oct.2000
2	2.6	Material promocional diseñado.	Catálogo de difusión turística, publicidad en medios de difusión	100%	100%	Jul.2000
3	3.1	Material informativo con la oferta de productos y servicios de la red.	Documento escrito	100%	100%	Mayo 2000
3	3.2	Socios diseñan plan de trabajo, red año 2000	Plan de trabajo	100%	100%	Abr.2000
3	3.3	Sistema contable individual y grupal implementado.	Libros contables de cada familia	100%	100%	Mayo 2000
3	3.4.	Socios informados en líneas de trabajo y estrategias del centro de gestión.	Reunión taller	100%	100%	Mayo 2000
3	3.5	Centro de administración y reservas señalizados.	Señalética instalada	100%	100%	Mayo 2000
3	3.6	Socios evalúan marcha general y alternativas productivas del centro de gestión	Reunión taller	100%	100%	Oct.2000
3	3.7	Socios informados acerca de nuevas figuras legales para el centro de gestión	Boletín informativo	100%	100%	Sept. 2000
3	3.8	Socios informados sobre relaciones públicas y comercialización turística	Reunión taller	100%	100%	Agos.2000
3	3.9	Socios capacitados en estrategia comercial, primera etapa.	Capacitación n° 5	100%	100%	Sept.2000
3	3.10	Socios capacitados en estrategia comercial, segunda etapa.	Capacitación n°6	100%	100%	Oct.2000
3	3.11	Informe de avance	Documento escrito	100%	100%	Sept.2000
3	3.12	Diseño de rutas turísticas	Documento	100%	100%	Sept.2000



[Handwritten signature]



		complementarias al gráfico				
3	3.13	Socios definen tarifas de productos y servicios turísticos	Documento escrito	100%	100%	Dic.2000
3	3.14	Socios promueven el producto en ferias	Participación en ferias y eventos promocionales	100%	100%	Nov. 2000
3	3.15	Socios informados sobre gestión y liderazgo, toma de decisiones en la organización.	Reunión taller	100%	100%	Dic. 2000
3	3.16	Lanzamiento temporada 2001	Evento	100%	100%	Nov.2000
3	3.17	Publicación de catálogos y anexos.	Documento escrito.	100%	100%	Nov.2000
3	3.18	Publicación y entrega de guía turística a las comunidades	Documento escrito	100%	100%	Nov.2000
3	3.19	Cierre temporada	Evento	100%	100%	Feb.2001
3	3.20	Socios informados sobre actividades temporada 2000-2001	Informe final	100%	100%	Feb. 2001




12. IMPACTO DEL PROYECTO

12.1. Económico

Diversificación y complementariedad en la diversificación del ingreso familiar en los sectores rurales de la Provincia de Chiloé donde el Agroturismo se desarrolla, lo cual reduce la dependencia de la economía familiar hacia algunos productos silvoagropecuarios y actividades del mar, se advierte un claro estímulo aún no cuantificado sobre el comercio, transporte, actividades de esparcimiento y artesanías.

Capitalización de los pequeños agricultores a través de las inversiones en infraestructura y equipamiento predial y de su vivienda familiar, las que a su vez retornan nuevos ingresos a la familia.

Optimización en la utilización de recursos ociosos, tales como: capacidad instalada (número total de plazas en habitaciones), equipamiento predial, medios de transporte animal y mecanizados, entorno natural y cultural, etc.

12.2. Social

Mejoramiento de la calidad de vida de las familias que están directa o indirectamente relacionadas a la prestación de servicios turísticos y/o venta de productos complementarios.

Aumento del índice de empleo familiar, debido a que cada integrante de la familia contribuye realizando una labor específica en la operación de la microempresa familiar.

Mejoramiento de los sistemas de comunicación al incorporar tecnología adecuada tanto para las funciones comerciales como de nivel particular y comunitario.

Importante oportunidad de desarrollo personal para la mujer como principal involucrada en la gestión y operación de la microempresa familiar.

Activación de la inversión pública en el medio rural, como el mantenimiento y apertura de caminos, electrificación, agua potable y sistemas de tratamiento para desechos sólidos y líquidos.

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

Contribución a la revalorización del patrimonio arquitectónico de la Provincia de Chiloé, (materiales de construcción, fogón chilote, iglesias y capillas, palafitos, etc.).

El intercambio cultural que se produce durante la prestación de servicios permite no sólo la valoración del modo de vida rural, también una mayor comprensión y acercamiento entre las sub - culturas rural y urbana.

El modelo de organización y administración utilizado permitirá su aplicación mejorada y adaptada a las necesidades de otros sectores geográficos.



CONTINUACION SECCION 12. IMPACTO DEL PROYECTO.

12.3. Otros.

El agroturismo en Chiloé constituye un nuevo agronegocio para el productor agropecuario, el que a futuro puede convertirse en una alternativa de desarrollo rural integrado y sustentable para la Provincia.

El desarrollo del turismo en áreas rurales estimula la organización de actividades y eventos artístico - culturales en las comunidades.



[Handwritten signature]

13. EFECTOS AMBIENTALES

13.1. Descripción (tipo de efecto y grado)

El agroturismo presenta flujos desconcentrados de visitantes que pertenecen en su mayoría a un segmento de mercado de nivel socio - económico y cultural elevado, los cuales tienen generalmente mayores exigencias en lo relativo al entorno natural y conservación del medio ambiente, lo que no sólo disminuye el riesgo de deterioro del medio ambiente producto de la actividad turística, sino que también advierte al productor de los efectos e impactos que generan otras actividades económicas insertas en el medio rural y que atentan contra la riqueza del patrimonio natural y turístico de Chiloé.

Con el desarrollo del agroturismo los productores han adquirido el compromiso voluntario de utilizar en forma racional y sustentable los recursos naturales, ya que de esto depende la proyección de su actividad hacia el futuro.

13.2. Acciones propuestas

Incorporar la variable ambiental en todas las acciones del Proyecto, a nivel de la Organización y de los Establecimientos Agroturísticos.

Identificar la imagen corporativa de la Red Agroturismo Chiloé con la conservación y cuidado del medio ambiente y el patrimonio natural en todas las acciones y comunicaciones de la Red Agroturística.

Promover y apoyar Campañas Públicas de sensibilización e información para la protección al medio ambiente en la Provincia de Chiloé.

Asegurar el cuidado y conservación del ambiente en la prestación de servicios agroturísticos otorgando los elementos necesarios (recomendaciones, folletos y cartillas informativas, instalación de basureros, bolsas para la basura, etc.).

13.3. Sistemas de seguimiento (efecto e indicadores)

Sistema de Seguimiento. Visitas periódicas de control interno a cada establecimiento agroturístico.

Efecto. Mejoramiento continuo de medidas preventivas para el cuidado y conservación del medio ambiente y su difusión hacia la comunidad residente como efecto multiplicador.

Indicadores. Al término de la ejecución del proyecto el 100% de los establecimientos agroturísticos incorporan activamente la variable ambiental en su funcionamiento.

14. COSTOS TOTALES DEL PROYECTO: CUADRO RESUMEN

(resultado de la sumatoria con los cuadros 15.1 y 15.3)

Ítem de Gasto	AÑO (1)	AÑO (2)	TOTAL
1. RECURSOS HUMANOS.			
1.1. Profesionales.			
1.1.1. Gerente/Coordinador Proyecto.	2.700.000	900.000	3.600.000
1.2. Asesores.			
1.2.1. Honorarios contratación equipo técnico capacitación	1.050.000		1.050.000
1.3. Técnicos			
1.3.1. Personal para trabajo en terreno	1.350.000	350.000	1.700.000
1.4. Administrativos			
1.4.1. Secretaria.	1.080.000	360.000	1.440.000
1.4.2. Contador Red de Agroturismo	360.000	120.000	480.000
Subtotal	6.540.000	1.730.000	8.270.000
2. EQUIPAMIENTO.			
2.1. Adquisición de equipos.			
2.1.1. Computador.	500.000		500.000
2.1.2. Impresora.	70.000		70.000
2.1.3. scanner	120.000		120.000
2.1.4. Línea telefónica	50.000		50.000
2.1.5. Calentador a gas.	74.000		74.000
2.1.6. Letreros para central de adm	100.000		100.000
2.2. Valoración uso de equipos.			
2.2.1. Red de telefonía celular.	1.128.600	387.480	1.516.080
Subtotal	2.042.600	387.480	2.430.080
3. INFRAESTRUCTURA.			
3.1. Arriendo de infraestructura.			
3.1.1. Arriendo de oficina central adm.	1.080.000	360.000	1440.000
3.1.2. Arriendo sala de reuniones.			
Subtotal	1.080.000	360.000	1.440.000
4. MOVILIZACION, VIATICOS Y COMB.			
4.1. Viáticos.			
4.1.1. Gestión y coordinación proyecto.	180.000	120.000	300.000
4.1.2. Trabajo en Terreno	270.000	30.000	300.000
4.1.3. Giras comerc., ferias y eventos promoc.	100.000	0	100.000
4.1.4. Día de campo son socios	75.000	0	75.000





4.1.5. Capacitaciones	600.000	0	600.000
4.1.6. Talleres y reuniones AG	360.000	120.000	480.000
4.2. Pasajes			
4.2.1. Gestión y coordinación proyecto.	360.000	120.000	480.000
4.2.2. Talleres y reuniones A.G.	400.000	80.000	480.000
4.2.3. Día de campo	100.000	0	100.000
4.2.4. Inicio y cierre de temporada	100.000	150.000	250.000
4.2.5. Giras comerciales, ferias y eventos.	100.000	0	100.000
4.2.6. Capacitaciones	450.000	0	450.000
Subtotal	3.055.000	660.000	3.715.000
5. MATERIALES E INSUMOS.			
5.1. Material promocional y publicitario.			
5.1.1. Folletos o fascículos culturales.	1.500.000	0	1.500.000
5.1.2. Catálogos.	1.000.000	0	1.000.000
5.1.3. Contratos publicitarios	255.000	551.450	806.450
5.1.4. Grabadoras. (material de apoyo, folletos culturales)	81.000	0	81.000
Subtotal	2.836.000	551.450	3.387.450
6. SERVICIOS DE TERCEROS.			
6.1. Diseños y traducciones.			
6.1.1. Diseño gráfico.	600.000	0	600.000
6.1.2. Fotografía ,fascículos,catálogos	250.000	0	250.000
Subtotal	850.000	0	850.000
7. DIFUSION.			
7.1. Eventos.			
7.1.1. Evento inicio y cierre temp. Turística.	100.000	100.000	200.000
7.2. Otras acciones.			
7.2.1. Premios y descuentos prom.	156.750	156.750	313.500
Subtotal	256.750	256.750	513.500
8. GASTOS GENERALES.			
8.1. Servicios básicos.			
8.1.1. Teléfono.	252.000	84.000	336.000
8.1.2. Electricidad.	36.000	12.000	48.000
8.1.3. Agua potable.	31.500	10.500	42.000
8.1.4. Gas	86.400	22.400	108.800
8.1.5. Servicio de Aseo y Limpieza	90.000	30.000	120.000
8.1.6. Material de aseo	18.000	6.000	24.000
8.2. Fotocopias.			
8.2.1. Fotocopias.	45.000	10.000	55.000
8.3. Materiales de oficina.			
8.3.1. Materiales de oficina.	45.000	5.000	50.000





8.3.2. Tinta de impresora	72.000	18.000	90.000
8.3.3. Casetes, pilas, etc.	90.000	0	90.000
Subtotal	765.900	197.900	963.800
TOTAL	17.426.250	4.143.580	21.569.830





15. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

15.1. Aportes de contraparte: Cuadro Resumen

(utilizar valores reajustados por año según índice anual)

Si hay más de una institución que aporta fondos de contraparte se deben presentar los valores en cuadros separados para cada agente

AGENTE: Instituto de Desarrollo Agropecuario INDAP.

Ítem de Gasto	AÑO (1)	AÑO (2)	TOTAL
1. RECURSOS HUMANOS.			
1.1. Profesionales.			
1.1.1. Gerente/Coordinador del proyecto.	2.700.000	900.000	3.600.000
1.2. Asesores			
1.3. Honorarios contratación equipo técnico Para la capacitación	1.050.000	0	1.050.000
5. Insumos y materiales de difusión			
5.1.3 Contratos publicitarios	255.000	551.450	806.450
TOTAL	4.005.000	1.451.450	5.456.450
		TOTAL	



[Handwritten signature]



15.1. Aportes de contraparte: Cuadro Resumen
(utilizar valores reajustados por año según índice anual)

Si hay más de una institución que aporta fondos de contraparte se deben presentar los valores en cuadros separados para cada agente

AGENTE: Agroturismo Chiloé A.G.

Ítem de Gasto	AÑO (1)	AÑO (2)	TOTAL
2. EQUIPAMIENTO.			
2.2. Valoración de equipos.			
2.2.1. Red de telefonía celular.	1.128.600	387.480	1.516.080
4. MOVILIZACION, VIATICOS Y COMB.			
4.3. Pasajes.			
4.3.2. Talleres y Reuniones A.G.	360.000	120.000	480.000
7. DIFUSION.			
7.3. Otras acciones.			
7.3.1. Premios y descuentos promocionales.	156.750	156.750	313.500
TOTAL	1.645.350	664.230	2.309.580
		TOTAL	






15.2. Aportes de contraparte: criterios y métodos de valoración

Detallar los criterios utilizados y la justificación para el presupuesto por ítem y por año, indicando los valores unitarios utilizados y el número de unidades por concepto.

(para cada uno de los ítems de gasto se deberán especificar los criterios y metodología de valoración utilizada)

Aportes de Contraparte Indap.

ITEM	Año 2000	AÑO 2001
1. RECURSOS HUMANOS.		
1.1.1. Gerente/Cord. Proyecto.	9 meses x \$ 300.000/mes	3 meses x 300.000/mes
	\$ 2.700.000	\$900.000
1.2 Asesores		
1.2.1 Honorarios equipo técnico, Capacitaciones, asesoría	7capacitaciones x \$ 150.000/mes \$1.050.000	0

5. Materiales e Insumos

5.1 Material promocional u publicitario

5.1.3. Contratos publicitarios	2 meses x \$255.000 \$ 510.000	1 mes x 296.450 \$ 296.450
--------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------

Aportes de Contraparte Agroturismo Chiloé A.G.

ITEM	2000	2001
2. EQUIPAMIENTO.		
2.2.1. Red de telefonía celular.	12 cel. x 9 meses (x 10.450/mes) \$1.128.600	12 cel x 3 meses (x10.920/mes) \$387.480
4. MOVILIZ.ACION, VIATICOS Y COMB.		
4.3.2. Talleres y reuniones A.G.	Pasajes Directorio 10 taller x 9 per x 4000 c/u = \$ 360.000	Pasajes Directorio 2 talleres x 11 per.x 4000 c/u = \$ 120.000
7.3.1 Premios y descuentos promocionales	Alojamientos \$ 104.500 Alimentación \$ 52.250	
Total	\$ 156.750	\$156.750





15.3. Financiamiento Solicitado a FIA: Cuadro Resumen
(utilizar valores reajustados por año según índice anual)

(desglosado por ítem y por año)

Ítem de Gasto	AÑO (1)	AÑO (2)	TOTAL
1. RECURSOS HUMANOS.			
1.3 Técnicos			
1.3.1 Personal para trabajo en terreno.	1.350.000	350.000	1.700.000
1.2. Administrativos			
1.2.1 Secretaria	1.080.000	360.000	1.440.000
1.2.2 Contador Red Agroturismo	360.000	120.000	480.000
Subtotal	2.790.000	830.000	3.620.000
2. EQUIPAMIENTO.			
2.1. Adquisición de equipos.			
2.1.1. Computador.	500.000		500.000
2.1.2. Impresora.	70.000		70.000
2.1.3. Scanner.	120.000		120.000
2.1.4. Línea telefónica.	50.000		50.000
2.1.5. Calentador a gas. (estufa y cilindro)	74.000		74.000
2.1.6. Letreros para central de adm.	100.000		100.000
Subtotal	914.000		914.000
3. INFRAESTRUCTURA.			
3.1. Arriendo de infraestructura.			
3.1.1. Arriendo de oficina centro de gestión	1.080.000	360.000	1.440.000
Subtotal	1.080.000	360.000	1.440.000
4. MOVILIZACION, VIATICOS Y COMB.			
4.1. VIÁTICOS.			
4.1.1. Gestión y coordinación proyecto.	180.000	120.000	300.000
4.1.2. Trabajo en terreno	270.000	30.000	300.000
4.1.3. Giras comerc., Ferias y eventos promoc.	100.000 75.000	0 0	100.000 75.000
4.1.4. Día de campo con socios	600.000	0	600.000
4.1.5. Capacitaciones (6 Talleres)	360.000	120.000	480.000
4.1.6. Talleres y reuniones A.G			
4.2. PASAJES.			
4.2.1. Gestión y coordinación proyecto.	360.000	120.000	480.000
4.2.2. Capacitaciones	450.000	0	450.000
4.2.3. Día de campo (2)	100.000	0	100.000
4.2.4. Evento inicio y cierre temp. Turística.	100.000	150.000	250.000
4.2.5. Giras comerciales, ferias y eventos	100.000	0	100.000
Subtotal	2.695.000	540.000	3.235.000

[Handwritten signature]



5.-MATERIALES E INSUMOS.			
5.1. Material promocional y publicitario.			
5.1.1. Folletos o fascículos culturales			
5.1.2. Catálogos.			
5.1.3. Grabadoras (materiales de apoyo a folletos culturales)	1.500.000	0	1.500.000
	1.000.000	0	1.000.000
	81.000	0	81.000
Subtotal	2.581.000	0	2.581.000
6. SERVICIO DE TERCEROS.			
6.1. Diseños			
6.1.1. Diseño gráfico	600.000		600.000
6.1.2. Fotografía para fascículos y catalogos	250.000		250.000
Subtotal	850.000		850.000
7. DIFUSION			
7.1. Eventos.			
7.1.1. Evento inicio y cierre temp. Turística.	100.000	100.000	200.000
Subtotal	100.000	100.000	200.000
8. GASTOS GENERALES.			
8.1. Servicios Básicos			
8.1.1. Teléfono.	252.000	84.000	336.000
8.1.2. Electricidad.	36.000	12.000	48.000
8.1.3. Agua potable.	31.500	10.500	42.000
8.1.4. Gas	86.400	22.400	108.800
8.1.5. Servicio de Aseo y Limpieza	90.000	30.000	120.000
8.1.6. Materiales de aseo	18.000	6.000	24.000
8.2. Fotocopias.			
8.2.1. Fotocopias.	45.000	10.000	55.000
8.3. Materiales de oficina.			
8.3.1. Materiales de oficina	45.000	5.000	50.000
8.3.2. Tinta de impresora.	72.000	18.000	90.000
8.3.3. casetes, pilas, etc.	90.000	0	90.000
Subtotal	765.900	197.900	963.800
Total	11.775.900	2.027.900	13.803.800
		Total	13.803.800





15.4. Financiamiento solicitado a FIA: criterios y métodos de valoración

Detallar los criterios utilizados y la justificación para el presupuesto por ítem y por año, indicando los valores unitarios utilizados y el número de unidades por concepto.

(para cada uno de los ítems de gasto se deberán especificar los criterios y metodología de valoración utilizada)

ITEM	2000	2001
1.- RECURSOS HUMANOS.		
1.3. Técnicos		
1.1.1 Honorarios personal en terreno	9 meses x150/valor mes \$1.350.000	100/mes x2+1+150 \$350.000
1.2. Administrativos		
1.2.1 Secretaria	9 meses x 120.000/mes \$ 1.080.000	3 mesesx \$120.000 \$ 360.000
1.2. 2Contador A.G.	9meses x 40.000/mes \$360.000	3meses x \$40.000 \$120.000
2. EQUIPOS.		
2.1.1. Computador	Computador Compac Pressario 32 M. B. \$ 500.000	Comercial Dimarsa Pto. Montt
2.1.2. Impresora	Impresora Canon B.J.C 1000 \$70.000	Comercial Dimarsa
2.1.3 Scaner	Agfa \$ 120.000	Comercial Dimarsa
2.1.4. Línea telefónica	Línea telefónica \$ 50.000	Telefónica del Sur Entel
2.1.5. Calefactor a gas.	Estufa catalítica Mademsa \$ 67.000	Comercial Dimarsa
	Cilindro de gas catalítico 15 k. \$ 7.000 Total: \$ 74.000	Abastible
2.1.6. Letreros central adm.	2 letreros x \$ 50.000 c/u \$ 100.000	





3. INFRAESTRUCTURA.

3.1.1. Arriendo of. central adm. 9 meses x \$120.000 3 meses x \$ 120.000/mes
\$ 1.080.000 \$ 360.000

4. MOVILIZACION, VIATICOS Y COMBUSTIBLES

4.1. Viáticos

4.1.1. Gestión y cord. Proyecto Y talleres	Viáticos \$ 5.000/día x 4 salidas x 9meses \$180.000	Viáticos \$ 5000/día x 24salidas \$120.000
4.1.2. Trabajo en terreno, técnico	\$ 5.000/día x 6 salidas x 9meses \$270.000	1xme \$5.000*6sal 30.000
4.1.3 Gestión y Cord. Ferias y Eventos Promocionales	\$10.000 x 10 días \$ 100.000	
4.1.4 Días de Campo (2)	\$ 3000/día x25 pers. \$ 75.000	
4.1.5 Capacitaciones	\$ 4000/día x25 pers.x 6 talleres \$600.000	
4.1.6 Talleres y reuniones A.G.	\$4000/día x 10 pers.x 9 talleres talleres \$360.000	\$4000/día.x 10 x 3 \$120.000

4.3 Pasajes

4.3.1. Gestión y coord. proyecto	\$8000/día x 5 salidas x 9 meses \$ 360.000	\$8.000/día x 15 salidas \$120.000
4.3.2. Giras comerciales	estimado \$100.000	
4.3.3. Día de Campo (2)	\$ 2.000 x25 x 2 \$100.000	
4.3.4. Evento Inicio y cierre temporada turística	\$ 100.000	





5. MATERIALES E INSUMOS

5.1 Material promocional y publicitario

5.1.1. Folletos o fascículos culturales

800 fascículos 750.000 x 2
\$1.500.000

5.1.2. Catálogos

500 catálogos 500.000 x2
\$ 1.000.000

5.1.3 grabadoras

3 grabadoras, \$27.000 c/u
\$ 81.000

6. SERVICIOS DE TERCEROS.

6.1. Diseño

6.1.1. Diseños Gráfico 4 catálogos \$150 c/u
\$600.000

6.1.2. Fotografías Paquete 4 publicaciones
\$ 250.000

7. DIFUSIÓN.

7.2.1. Evento inicio y cierre temp. turística.

\$ 100.000 (inicio)	\$100.000 (cierre)
Gastronomía	
\$ 70.000	
Actividades	
\$ 30.000	
Total 100.000	

8. GASTOS GENERALES

8.1. Servicios básicos

8.1.1 Teléfono	9 meses x \$ 28.000/mes \$ 252.000	3 meses x \$ 28.000/mes \$ 84.000
----------------	---------------------------------------	--------------------------------------

8.1.2. Electricidad.	9 meses x \$ 4.000/mes \$ 36.00	3 meses x \$ 4.000/mes \$ 12.000
----------------------	------------------------------------	-------------------------------------

8.1.3. Agua.	9 meses x \$ 3.500/mes \$ 31.500	3 meses x \$ 3.500/mes \$ 10.500
--------------	-------------------------------------	-------------------------------------

8.1.4. Gas	9 meses x 1,5 recarga/mes (\$6.400/recarga) \$86.400	3 meses x 1 recarga/mes (\$6.400) \$22.400
------------	--	--





8.1.5. Servicio de aseo y limpieza	\$ 10.000/mes x 9 meses \$ 90.000	\$ 10.000/mes x 3 meses \$30.000
8.2.. FOTOCOPIAS		
8.2.1. Fotocopias oficina	200 unid./mes x 9 meses (\$25c/u) \$45.000	100 unid/mes x3 meses (\$25 c/u) \$10.000
8.3 MATERIALES DE OFICINA		
8.3.1. Art. de oficina en gral. (lápices, corchetera, perforadora, etc.)	\$5.000 x 9 meses \$45.000	\$5.000x1 mes \$5.000
8.3.2. Tinta de impresora	\$18.000 c/u x 4 \$72.000	
8.3.3 Casetes, minidiscos y pilas	casetes \$700 x 50 Pilas \$7.000 /caja x 3 Minidiscos Total \$90.000	=\$35.000 =\$21.000 =\$34.000



16. ANÁLISIS ECONÓMICO DEL PROYECTO

16.1. Criterios y supuestos utilizados en el análisis

Indicar criterios y supuestos utilizados en el cálculo de ingresos (entradas) y costos (salidas) del proyecto

La totalidad de las inversiones realizadas por los integrantes de la red de agroturismo están referidas al mejoramiento de infraestructura e equipamiento necesarios para el desarrollo del agroturismo como actividad complementaria a la explotación.

Los 19 establecimientos agroturísticos presentan diferentes estructuras de costo, capacidad instalada, diversificación y diferenciación de productos complementarios al alojamiento, alimentación y actividades relacionadas a la explotación agropecuaria, está en el 70% de los casos incluye la actividad de pesca artesanal y cultivo marino.

Por otra parte, el 50% de los microempresarios financió su inversión inicial con recursos propios, mientras que el 50% restante utilizó créditos de Indap otorgados en U.F. y con una tasa de interés del 1,8% anual.

Por ultimo existen diferencias significativas en el ítem de apreciaciones, vida útil de instalaciones y equipos y su valor residual.

Esto conduce directamente al análisis económico de 19 microempresas independientes, no obstante para el análisis económico global del proyecto a partir de los resultados esperados en la ejecución de la propuesta de un modelo de administración y gestión comercial, con una proyección a 3 años, tomando como base el mes de Diciembre del año 2000.

En el análisis económico del proyecto se adoptan los siguientes criterios y supuestos:

- 1) Se considera la inflación expresada en valores nominales según tabla indicada en bases del concurso.
- 2) La evaluación del proyecto se realiza como un horizonte de 3 años considerando que la ejecución del mismo corresponde al año 1.
- 3) En el cálculo de ingresos y costos del proyecto serán considerados los 19 establecimientos en conjunto como una unidad productiva: la Red Agroturismo Chiloé.
- 4) Para el cálculo de ingreso en la situación con proyecto se plantea un escenario de estabilidad siguiendo la tendencia alcanzada en la temporada turística 1997-1998, correspondiendo a una tasa de ocupación del 60% de la capacidad instalada durante 60 días. La capacidad instalada de la red agroturística alcanza a 100 plazas (camas/ días).
- 5) El 50% de los visitantes adoptará la modalidad de alojamiento con pensión completa, un 30% media pensión y el 20% restante sólo el servicio de alojamiento con desayuno.
No se
- 6)



- 7) considerará la obtención de ingresos en temporada baja. El incremento de las ventas será el 30% anual par la situación con proyecto.
- 6) Para el cálculo de ingresos en la situación sin proyecto se utilizará una tasa de ocupación del 20% durante 60 días, el 50% de los visitantes adoptará la modalidad de alojamiento con pensión completa, un 30% la modalidad media pensión y el 20% restante sólo el servicio de alojamiento con desayuno. El incremento de las ventas será de un 20% anual.
- 7) Para ambas situaciones se considera la venta de productos complementarios sólo en temporada alta, un 10% de total de visitantes utilizarán estos servicios con un gasto promedio de \$3000/días por turistas, valor no incluye I.V.A.
- 8) Los precios designados para el cobro de servicios con pensión completa es de \$12.000, alojamiento con media pensión \$9.000 y alojamiento con desayuno \$6.000, valores por persona sin I.V.A.
- 9) Los costos variables consideran el alojamiento, alimentación, actividades complementarias, el recurso humano utilizado en la prestación de servicios que asciende al 35% del valor de los ingresos totales.
- 10) Los costos fijos renovables consideran la reposición de equipamiento, línea blanca útiles de cocina, reparación y mantenimiento de instalaciones, maquinarias y equipos que ascienden a \$3.900.000 por cada año, valor real. Para al situación sin proyecto estos costos fijos renovables se reducirían en un 80%.
- 11) Los gastos de administración y venta corresponden al 10% sobre el total de ingresos anuales.
- 12) Los gastos generales corresponden a un 2% del total de ingresos anuales.
- 13) El valor nominal para el arriendo mensual de oficina en el año 1 es de \$104.500, año 2 \$114.400 y año 3 \$135.200.
- 14) No se considera amortización y gastos financieros devengados de créditos individuales que adquirieron el 50% de los asociados.
- 15) En las inversiones anuales se considera una inversión en infraestructura predial del orden de los \$ 3.000.000 anuales y equipamiento \$1.000.000 por cada año, valores reales. Para la situación sin proyecto estas inversiones disminuirían en un %45.
- 16) La inversión inicial para reactivar la operación comercial de la Red Agroturística se ha estimado en \$4.500.000



**16.2. Flujo de Fondos del Proyecto e Indicadores de Rentabilidad
(calcular el VAN y la TIR dependiendo del tipo de proyecto)**

I. PROYECCIÓN SITUACIÓN SIN PROYECTO

ITEM	AÑOS DE LA PROYECCIÓN		
	1	2	3
1. ENTRADAS			
1.1.1. Serv. de pensión completa.	7.524.000	8.985.600	10.782.720
1.1.2. Serv. de media pensión.	2.257.200	2.695.680	3.234.816
1.1.3. Serv. de alojamiento.	752.400	898.560	1.078.272
1.3.4. Serv. complementarios.	176.200	199.680	197.120
Subtotal Entradas	10.708.800	12.779.520	15.392.928
2. SALIDAS			
2.1. Inversiones			
2.1.1. Infraestructura predial	1.724.250	1.716.000	1.716.000
2.1.2. Equipamiento predial	574.750	572.000	572.000
2.2. Gastos de Operación			
2.2.1. Costos variables.	3.748.430	4.472.832	5.387.525
2.2.2. Costos fijos renovables.	815.500	811.200	811.200
2.2.3. Gastos de Adm. y Ventas.	1.070.980	1.277.952	1.539.292
2.2.4. Gastos Generales.	214.196	255.590	307.859
2.3. Otros			
2.3.1. Arriendos.	1.254.000	1.372.800	1.372.800
2.3.2. Impuestos (15%)	196.154	345.172	552.938
Subtotal Salidas	9.598.260	10.823.546	12.259.614
3. BENEFICIOS NETOS TOTALES (1-2)	1.111.540	1.955.974	3.133.314
VAN (12%)	281.967		
TIR	15,06%		





ITEM	AÑOS DE LA PROYECCIÓN		
	1	2	3
1. ENTRADAS			
1.1.1. Serv. de pensión completa.	31.600.800	42.724.281	57.763.227
1.1.2. Serv. de media pensión.	6.771.600	9.155.203	12.377.833
1.1.3. Serv. de alojamiento.	2.257.200	3.051.734	3.967.252
1.3.4. Serv. complementarios.	1.881.000	2.543.216	3.438.427
Subtotal Entradas	42.510.600	57.474.434	77.506.741
2. SALIDAS			
2.1. Inversiones			
2.1.1. Infraestructura predial	3.135.000	3.120.000	3.120.000
2.1.2. Equipamiento predial	1.045.000	1.040.000	1.040.000
2.2. Gastos de Operación			
2.2.1. Costos variables.	14.878.710	20.116.051	27.127.359
2.2.2. Costos fijos renovables.	4.077.500	4.056.000	4.056.000
2.2.3. Gastos de Adm. y Ventas.	4.251.060	5.747.443	7.750.674
2.2.4. Gastos Generales.	810.212	1.149.489	1.550.135
2.3. Otros			
2.3.1. Arriendos centro adm.	1.254.000	1.372.800	1.622.400
2.3.2. Impuestos (15%)	1.958.868	3.130.898	4.686.030
Subtotal Salidas	31.410.350	39.732.681	50.952.598
3. BENEFICIOS NETOS TOTALES (1-2)	11.100.250	17.741.753	26.554.143
VAN (12 %)	38.455.267		
TIR	288,25%		





ITEM	AÑOS DE LA PROYECCIÓN		
	1	2	6
1. SUBTOTAL ENTRADAS SIN PROYECTO	10.709.800	12.779.520	15.392.928
2. SUBTOTAL ENTRADAS CON PROYECTO	42.510.600	57.474.434	77.506.741
3. ENTRADAS TOTALES (2-1)	31.800.800	44.694.914	62.113.813
4. SUBTOTAL SALIDAS SIN PROYECTO	9.402.106	10.478.374	11.706.676
5. SUBTOTAL SALIDAS CON PROYECTO	29.451.482	36.601.783	46.266.568
6. SALIDAS TOTALES (5-4)	20.049,376	26.123.409	34.559.892
7. BENEFICIOS NETOS INCREMENTALES DEL PROYECTO (3-6)	11.751.424	18.571.505	27.553.921
8. BENEFICIOS NETOS TOTALES CON PROYECTO (2-5)	13.059.118	20.872.651	31.240.173
9. BENEFICIOS NETOS TOTALES CON PROYECTO DESPUÉS DEL IMPUESTO	11.100.250	17.741.753	26.554.143
VAN (12%)	38.455.267		
TIR	288,25%		




17. RIESGOS POTENCIALES Y FACTORES DE RIESGO DEL PROYECTO

17.1. Técnicos

Que los esfuerzos que se realizan en el proyecto por establecer estándares de calidad ajustados a la realidad socioeconómica de los establecimientos agroturísticos sean vulnerables y afectados por una reglamentación estatal desfavorable en el futuro.

17.2. Económicos

Que la oferta informal y no controlada de producción y servicios de turismo rural en el territorio nacional afecte los niveles de confiabilidad y satisfacción del cliente hacia la oferta organizada lo que produzca un cierto rechazo a este tipo de prestaciones de servicios.

17.3. Gestión

A) Que la adversidad al riesgo de los asociados les impida desarrollar un proceso lógico y acertado en la toma de decisiones tanto para con sus establecimientos agroturísticos como para con los modelos de administración, organización y gestión que serán aplicados y propuestos.

B) Que los establecimientos agroturísticos trabajen en forma independiente, perdiendo el sentido de red. Atentando contra el sentido original del proyecto.

c) Que la oferta agroturística familiar, se transforme en una oferta agroturística hotelera masiva, perdiendo el sentido de la propuesta original.

17.4. Otros

No se identifican otros riesgos..



17.5. Nivel de Riesgo y Acciones Correctivas

Riesgo Identificado	Nivel Esperado	Acciones Propuestas
Reglamentación estatal futura desfavorable al pequeño productor.	Bajo	
Que la oferta informal y no controlada de productos y servicios de turismo rural baje los niveles de confiabilidad y satisfacción del cliente, por consiguiente altere la demanda.	Medio	Estandarización y aseguramiento de la calidad en productos y servicios. Clasificación de establecimientos agroturísticos. Sello de garantía y/o calidad.
Que la aversión al riesgo de los productores impida emprender nuevas iniciativas económicas asociativas en la Organización.	Medio	Capacitación e información. Mejorar los niveles de gestión, dirección y liderazgo del Directorio de la organización. Formalización de compromisos entre los asociados y la organización. Reglamentación interna.
Que los establecimientos agroturísticos trabajen en forma independiente, perdiendo el sentido de red. Atentando contra el sentido original del proyecto.	Medio	Trabajar el sentido original de la propuesta de agroturismo. Promover el intercambio de experiencias entre las familias.
Que la oferta agroturística familiar, se transforme en una oferta agroturística hotelera masiva, perdiendo el sentido de la propuesta original.	Medio	Trabajar el sentido original de la propuesta de agroturismo.





18. ESTRATEGIA DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

El agente postulante no posee actualmente los instrumentos necesarios para la organización y realización de actividades de transferencia, salvo las actividades de difusión señaladas en el proyecto:

- 1) Día de Campo Red Agroturismo Chiloé.
- 2) Evento Inicio de Temporada Turística.



19. CAPACIDAD DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

19.1. Antecedentes y experiencia del agente postulante y agentes asociados

(Adjuntar en Anexo B el Perfil Institucional y documentación que indique la naturaleza jurídica del agente postulante)

AGROTURISMO CHILOE A.G.

La Asociación Gremial "Agroturismo Chiloé A.G.", asociación profesional de dueños y titulares de establecimientos agroturísticos de la Provincia de Chiloé promueve la racionalización, desarrollo, capacitación, educación, protección y conveniente utilización de las normas y leyes vigentes en las actividades comunes de sus asociados mediante los siguientes objetivos específicos:

1. Fomentar el desarrollo de los productos agroturísticos agrupados bajo la denominación de "Agroturismo Chiloé."
2. Definición normalizada y clasificación de los productos existentes bajo la mencionada denominación, así como la realización de estudios de investigación comercial para, en su caso, mejorar los ya existentes y/o crear nuevos productos de acuerdo con las expectativas, gustos y necesidades del cliente.
3. Controlar la calidad de los equipamientos y servicios ofrecidos por estos alojamientos y sus propietarios, a través de la colaboración en la elaboración de la normativa que se considere necesaria, y el obligado cumplimiento de ésta por parte de todos los asociados.
4. Incentivar la organización y cooperación entre los asociados y la comunidad, así como su formación y calificación personal.
5. Llevar a cabo actividades de gestión técnico-económico de los diferentes productos, con el fin de contribuir al logro de la máxima eficiencia en el ejercicio de la actividad.
6. Asegurar la promoción y publicidad, así como la comercialización y distribución de los productos agroturísticos.
7. La representación y defensa de los intereses de los asociados ante Organismos Públicos y clientes.
8. Establecer acuerdos y convenios con todo tipo de interlocutores públicos y/o privados, para conseguir los objetivos de la asociación.
9. Promover el acercamiento de la asociación con experiencias similares desarrolladas en otras regiones y países, con el objeto de lograr un a estandarización de los respectivos productos y su comercialización conjunta.

La Asociación Gremial ha completado dos años de experiencia y funcionamiento en la prestación y comercialización de servicios agroturísticos.



INSTITUTO DE DESARROLLO AGROPECUARIO INDAP

El Instituto cuenta con un programa de apoyo y fomento al turismo rural, su objetivo general está referido a generar las condiciones para transformar al agroturismo en una real alternativa de agronegocio que contribuya al desarrollo del poblador rural.

Sus objetivos específicos apuntan a diversificar los ingresos de los pequeños productores, desarrollar las capacidades de la empresa campesina para la identificación y gestión de iniciativas de agroturismo, fomentar la integración de la oferta entre las empresas campesinas, participar en el financiamiento de estudios y favorecer la creación de condiciones para canalizar la demanda hacia la oferta local.

Para el apoyo y fomento del agroturismo el Instituto de Desarrollo Agropecuario cuenta con los siguientes instrumentos de apoyo:

- Alianzas estratégicas institucionales.
- Información de mercado.
- Redes interregionales de Agroturismo.
- Financiamiento de estudios y proyectos.
- Crédito a productores individuales y a organizaciones campesinas.
- Capacitación.

Dentro de los tipos de apoyo otorgados por Indap podemos encontrar:

1. Apoyo técnico para la definición de estudios.
2. Apoyo para la puesta en marcha y constitución.
3. Apoyo para la operación.
4. Apoyo para la definición de la estrategia comercial.
5. Apoyo para capacitación.
6. Apoyo para la evaluación de los servicios.
7. Apoyo al financiamiento de estudio, gastos de organización, construcción y compra de equipamiento y gasto de operación.



19.2. Instalaciones físicas, administrativas y contables

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

La Asociación Gremial cuenta actualmente con una oficina de reservas en Ancud que se implementó a partir de Enero del presente año y sólo durante la temporada Turística en curso. Esto se logró gracias a financiamiento Fosis.

2. Capacidad de gestión administrativo-contable.

Para la ejecución del proyecto se propone el diseño e implementación de un modelo para el registro y control financiero contable, el que permanecerá operativo en la organización una vez finalizado el proyecto.



Actividades		Meses												
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
1.1	Visita a cada familia. Evaluación individual de la temporada 99-2000.	X												
1.2	Diseño implementación planilla de registro y encuestas de satisfacción clientes.	X												
1.3	Reunión taller : Evaluación grupal del trabajo desarrollado en cada familia. Diagnóstico	X												
1.4	Capacitación a los socios, n°1: Taller calidad de servicio y atención al cliente.		X											
1.5	Sistematización del perfil del diagnóstico.			X										
1.6	Capacitación a los socios, n°2: Administración y gestión agroturística.			X										
1.7	Capacitación a los socios, n°3: Técnicas de conservación y manipulación de alimentos.						X							
1.8	Día de campo, n°1 (INIA)				X									
1.9	Día de campo N°2. (CET)					X								
1.10	Reunión taller : Desarrollo							X						



	organizacional y asociatividad												
2.1	Reunión taller : Definición de alianzas estratégicas en cada comunidad.				X								
2.2	Contacto con junta de vecinos de cada comunidad.				X	X	X	X					
2.3	Capacitación n° 4 : La cultura local al servicio del desarrollo turístico.						X						
2.4	Reunión taller :estrategias culturales locales, investigación local					X							
		Meses											
Item	Actividad	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
2.5	Diseño material sobre cultura local (Guía turística)							X	X				
2.6	Diseño material promocional publicitario (catálogos)					X							
3.1	Elaboración de catastro: oferta de productos y servicios de la red de agroturismo.		X	X									
3.2	Reunión taller : Plan de trabajo de la red año 2000		X										
3.3	Formalización de la contabilidad a nivel individual y grupal.		X	X									
3.4.	Reunión taller:Objetivo del centro de gestión. Definir líneas de trabajo, recursos y estrategias.			X									
3.5	Señalización centro de gestión.			X									
3.6	Reunión taller : Evaluación								X				



	marcha general y evaluación de alternativas productivas, centro de gestión.												
3.7	Factibilidad técnico y económico para la reestructuración legal y comercial de la organización.						X	X					
3.8	Reunión taller : Relaciones públicas y comercialización turística.						X						
3.9	Capacitación N° 5: Estrategia comercial I.							X					
3.10	Capacitación n°6 : Estrategia comercial II								X				
3.11	Informe narrativo y financiero.									X			
3.12	Diseño e implementación de rutas turísticas, red agroturística							X					
Item	Actividades	meses											
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
3.13	Actualización sistema de precios de productos y servicios.										X		
3.14	Participación en ferias y eventos promocionales							X	X				
3.15	Reunión taller : Gestión y liderazgo. Toma de decisiones en la organización.								X	X			
3.16	Evento inicio de temporada								X				
3.17	Publicación y entrega de catálogos.								X				
3.18	Publicación y entrega guía								X				



	turística a las comunidades													
3.19	Evento cierre de temporada													X
3.20	Reunión taller : Evaluación de actividades. Entrega informes finales de gestión, técnico y financiero.													X



APORTES FIA

TOTALES	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2001	2001	2001
	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	
1. Recursos humanos													
1.3. Técnicos													
1.3.1. Personal para trabajo en terreno	\$1,700,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$150,000	\$100,000	\$100,000
1.4. Administrativos													
1.4.1. Secretaria	\$1,440,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000
1.4.2. Contador	\$480,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000
Subtotal 1	\$3,620,000	\$310,000	\$260,000	\$260,000									
2. Equipamiento													
2.1.- Adquisición de equipos													
2.1.1. Computador	\$450,000	\$450,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
2.1.2. Impresora	\$70,000	\$70,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
2.1.3. Modem	\$50,000	\$50,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
2.1.4. Scanner	\$120,000	\$120,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
2.1.5. Línea telefónica	\$50,000	\$50,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
2.1.6. Calentador a gas	\$74,000	\$74,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
2.1.7. Letreros	\$100,000	\$100,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Sub total 2	\$914,000	\$914,000	\$0	\$0	\$0								
3. Infraestructura													
3.1. Arriendo infraestructura	\$1,440,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000	\$120,000
subtotal 3	\$1,440,000	\$120,000	\$1,080,000	\$120,000	\$120,000								
4. movilización viáticos y etc													
4.1. Viáticos													
4.1.1.- Gestión y coordinación	\$300,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$50,000	\$50,000
4.1.2. Técnico en terreno	\$300,000	\$30,000	\$30,000	\$30,000	\$30,000	\$30,000	\$30,000	\$30,000	\$30,000	\$30,000	\$30,000	\$0	\$0
4.1.3. giras comerciales y etc	\$100,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$100,000	\$0	\$0	\$0	\$0
4.1.4. Días de campo (2)	\$75,000	\$0	\$37,500	\$0	\$37,500	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
4.1.5. Capacitaciones	\$600,000	\$0	\$0	\$100,000	\$100,000	\$100,000	\$100,000	\$200,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
4.1.6 Talleres y reuniones AG	\$480,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000
4.2. Pasajes													
4.2.1. Gestión y coordinación	\$480,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000	\$40,000
4.2.2. Capacitaciones	\$450,000	\$0	\$0	\$75,000	\$75,000	\$75,000	\$75,000	\$150,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
4.2.3. día de campo	\$100,000	\$0	\$50,000	\$0	\$50,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$100,000	\$0	\$150,000
4.2.4. Inicio y cierre	\$250,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
4.2.5.- Giras comerciales ferias	\$100,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$100,000	\$0	\$0	\$0	\$0
Sub Total 4	\$3,235,000	\$130,000	\$217,500	\$305,000	\$392,500	\$305,000	\$305,000	\$480,000	\$330,000	\$230,000	\$130,000	\$130,000	\$280,000
											\$2,695,000		\$540,000



5. Materiales e insumos														
5.1. Material promocional y publi														
5.1.1. Folletos o fasciculos cultura	\$1,500,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	#####	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
5.1.2. Catalogos	\$1,000,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	#####		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
5.1.4. Grabadoras	\$81,000	\$81,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal 5	\$2,581,000	\$81,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	#####	#####	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
6. Servicios de terceros														
6.1. Diseño														
6.1.1. Diseño Grafico	\$600,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$600,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
6.1.2. Fotografia	\$250,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$250,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal 6	\$850,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$850,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
7. Difusión														
7.1. Eventos														
7.1.1. Evento de inicio y cierre	\$200,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$100,000	\$0	\$0	\$100,000	\$0
Subtotal 7	\$200,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$100,000	\$0	\$0	\$100,000	\$100,000
8. Gastos generales														
8.1. Servicios básicos														
8.1.1. Telefono	\$336,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000	\$28,000
8.1.3. Electricidad	\$48,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000
8.1.4. Agua potable	\$42,000	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500
8.1.5. Gas	\$108,800	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600	\$9,600
8.1.6. Servicio de Aseo y Limpieza	\$120,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000	\$10,000
8.1.7 Material de aseo	\$24,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000	\$2,000
8.2 Fotocopias														
8.2.1. Fotocopias	\$55,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$0
8.3. Materiales de oficina														
8.3.1. Materiales de oficina	\$50,000	\$3,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$5,000	\$0	\$0	\$0
8.3.2. Tinta impresora	\$90,000	\$18,000	\$0	\$0	\$18,000	\$0	\$18,000	\$0	\$18,000	\$0	\$0	\$18,000	\$0	\$0
8.3.3. Casetes, pilas, etc	\$90,000	\$30,000	\$0	\$30,000	\$0	\$30,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal 8	\$963,800	\$115,100	\$67,100	\$97,100	\$85,100	\$97,100	\$85,100	\$67,100	\$85,100	\$67,100	\$67,100	\$76,900	\$53,900	\$197,900
Totales Aporte FIA														
	\$13,803,800	\$1,670,100	\$714,600	\$832,100	\$907,600	#####	#####	#####	\$845,100	\$827,100	\$627,100	\$586,900	\$813,900	





ANEXO A

ANTECEDENTES DEL EQUIPO DE COORDINACIÓN Y EQUIPO TÉCNICO DEL PROYECTO



CURRICULUM VITAE

1. ANTECEDENTES PERSONALES

Nombre : Miguel Angel Millar Silva.
Fecha de Nacimiento : 30 de Abril de 1970.
Lugar de Nacimiento : Valdivia.
Estado Civil : Soltero.
Dirección Particular : Las Quilas N°161, Villa las Araucarias Ancud.
R.U.T :
Nacionalidad : Chileno.

2. ANTECEDENTES ACADEMICOS

Educación Básica : Escuela Básica N°40 Teniente Hernan Merino Correa Valdivia.

Educación Media : Liceo de Hombres N°6 Valdivia.

Estudios Superiores : Pedagogía en Castellano, Escuela de Educación Media, Universidad Austral de Chile Valdivia.

: Escuela de Periodismo, Universidad Austral de Chile Valdivia.

: Ayudante de Microeconomía y Macroeconomía, Escuela de Periodismo Universidad Austral de Chile.

3. ANTECEDENTES LABORALES

1991 : Reporte y Redacción de Informes en Secciones Crónica y Deportes, El Diario Austral de Valdivia, Valdivia.

1992 : Producción Radial en Autodiagnostico Comunitario en la Comuna de Puqueldón, Obispado de Ancud en Convenio con Secretaría Regional de Planificación y Coordinación X Región, Puqueldón.

: Reporte y Redacción de Informes, Departamento Prensa, Radio Estrella del Mar de Ancud, Ancud.

1993 : Producción Radial Proyecto Fortalecimiento de la Identidad Cultural de las Comunidades Rurales de Chiloé Servicio de Comunicaciones del Obispado de Ancud, Ancud.



- 1994 : Encargado de Prensa, Muestra de Cine al Aire Libre de Ancud, Agrupación Cultural Amigos del Cine de Ancud, Ancud.
- : Animación Grupal en Talleres de Comunicación Social, Programa Local de Desarrollo Juvenil, Municipalidad de Ancud en Convenio con Instituto Nacional de la Juventud, Ancud.
- 1994 - 1997 : Jefe de Prensa Radio Estrella del Mar de Ancud.
- Desde 1995 : Capacitación de Comunicadores Populares en Servicio de Comunicaciones de Radio Estrella del Mar.
- 1996 : Capacitación de Profesores en Proyecto de Mejoramiento de la Equidad y Calidad de la Enseñanza, Microcentro Chadmo Central, Comuna de Quellón.
- : Profesor a Cargo de la Asignatura "Legislación de Empresas Periodísticas" en Centro Tecnológico de Castro de la Universidad de Los Lagos.
- 1999 a la fecha : Director de la Fundación de la Radio Estrella del Mar.



CURRICULUM VITAE

1. ANTECEDENTES PERSONALES

Nombre : María Angélica Rosas Vieille.
Fecha de Nacimiento : 24 de diciembre de 1957.
Lugar de Nacimiento : Ancud.
Estado Civil : Casada.
Dirección Particular : Las Quilas N°161, Villa Las Araucarias Ancud.
R.U.T :
Nacionalidad : Chilena.

2. ANTECEDENTES ACADÉMICOS

Educación Básica : Colegio Inmaculada Concepción de Ancud.
Educación Media : Liceo de Hombres de Ancud, Ancud.
Estudios Superiores : Pedagogía en Francés, Universidad Católica de Valparaíso.

3. ANTECEDENTES LABORALES

1982 - 1990 : Profesora de Francés, Seminario Conciliar de Ancud.
1985 - 1988 : Trabajo de Educación Popular con Comunidades Campesinas, CIDE - Obispado de Ancud.
1986 : Elaboración del Manual Pedagógico para Enseñanza Básica, Proyecto Cuadernos de la Historia, Obispado de Ancud.
1989 - 1997 : Coordinadora del Servicio de Comunicaciones, Obispado de Ancud, Ancud.
1991 - 1992 : Capacitación Radial, Gráfica, de Educación Popular y Animación Comunitaria en distintas Comunidades de la Provincia de Chiloé, Ancud.
1999 : Nombrada subdirectora de la Radio Estrella del Mar de Castro.



4. OTRAS ACTIVIDADES REALIZADAS

- 1986 : Taller de Sentido Crítico de Televisión, CENECA Ancud.
- 1897 - 1989 : Curso de Capacitación a Distancia para Productores Radiales, UNDA-AL, Quito Ecuador.
- 1989 : Taller de Educación Popular, CIDE Santiago.
- 1991 : Taller de Mujeres CIDE Santiago.
- 1992 : Curso de Elaboración y Evaluación de Proyectos FOSIS Castro.
- 1992 - 1994 : Coordinación del Taller de Formación de Monitores Juveniles en Comunicación Social, Instituto Nacional de la Juventud, Ancud, Castro, Coyhaique y Río Bueno.
- 1992 : Coordinación del Taller de Educación Participativa para Profesores, Programa de Opción a Mención en Religión, Pontificia Universidad Católica de CHILE, Castro y Quellón.
- : Coordinación de Talleres de Comunicación Participativa para Estudiantes de Periodismo, Escuela de Periodismo, Universidad Austral de Chile, Valdivia.
- : Elaboración del Guión para el Vídeo de Radio Estrella del Mar del Obispado de Ancud.
- 1993 - 1994 : Taller de Elaboración de Materiales Educativos, CIDE Santiago.
- 1994 : Monitor del Proyecto de Jóvenes para los Establecimientos de Educación Media de la Provincia de Ancud.
- : Elaboración del Guión para el Vídeo de Testimonios de Mujeres de Chiloé, "Una Minga para la Esperanza", la Pastoral Rural Obrera.



- 1995 : Capacitación en Producción Radiofónica a Profesores de diversos Establecimientos Educativos de la Provincia correspondiente al Proyecto MESE y PME del Ministerio de Educación.
- 1996 : Participa como Expositora en el “Encuentro Latinoamericano de Experiencias Educativas en el Mundo Rural” organizado por el Ministerio de Educación de México y UNICEF, Ciudad de México, México.
- 1997 : Coordinación del Departamento de Educación de la Fundación con Todos del Obispado de Ancud.
- 1994 - 1995 : Elaboración y Publicación de un Libro con Testimonios de la Comunidad de Aucar Comuna de Quemchi, Servicio de Comunicaciones del Obispado de Ancud.
- 1996 : Elaboración y Publicación de la Guía Turística de la Isla de Lemuy, Proceso desarrollado con Profesores de la Escuela de Puqueldón.
- 1994 - 1995 : Curso de Capacitación a Distancia, para Productores Radiales, UNDA-AL, Quito Ecuador.
- 1995 : Festival Latinoamericano y del Caribe de Comunicadores Radiales, Organizado por Centro de Investigación y Educación de Comunicación para América Latina. Ciespal, Quito Ecuador.
- 1995 : Encuentro Latinoamericano de Comunicadores Populares, Organizado por el Consejo mundial de Iglesias de Ginebra, Asunción Paraguay.
- 1997 : Curso de “Valoración del Patrimonio Arquitectónico de Chiloé, Universidad de CHILE, Fundación Amigos de Iglesias de Chiloé, Obispado de Ancud, Puqueldón, Lemuy.
- 1997 : Coordinación y Participación Primer Taller de Documentales en Cine, VII muestra de Cine Chileno al Aire Libre, Ancud, Chiloé.
- 1996 : Elaboración y Publicación del Libro “Mil Voces y un Pueblo” serie de Memorias del Archipiélago.



- 1999 : Elaboración y Publicación del Libro Ancud, "Mil Voces y un Pueblo", serie Memorias del Archipiélago.
- 1998 - 2000 : Coordinación Elaboración Primer Fáciculo "Enciclopedia Cultural de Chiloé, Chonchi, Ancud, Lemuy, Chiloé"



Domicilio:
Francisco Vivar 1309.
Puerto Montt

Tels.: +65 255620, 09 7119309
Correo electrónico: jvargas@smt.p.uach.cl



Jaime David VARGAS Carvajal

Antecedentes	Edad: 34 años Lugar y fecha de nacimiento: Puerto Montt, Chile, diciembre 4 de 1965 Previsión: AFP Habitat Licencia de conducir: Clase B Residencia: Estocolmo 0122, Villa Europa, Valdivia. Tel.: 63 224042
Estudios	<i>Ingeniería Forestal (egresado)</i> , U. Austral de Chile (Valdivia). 1990-1999 <i>Enseñanza Media</i> . Liceo Manuel Montt (Puerto Montt). 1980-1983
Idiomas	<i>Inglés</i> , lectura, habla y escritura
Computación	<i>MS Office</i> (Word, Excel, Power Point, Access) <i>Netscape Communicator, Formula Graphics, Iviewpro, Imagemap, Photoshop</i>
Otros Estudios	Taller de Habilitación Docente: <i>Uso de Herramientas Multimediales y de Telecomunicaciones para el Apoyo de la Docencia en el Nivel Superior</i> . Univ. Austral de Chile, Valdivia, Mar. 05-07, 1997. Curso Taller: <i>Elaboración de Perfiles y Competencias Profesionales para la Educación Técnico Profesional Forestal</i> . Univ. de Concepción, Concepción, Enc. 08-12, 1996.
Reuniones	<i>Seminario X Región. La Modernización del Sector Silvoagropecuario: Requerimientos a la Educación Media Agrícola y Forestal</i> . Secretaría Regional Ministerial de Educación. Puerto Montt, Nov. 30 – Dic. 01, 1998. (Sin certificación) <i>Seminario Enfoques para el Desarrollo Rural</i> . Proyecto UNIR, UACH-CET, Valdivia, Nov. 28, 1998. <i>Terceras Jornadas Internacionales "El trabajo en el Sector Forestal"</i> . Asociación Chilena de Seguridad, Concepción, Nov. 14-15, 1997 <i>I International Forestry Students Meeting</i> . U. de São Paulo, Piracicaba/Capão Bonito (Brasil), Jul. 8-18, 1992.
Experiencia laboral	Responsable. <i>Reestructuración de la página WEB de la Facultad de Ciencias Forestales</i> . Univ. Austral de Chile. Prof. M.Sc. Andrés Iroumé A. (UACH, Fac. de Cs. Forestales). Jun. 1998 a la fecha. Diseñador y Administrador de la <i>Segunda Página WEB de la Corporación Nacional de Estudiantes de Ciencias Forestales</i> , Valdivia, Abr. 1998 a la fecha. Diseñador. <i>Presentaciones computacionales</i> . Univ. Austral de Chile , Fac. Cs. Forestales: Prof. Dr. Hernán Peredo L.; Prof. Ing. For. Angélica Aguilar V.; Prof. M.Sc. Dolly Lanfranco L.; Prof. Dr. Moisés Osorio O.; Instr. Ing. For. Aldo Roller; Sr. Luis Insuiza D.; Sr. Marco Torres U.; Univ. de Concepción : Prof. Dr. Jaime Millán H. (Fac. Cs. Forestales); Prof. M.Sc. Marilú Riosco G. (Fac. Educ. Hum. y Artes); Liceo Industrial de Valdivia . Prof. Eulogio Silva S., Abr. 1996 a la fecha. Colaborador. <i>Jornada Taller: Análisis del contexto para el nuevo Plan de Estudios de Ingeniería Agraria</i> . UACH, Fac. de Cs. Agrarias. Valdivia, Isla Huapi, Sep. 24, 1999. Prof. Dr. Hernán Peredo L. (UACH, Fac. Cs. Forestales).



Experiencia docente

Alumno Ayudante. *Trabajo de Titulación I (IFOR 297)*. Univ. Austral de Chile. Valdivia, 2000.

Alumno Ayudante. *Métodos de Investigación y Comunicación. (SILV 141)*. Univ. Austral de Chile. Valdivia, 1999-2000

Alumno Ayudante. *Método y Escritura Científica. (IFOR 102)*. Univ. Austral de Chile. Valdivia, 1994-1998.

Alumno Ayudante Logístico. *Práctica Integrada I (IFOR 101)*. Univ. Austral de Chile. Valdivia, 1997-1998.

Alumno Ayudante. *Práctica de Dendrología (IFOR 004)*. Univ. Austral de Chile, Valdivia, 1993.

Experiencia en investigación

Bosque Modelo Chiloé. Estudiante Capacitador Forestal. *Escuela de Educación Ambiental para Comunicadores Populares en las Comunidades de Chonchi y Chanquín, de la Comuna de Chonchi*. Sr. Miguel Millar (Radio Estrella del Mar, Ancud); Enc. 1999 a la fecha.

FONDECYT. Alumno Ayudante. *Análisis Ocupacional de las Carreras de Ingeniería y Tecnología Forestal, base para un modelo de formulación de perfiles e identificación de competencias profesionales en el campo de la Ingeniería*. Prof. Dr. Jaime Millán H. (UdeC, Fac. Cs. For.); Mar. 1995 -Dic. 1997.

Dirección de Pregrado UACH. Alumno Ayudante. *Formación Profesional Universitaria integrada al entorno Laboral. Caso: Ingeniero Forestal*. Prof. Dr. Hernán Peredo L. (UACH, Fac. Cs. For.); Mar. 1995 – May. 1997.

Fundación Kellog. Alumno Ayudante. *Proyecto UNIR. Una nueva iniciativa para el desarrollo rural*. Prof. M.A. Carlos Amtmann M. (UACH, Fac. Fil. Hum.), Módulo Evaluación, Prof. Dr. Hernán Peredo L. (UACH, Fac. Cs. For.); 1995 -1996.

Experiencia en extensión

Discursante. *Una consideración humana en el ámbito técnico de la formación forestal*. VIII Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado. C.EE. IFor-UCH, Santiago, Sep. 01, 1995.

Panlista. *Formación y requerimientos de Profesionales Forestales para la Sociedad del Futuro*. VII Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado. C.AA. IFor-UM, Santiago, Ago. 09, 1994.

Discursante de Clausura. *VI Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado*. C.AA. IFor-UdeC, Chillán, Oct. 23, 1993.

Panlista: *Contribución del Sector Forestal a la Erradicación de la Pobreza Rural*. Ciclo de Foros y Charlas 20º Aniversario Esc. Tecnología Forestal - UCM. Talca, Oct. 05, 1993.

Discursante de Clausura. *V Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado*. C.AA. IFor-UACH, Valdivia, Oct. 10, 1992.

Además, ha sido juez evaluador y seleccionador de trabajos presentados en VIII, IX, XI y XII Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado (1995-1999)

Actividades administrativas

Secretario CONECIF del Centro de Alumnos de Ingeniería Forestal UACH y Miembro Subdirector de la Corporación Nacional de Estudiantes de Ciencias Forestales por la Comisión Universitaria UACH. Jul. 15, 1997 – Ago. 09, 1999.

Director Ejecutivo de la Corporación Nacional de Estudiantes de Ciencias Forestales. Oct. 15, 1994 - Abril 27, 1996.

Secretario General de la Corporación Nacional de Estudiantes de Ciencias Forestales. Sep. 06, 1992 - Oct. 15, 1994.

Vicepresidente del Centro de Alumnos de Ingeniería Forestal UACH, Oct. 22, 1992 - Oct. 08, 1993.

Presidente Comisión Organizadora V Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado. C.AA. IFor-UACH, Valdivia, Oct. 10, 1991 - Oct. 10, 1992.



**Publicaciones
auspiciadas por
instituciones**

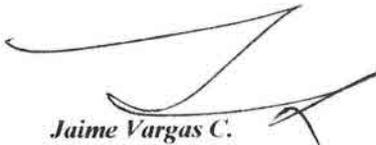
- Peredo, H.; **J. Vargas**. 1999. *Informe Jornada Taller: Análisis del contexto para el nuevo Plan de Estudios de la carrera de Ingeniería Agraria*. Valdivia, UACH, Fac. de Cs. Agrarias. 20 p.
- Vargas C., J.** 1999. *Apuntes de Escritura Científica. 4ª ed.* Valdivia, Esc. de Ing. Forestal UACH. 37 p.
- Peredo, H.; D. Lanfranco; S. Ido; I. Vives; C. Ruiz; P. Jofré; **J. Vargas**. 1998. *Encuesta técnica a empresas productoras y exportadoras de la VIII y X Regiones. Informe de Avance*. Valdivia, Fac. de Cs. Forestales. 21 p.
- Vargas C., J.** 1994. *V Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado, Un informe de Organización*. Valdivia, C.AA. IFor-UACH. 15 p.

**Publicaciones en
reuniones**

- Vargas C., J.** 1996. *Corporación Nacional de Estudiantes de Ciencias Forestales*. Afiche científico en IX Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado. Temuco, Ago. 14-16, 1994.
- Vargas C., J.** 1994. *La Educación Superior en Chile, una visión retrospectiva, las características de la Enseñanza Forestal y sus requerimientos en el futuro*. In: *Actas de las VII Jornadas Forestales de Estudiantes de Pregrado*. Santiago, Ago. 7-10, 1994. 23 p.

**Premios y
distinciones**

- Premio "Antonio Varas"* del Liceo Manuel Montt, entregado al egresado con el más alto promedio de notas de la promoción. Puerto Montt, Dic. 05, 1983.


Jaime Vargas C.
Marzo del 2000



CURRICULUM VITAE

Datos Personales

Nombre Anette Henkel
Fecha de nacimiento 12 de mayo 1964 en Frankfurt/Main
Nacionalidad alemana
Estado civil soltera
Dirección Hügelstr. 4, 61440 Oberursel/Ts. - Alemania
Carlos Berenguer 24, Ancud - Chile

Formación básica y académica

1970 - 74 Escuela básica Weisskirchen, Alemania
1974 - 83 Colegio Oberursel, Oberursel, Alemania
1983 Bachillerato
1983 - 91 Universidad Johann Wolfgang Goethe en Frankfurt/Main
1991 Examen de título en licenciatura de Economía política;
especialidad Economía del Medio Ambiente

Experiencias laborales

Durante tiempo de la universidad Como secretaria y procesador de datos en el Banco Alemán S.A., Shell Químicos Alemania Ltda., Lurgi S.A. (empresa metalúrgica) todos Alemania
1991 - 92 Depto. venta en Shell Químicos Ltda., Eschborn/Alemania (rubro químicos)
1993 - 97 Depto. venta en Kugar Ltda., Santiago (rubro frutas/verduras)
1997 - hasta la fecha Contrato con el Servicio Aleman de Cooperacion Social Técnica (DED) y Fundacion Con Todos, Ancud para el proyecto: "Comercialización de productos tradicionales de Chiloé"

Idiomas

Español fluido
Ingles fluido
Frances conocimientos básicos

Ancud, 17 de abril 2000

Anette Henkel



CURRICULUM VITAE

ANTECEDENTES PERSONALES

Nombre : Laura Soledad Llauca Colivoro.
R.U.T :
Domicilio : San Vicente de Paul S/N, Ancud.
Fecha de Nacimiento : Quellón, 07 de diciembre de 1979.
Estado Civil : Soltera.
Nacionalidad : Chilena.

ANTECEDENTES ACADÉMICOS

1994 : Egresada de Enseñanza Básica de la Escuela Subteniente Luis Cruz Martínez de Ancud.
1999 : Egresada de Enseñanza Media del Liceo Comercial "El Pilar" de Ancud, con la Especialidad de Técnico Operador en Sistemas Computacionales.

ANTECEDENTES LABORALES

Enero - a la fecha : Realiza Práctica Profesional en la Fundación Radio Estrella del Mar de Ancud, en el Departamento de Publicidad.

REFERENCIA

- : Hermana Mirta Carcamo, Directora del Liceo Comercial "El Pilar" de Ancud, Aníbal Pinto N°550, Fono: 62 - 3958, Ancud.
- : Señor Carlos Gómez Espinosa, Profesor Jefe en el periodo escolar en el Liceo Comercial "El Pilar" de Ancud, Aníbal Pinto N°550, Fono: 62 - 3958, Ancud.
- : Señorita Mirna Vargas, encargada del departamento de Publicidad, de la Fundación Radio Estrella del Mar de Ancud.





ANEXO B

ANTECEDENTES DEL AGENTE POSTULANTE Y CARTAS COMPROMISO



DIRECCION REGIONAL INDAP Xa R
DIRECCION REGIONAL
EME/APR/RSG/rsg



ORD. N° **279**
ANT.:
MAT.: Proyecto Asoc. G.
Agroturismo Chiloé A.G.

PUERTO MONTT, **10 ABR 2000**

DE: DIRECTOR REGIONAL INDAP Xa REGION

A: SRA. MARIA LUISA MALDONADO S.
PRESIDENTA A.G. AGROTURISMO CHILOE A.G.

De mi consideración:

En relación al proyecto " Consolidación Asociativa y Comercial de la Red Agroturística de Chiloé", a presentarse en el Concurso de Proyectos de Innovación en Gestión Agraria del FIA, y luego de establecer la importancia de este proyecto al desarrollo de la Asociación Gremial Agroturismo Chiloé A.G., hemos aceptado la invitación a trabajar conjuntamente, implicando nuestra participación en todas las instancias estratégicas y operativas para el desarrollo del proyecto. En relación a lo anterior y luego de considerar los nuevos montos propuestos, ha sido posible comprometer los siguientes recursos para el funcionamiento del proyecto.

Recursos Humanos

Sr. Ricardo Albergo Salinas Guerrero
Profesional Unidad técnico Empresarial
INDAP X Región

10 % Tiempo dedicado
\$ 600.000.-
\$ 5.456.450.-
\$ 6.056.450.-

Aporte efectivo
Total

Sin otro particular y deseando éxito a esta iniciativa se despide atentamente.

EDUARDO MEERSOHN ERNST
Médico Veterinario
DIRECTOR INDAP (S) Xa REGION



John

FUNDACION PARA LA INNOVACION ARGENTINA
UNIDAD
INNOVACION
TECNOLOGICA
AREA PROYECTO
FIA
BUENOS AIRES