



CÓDIGO
(uso interno)

PROYECTOS DE INNOVACIÓN

CONVOCATORIA REGIONAL 2017

“Innovando en rubros priorizados de la Región de La Araucanía”

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

Diseño e implementación de un modelo de comercialización con enfoque de cadena de valor tipo “Supply chain” para producción primaria y agro-elaborados de la micro y pequeña agricultura de La Araucanía, articulado en circuito de cadena corta con distribuidores mayoristas y minoristas, con enfoque de responsabilidad social y alta integración vertical.

2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUE SE ENMARCA

Ver identificación sector y subsector **Anexo 8**.

Sector	Agrícola
Subsector	Hortalizas
Especie (si aplica)	No aplica

3. FECHAS DE INICIO Y TÉRMINO

Inicio	01 mayo 2018
Término	30 abril 2020
Duración (meses)	24 meses

4. LUGAR EN QUE SE LLEVARÁ A CABO

Región	Novena
Provincia(s)	Cautín
Comuna (s)	Temuco.

5. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Los valores del cuadro deben corresponder a los valores indicados en el Excel “**Memoria de cálculo Proyectos de innovación, La Araucanía 2017**”.

Aporte		Monto (\$)	Porcentaje
FIA			
CONTRAPARTE ¹	Pecuniario		
	No pecuniario		

¹ Mínimo 20% del costo total, compuesto por aportes pecuniario (mínimo 5% del aporte de la contraparte) y no pecuniario.

	Subtotal	69.088.000	49.7
TOTAL (FIA + CONTRAPARTE)		139.079.960	100
SECCIÓN II: COMPROMISO DE EJECUCIÓN DE PARTICIPANTES			
La entidad postulante y asociados manifiestan su compromiso con la ejecución de la propuesta y a entregar los aportes comprometidos en las condiciones establecidas en este documento.			
6. ENTIDAD POSTULANTE			
Nombre o Representante Legal:	TOKOSOVA HYDROVALV SPA		
RUT:			
Aporte total en pesos:			
Aporte pecuniario:			
Aporte no pecuniario:			
7. ASOCIADO(S)			
Nombre Representante Legal:	José Blas Naín Perez		
RUT:			
Aporte total en pesos:			
Aporte pecuniario:			
Aporte no pecuniario:			
Firma			

7.1 ASOCIADO(S)	
Nombre Representante Legal:	María Sonia Neira Molinet
RUT:	
Aporte total en pesos:	
Aporte pecuniario:	
Aporte no pecuniario:	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p>Firma</p>	
7.2 ASOCIADO(S)	
Nombre Representante Legal:	Militza Paulette Luchsinger Affeld
RUT:	
Aporte total en pesos:	
Aporte pecuniario:	
Aporte no pecuniario:	
7.3 ASOCIADO(S)	
Nombre Representante Legal:	María Clementina Rapiman Ancavil

RUT:	
Aporte total en pesos:	
Aporte pecuniario:	
Aporte no pecuniario:	
SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DEL POSTULANTE O LA ENTIDAD POSTULANTE, ASOCIADO(S) Y COORDINADOR DE LA PROPUESTA	
8. IDENTIFICACIÓN DE LA ENTIDAD POSTULANTE	
Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Adicionalmente, se debe adjuntar como anexos los siguientes documentos:	
<ul style="list-style-type: none"> - Certificado de vigencia de la entidad postulante en Anexo 1. - Certificado de iniciación de actividades en Anexo 2. 	
8.1. Antecedentes generales de la entidad postulante	
Nombre: TOKOSOVA HYDROVALV SpA	
Giro/Actividad: CONSULTORIA Y ASESORIA	
RUT:	
Tipo de entidad, organización, empresa o productor (mediano o pequeño): EMPRESA	
Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF) (si corresponde): 0	
Usuario INDAP (sí/no): NO	
Identificación cuenta bancaria:	
Banco	Tipo de cuenta
N° de Cuenta:	
Dirección para recepción de documentos (calle, número, comuna, ciudad y región):	
Teléfono:	



Celular:
Correo electrónico:
8.2. Representante legal de la entidad postulante
Nombre completo: PABLO TOKOS LARRAIN
Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad: GERENTE GENERAL
RUT:
Nacionalidad: CHILENO
Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Profesión: EMPRESARIO
Género (Masculino o Femenino): MASCULINO
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): No
8.3. Realice una breve reseña de la entidad postulante
Indicar brevemente la actividad de la entidad postulante.
(Máximo 1000 caracteres, espacios incluidos)
Somos una empresa de Ingeniería, consultoría y asesoría que trabajamos en el desarrollo integral de proyectos de fomento con énfasis comercial en la Araucanía.
Estamos verticalmente constituidos para desarrollar, gestionar, ejecutar y comercializar proyectos relacionados con comunidades, otorgando asesoría para que las ideas se transformen en proyectos concretos, generando una visión de conjunto y acompañándolos durante todo el proceso.
Hemos trabajado por más de un año, conjuntamente con 18 municipios de la Araucanía Costa y Cordillera y sus equipos de área de fomento: UDEL PRODESAL y PDTI, para coordinadamente buscar y desarrollar proyectos sustentables.
Durante este periodo, hemos recorrido miles de kilómetros, nos hemos juntado con representantes de más de 1700 familias y entendemos desde el terreno la realidad que se vive en la Araucanía y la necesidad de partir desde las comunas las políticas de desarrollo, dada la identidad de cada comuna y pueblos originarios.
Nuestra empresa entiende la capacitación como un eje fundamental de la sustentabilidad, en este sentido actualmente trabajamos directamente con comunidades capacitándolas desde la gestión de la idea, la evaluación del proyecto y la factibilidad legal, técnica y finalmente el acompañamiento comercial.
Nuestra área de Ingeniería, actualmente cuenta con más de 400 hectáreas catastradas con derechos de agua, 17 proyectos de la zona de rezago costa Araucanía, actualmente en concurso y 48 proyectos adicionales en carpeta.



Esperamos llegar a fin de año con 1.000 hectáreas entre proyectos individuales y asociativos, lo cual es un semillero para descubrir emprendedores con capacidad productiva instalada.

Contamos con una red articulada con Prochile, INDAP, CNR, CORFO, SERCOTEC, entre otros, que nos permite dar sustentabilidad y continuidad a los proyectos de nuestra empresa, brindando soporte y know how a los pequeños agricultores, en sus distintas etapas de avance.

Contamos con relaciones con entidades de la Comunidad Europea, en particular la República Checa, con el objetivo realizar transferencia tecnológica en temas que los Checos lideran por ejemplo el reciclaje y energía fotovoltaica.

Hoy tenemos alianzas comerciales con las principales cadenas de retail que nos permite dar vitrina a productos y servicios de los emprendimientos de la Araucanía.

El objetivo central es conectar la oferta con la demanda, asegurando que la producción este comercializada antes de la cosecha, conectamos con las necesidades del mercado, anticipándonos incluso a estas.

La vasta experiencia del equipo ejecutor, en el rubro de retail, en el manejo de las distintos canales de venta y específicamente en el canal de supermercados, el cual requiere de alto nivel de expertise en el manejo del sistema de reposición B2B, además de análisis de composición de la oferta por canal, chequeo en terreno de cada punto de venta y en general de un manejo al detalle de cada producto, sala, ciudad, cliente, para garantizar el éxito en ventas.

8.4. Indique la vinculación de la entidad postulante con la propuesta

Describa brevemente la vinculación de la entidad postulante con la temática de la propuesta y sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir la propuesta

(Máximo 1000 caracteres, espacios incluidos)

Somos una empresa de ingeniería y consultoría verticalmente constituida para trabajar con las comunidades desde la concepción de la idea de emprendimiento, la evaluación del proyecto y su ejecución. Hemos construido una relación de apoyo y confianza con los Alcaldes de las Municipalidades y sus respectivas jefaturas de las áreas de fomento, proceso necesario para llegar a las comunidades.

Nuestro equipo, cuenta con profesionales de vasta experiencia y trayectoria, en áreas comerciales, marketing, innovación y agronomía. El pilar fundamental es el conocimiento a cabalidad del mercado del retail, en donde nuestro gerente general posee vasta experiencia, junto con el equipo administrativo, para asegurar la correcta rotación, reposición y calidad de servicio a través del manejo en detalle del sistema B2B de cada canal de venta. Esto último es crucial para asegurar la venta en cada canal.

Nuestro equipo ha sido un pilar fundamental para el diseño del plan de trabajo que nuestra empresa viene desarrollando en la zona y que tiene como objetivo generar una alianza público/privada, para acortar la brecha de la desigualdad en la zona de rezago costa Araucanía. Su participación en este proyecto, nos permite poner a disposición de esta Consultoría un equipo de excelencia.

8.5. Cofinanciamiento de FIA u otras agencias

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

SI		NO	x
----	--	----	---

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

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

9. IDENTIFICACIÓN DEL(OS) ASOCIADO(S)
Si corresponde, complete los datos solicitados de cada uno de los asociados de la propuesta.
9.1. Antecedentes del Asociado 1
Nombre: Cooperativa Agrícola Campesina We Mogen
Giro/Actividad: Fabricación de artículos de otras industrias n.c.p.
RUT:
Tipo de entidad, organización, empresa o productor (mediano o pequeño): Pequeño
Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF) (si corresponde): 500.000
Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
9.2. Representante legal del asociado 1
Nombre completo: José Blas Naín Perez
Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad: Presidente
RUT:
Nacionalidad: chilena
Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Profesión: Agricultor
Género (Masculino o Femenino): Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): Mapuche
9.3. Realice una breve reseña del asociado 1
Indicar brevemente la actividad del asociado

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)

Cooperativa creada el 5 de octubre de 2012 que cuenta con 11 Socios pertenecientes a la comuna de Galvarino y Nueva Imperial. Los socios de la Cooperativa We Mogen, son todos productores agrícolas mapuches con predios adquiridos Conadi que, aunque en promedio cuentan con unas 15 Has productivas.

Los socios de la cooperativa, han puesto su mirada en el procesamiento y comercialización de café de cebada, una actividad ancestral y multicultural, con tradición campesina con la incorporación de sabores y aromas del bosque nativo, lo que les permite proyectarse en la incorporación de valor agregado y en la comercialización directa e incluso en la exportación. Con mucho esfuerzo han desarrollado una producción propia y creciente de materia prima.

Su tesón, les ha permitido a la fecha alcanzar hitos, como por ejemplo construir una planta de procesos con terminaciones sanitarias, obtención de resolución sanitaria, creación de marca propia “Kawella” un café de cebada con identidad mapuche, el que actualmente se comercializa activamente en tiendas gourmet y tostaderías de Temuco, Pucón y Valdivia, asistencia a importantes ferias como Expo Mundo Rural y Food&Service en 2017, creación de página web y Facebook informativos, con lo que han acercado el producto al consumidor final y la incorporación de código de barra y QR al producto final.

9.4. Indique la vinculación del asociado con la propuesta

Describa brevemente la vinculación del asociado con la temática de la propuesta y sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir la propuesta

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)

Cooperativa we mogen, empresa que recientemente ha generado un producto “**Café de cebada mapuche, Kawella**” de alto impacto comercial a través de la implementación de un proyecto PAM CORFO encontrándose en etapa de cierre final por lo que requiere de un sistema de acompañamiento que le permita asegurar ingreso y permanencia en los mercados que de manera sola no podría lograr, pues no cuenta con las competencias ni recursos para su realización corriendo el riesgo de perder inversión y negocio.

9.5. Antecedentes del Asociado 2

Nombre: María Sonia Neira Molinet

Giro/Actividad: Empresaria

RUT:

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

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

Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):

Teléfono:

Celular:
Correo electrónico:
9.6. Representante legal del asociado 2
Nombre completo: María Sonia Neira Molinet
Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad: Productor
RUT:
Nacionalidad: chilena
Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Profesión: Empresaria
Género (Masculino o Femenino): Femenino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): no
9.7. Realice una breve reseña del asociado 2
Indicar brevemente la actividad del asociado
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)
<p>María Sonia Neira es una empresa familiar, la cual se ubica en Trovolhue comuna de Carahue, Región de La Araucanía. María Sonia ha dedicado más de 18 años de su vida al procesamiento y comercialización de avellana chilena y subproductos que se puedan obtener de ella, rescatando así el valor patrimonial de este fruto.</p> <p>La empresa familiar ha trabajado en el desarrollo de productos a partir de avellana chilena como son avellana tostada, avellana semi tostada, harina de avellana, aceite de avellana y chocolates con avellanas. En 2016 gracias a FIA, se adjudica un IMA, que le permite cambiar la imagen de sus productos, mejorar la publicidad y hacer un refresh de su marca, obteniendo buenos resultados. Hoy en día la empresa posee una capacidad de producción de 50 ton/ año, avellana pelada y semitostada, teniendo como proveedores de materia prima a 300 recolectores de la zona.</p> <p>Sus productos actualmente se venden en la sala de venta propia ubicada en Trovolhue, también vende a otras tostaderías, teniendo conversaciones en miras de la exportación. La empresa ha participado en ferias comunales de Carahue, Villarrica y ferias organizadas por Sercotec en Temuco</p>
9.8. Indique la vinculación del asociado con la propuesta
<p>Describa brevemente la vinculación del asociado con la temática de la propuesta y sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir la propuesta</p>

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)

Sonia Neira, tostaduría mi familia, cuenta con un producto de recolección como es la avellana chilena, con altos volúmenes anuales que en la temporada actual no ha podido colocar en mercado logrando un stock de casi 30 ton de avellana limpia, como pequeña empresa dedicada a la comercialización de avellana y otros frutos como maqui no cuenta con las competencias comerciales para identificar y colocar su producción en mercados estables.

9.9. Antecedentes del Asociado 3

Nombre: Militza Paulette Luchsinger Affeld

Giro/Actividad: Ingeniero Agrónomo

RUT:

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

Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF) (si corresponde):0

Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):

Teléfono:

Celular:

Correo electrónico:

9.10. Representante legal del asociado 3

Nombre completo: Militza Paulette Luchsinger Affeld

Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad: Productor

RUT:

Nacionalidad: chilena

Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):

Teléfono:

Celular:

Correo electrónico:

Profesión: Ingeniero Agrónomo

Género (Masculino o Femenino): Femenino

Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): No

9.11. Realice una breve reseña del asociado 3
Indicar brevemente la actividad del asociado
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)
Militza Luchisger, es una productora de la zona de vilcún que durante el último periodo ha ido incorporando las hortalizas con la finalidad de realizar una reconversión productiva, hoy cuenta con 1 há de zanahoria, 3/4 há de betarraga y ½ há de zapallo italiano, estas superficies son fácilmente ampliables. Este año 2018 se formalizará. Militza participa de una organización recientemente formada por productores hortícolas y profesionales del área quienes sean agrupado bajo la figura de asociación gremial con la finalidad de trabajar juntos para impulsar el rubro en la región, principalmente en lo que se refiere búsqueda de mercados, es así que la participación de esta empresaria marca un inicio en el desarrollo de esta área; puesto que el objetivo es que su participación permita mostrar los resultados y experiencia a los otros asociados para motivarlos a insertarse en el modelo una vez que ése este validado.
9.12. Indique la vinculación del asociado con la propuesta
Describa brevemente la vinculación del asociado con la temática de la propuesta y sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir la propuesta
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)
Militza Luchsinger , hortalicera que actualmente comercializa sus productos en feria y a clientes individuales donde los precios se ven influenciados por la oferta y demanda, lo que muchas veces genera pérdidas, cuenta con potencial de crecimiento pero su limitante es la seguridad de mercado.
9.13. Antecedentes del Asociado 4
Nombre: Cooperativa Agrícola Antonio Rapiman Ltda.
Giro/Actividad: Mayorista de frutas y verduras
RUT:
Tipo de entidad, organización, empresa o productor (mediano o pequeño): mediano
Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF) (si corresponde):
Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
9.14. Representante legal del asociado 4
Nombre completo: María Clementina Rapiman Ancavil
Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad: Presidente

RUT:
Nacionalidad: chilena
Dirección (calle. número. comuna. ciudad y región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Profesión: Empresaria
Género (Masculino o Femenino): Femenino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): mapuche
9.15. Realice una breve reseña del asociado 3
Indicar brevemente la actividad del asociado
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)
<p>La Comunidad Antonio Rapiman, emplazada en la localidad de Licanco Grande, comuna de Padre las Casas, Región de la Araucanía, la componen 48 familias, que fueron beneficiadas con la compra del predio La Montaña, a través del subsidio de tierra denominado “Adquisición de tierras mediante el Art. 20 letra B ley indígena”, el año 2015, obteniendo así una superficie total de 504 ha.</p> <p>La Cooperativa Agrícola Antonio Rapiman, consta de 33 socios y fue constituida el 03 de Marzo del año 2015 con la finalidad de darle funcionalidad a la administración del predio, específicamente a darle continuidad a la gestión productiva y comercial de la producción de manzanas y menta.</p> <p>El “Fundo La Montaña”, que cuyo sistema de producción actual está compuesto de 72 has de producción de manzanas, 60 has de menta para extracción de aceite esencial, (ambos productos destinados a la exportación) 100 has de cultivo tradicional como Avena, Lupino y Trigo que se encuentran en plena producción.</p> <p>Los dirigentes y los integrantes de la Cooperativa tienen el firme convencimiento que los recursos productivos a que el pueblo mapuche está accediendo, deben considerarse y constituir una alternativa para generar procesos productivos e insertarse en los mercados, y por esta vía contribuir a su desarrollo sustentable, donde lo económico sea un complemento y esté en armonía con sus tradiciones culturales.</p>
9.16. Indique la vinculación del asociado con la propuesta
Describa brevemente la vinculación del asociado con la temática de la propuesta y sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir la propuesta
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos)
<p>Cooperativa Antonio Rapiman, cuentan con un negocio orientado a la producción de manzanas y menta en volúmenes interesantes que hoy comercializan principalmente a mercado internacional a través de intermediarios sin agregación de valor ni identificación de origen o marca que le permita un reconocimiento y posicionamiento por si solos en el mercado, esta intermediación genera niveles de precios y términos de</p>

intercambio desfavorables, sin considerar los precios de mercado actuales, esto termina por mermar considerablemente la rentabilidad.

10. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA PROPUESTA

Complete cada uno de los datos solicitados a continuación.

Nombre completo: Andrea Paz Fernández Bombín

RUT:

Profesión: Ingeniero en Ejecución Agrícola

Pertenece a la entidad postulante (Marque con una X).

SI		NO	<input checked="" type="checkbox"/>
Indique el cargo en la entidad postulante:		Indique la institución a la que pertenece:	Independiente

Dirección (calle, número, comuna, ciudad y región):

Teléfono:

Celular:

Correo electrónico:

SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA

11. RESUMEN EJECUTIVO

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

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos).

El presente proyecto, por un lado, responde a la problemática de falta de capacidades de comercialización de la micro y pequeña empresa agrícola y agro-procesadora de La Araucanía. En este aspecto, la agenda de Innovación de la Región, ha sido enfática en identificar brechas y acciones para resolver esta problemática, dentro de las cuales se priorizan instancias que transfieran capacidades comerciales o asistan en forma externa estos procesos, a objeto de mejorar condiciones de venta.

Por su parte, la presente propuesta también se inserta en la oportunidad que se presenta en el mercado actual, donde existe una creciente tendencia hacia el consumo de productos primarios o gourmet, diferenciado por su origen campesino, y por atributos como saludables, libres de preservante y químicos, que redundan en beneficios para la salud humana, y otros como el ser desarrollados con valores éticos y de responsabilidad social.

Con la presente iniciativa, se busca diseñar e implementar un modelo comercial con foco de "Supply Chain", articulando a productores agrícolas y agro-procesadores de la micro y pequeña empresa de La Araucanía, con eslabones más avanzados de la cadena, a objeto de una comercialización más eficiente, de cadena más corta, que represente mejoras de las condiciones comerciales y económicas, en contraposición al escenario actual caracterizado por inestabilidad, bajos precios y magros resultados financieros, además de un muy bajo poder de negociación.

Para ello, la presente propuesta es iniciativa de TOKOSOVA, una empresa consolidada en el ámbito, de intermediación comercial y logística, donde profesionales con mucha experiencia, están ampliamente capacitados para identificar brechas en la cadena de valor, levantar expectativas de cada uno de los eslabones, y diseñar un modelo "a medida" para la comercialización, de tipo "Supply Chain". Además, están facultados para transferir capacidades a los productores y agro-elaboradores para una gestión productiva y comercial efectiva, y en general para el desarrollo de su competitividad, que permita acceder favorablemente a los mercados.

El modelo permitirá, además, disminuir asimetrías de información, para la generación de decisiones más informadas y más pertinentes con el mercado.

12. MATRIZ DE LA AGENDA DE INNOVACIÓN AGRARIA, REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Mencionar a que rubro de los identificados en la Matriz de la agenda de innovación agraria de la región de La Araucanía está orientado su proyecto².

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

La propuesta se enmarca en el rubro hortícola, alimentos patrimoniales, frutales mayores y productos forestales no madereros donde se abordarán los siguientes ámbitos y lineamientos:

I. Hortalizas

1. Productivo y tecnológico

Factor Limitante	Lineamiento	Acción Marco Proyecto
Escasa Agregación de valor en la producción hortícola.	Incorporar tecnología para aumentar transformación de la producción hortícola regional	Se desarrollarán pruebas de procesos y se evaluará alternativas de agregación de valor a través de desarrollo de nuevos productos que aborden las diferentes gamas de producción.

2. Mercado y Comercialización

Factor Limitante	Lineamiento	Acción Marco del Proyecto
Deficiente Gestión comercial de productores hortícolas.	Mejorar las capacidades para una mejor comercialización de productos hortícolas.	Se diseñará un modelo de operación y sustentabilidad del negocio que permita articular a productores hortícolas con el mercado retail a través de cadenas de suministros eficientes y rentables.
		Diseño y transferencia de competencias tendientes a estandarizar calidad y generar capacidades empresariales.
		Desarrollo de una imagen de marca paragua, profesionalizada, con atributos diferenciadores y capaz de posicionarse en mercados de especialidad.

II. Alimentos Patrimoniales

1. Ámbito Mercado y Comercialización

Factor Limitante	Lineamiento	Acción Marco Proyecto
Baja articulación con potenciales mercados (nacionales e internacionales)	Mejorar la vinculación entre potenciales mercados y los	Desarrollar y gestionar vías de comercialización nacional e internacional

² Documento publicado en la página web de la convocatoria.

demandantes de alimentos de la Región	productores de alimentos patrimoniales de la región	
---------------------------------------	---	--

III. Productos Forestales no Madereros
1. Ámbito Mercado y comercialización

Factor Limitante	Lineamiento	Acción Marco Proyecto
Alta dependencia de intermediarios perjudica ingresos de recolectores.	Desarrollo de programa de proveedores para productos del bosque	Se buscaran mercados que paguen más por el producto, generando incluso de acuerdo a señales del mercado productos con agregación de valor esto permitirá estabilizar los precios.

Todos los rubros que se articulan bajo este proyecto abordan brechas transversales como son la agregación de valor, la comercialización y mercado.

13. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD

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

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

Chile Potencia Alimentaria, eslogan País, lograr ese gran objetivo requiere mejorar, transformar y homologar procesos productivos y de comercialización de acuerdo a los requerimientos y estándares del mercado nacional e internacional, estableciendo modelos de negocios que consoliden la eficacia y el mejoramiento continuo en los resultados.

El escenario es complejo para la pequeña y mediana agricultura, dado que el acceso a mercados más avanzados y más rentables lo logran generalmente empresarios mejor preparados, informados y competitivos, sólo estos pueden acceder a mejores mercados, mejores precios y condiciones, además de mayores rentabilidades. La teoría y la experiencia demuestra que las intervenciones no sólo deben centrarse en mejorar técnicamente la producción y la calidad de los productos, sino también en una eficiente, adecuada y moderna gestión comercial que es una etapa que el agricultor debe enfrentar toda vez que la continuidad del negocio depende no tan solo del producto sino también de los precios, el mercado, la competencia, entre otros.

Dentro de las principales problemáticas de comercialización, podemos señalar la falta de inserción en mercados más exigentes, incipientes e inadecuados estudios de mercado relativos a la caracterización del cliente; desconocimiento de la competencia, de la cadena de distribución, de la demanda y de su estacionalidad, la estructura de costos y por sobre todo, precarios estudios de consumidores y sus necesidades actuales y futuras. Otra gran limitante de los productores es la escasa o nula gestión empresarial que se traduce en uno de los principales problemas de la cadena de valor generando una excesiva intermediación, quienes por su precaria capacidad negociadora e inercia productiva se limitan a vender indirectamente su producción a niveles de precios y términos de intercambio desfavorables, muchas veces muy por debajo de los precios de mercado actuales, todo lo cual termina por mermar considerablemente la rentabilidad esperada por cada operación de compra y venta.

En la práctica, es triste percatarse que, en general, la pequeña y mediana agricultura posee una enorme ceguera administrativa y comercial originando grandes brechas en la capacidad planificadora y estratégica, además de una cultura de improvisación en la toma de decisiones. El día a día de los agricultores se centra en la subsistencia diaria, por tanto, deben ser las instituciones gubernamentales y sectores privados involucrados quienes den soporte a la gestión comercial y así quedó de manifiesto en un estudio demandado por ODEPA y realizado por rimisp el 2015, donde analizó diferentes modelos de comercialización de CC llegando en todos los casos a identificar una limitante transversal el “tiempo”. En efecto, si aumenta el tiempo de venta disminuyen el tiempo de producción pues son los mismos productores los que realizan el proceso de comercialización. Todo ello fundamenta la necesidad de que se genere un modelo de negocios donde los productores se orienten a producir y una entidad externa a comercializar, a través de la participación de agentes externos al productor, especializados en la comercialización, y que operen con valores inclusivos, con foco de responsabilidad social, y verticalmente integrados con el productor, para un mejor rédito de la actividad productiva.

14. SOLUCION INNOVADORA

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

(Máximo 3.500 caracteres, espacios incluidos)

El proyecto propone generar un modelo de comercialización con enfoque de valor basado en un sistema de supply chain orientada a pequeña y mediana empresa creando una cadena de suministro impulsada por la demanda, que sitúa al cliente en el centro de la misma, logrado de esta manera responder rápidamente a los cambios sin reducir el margen.

Se dispondrá de un modelo de articulación comercial entre actores de la cadena que resolverá aspectos relacionados con inocuidad o salubridad de los productos, formalización, trazabilidad, certificación de bienes y servicios y gestión de operaciones de la cadena de suministro y en la organización del emprendimiento asociativo. Gracias al acompañamiento permanente, la capacitación y asesoría, los emprendedores se gradúan como empresarios autosustentables

La solución que se plantea se sustenta en cinco pilares de la Innovación:

1.- **Alta integración vertical y transversalidad**, Nuestra empresa se encuentra verticalmente constituida de forma tal de abordar la cadena de valor (**ver Lámina 1*) completa esto permite realizar un acompañamiento permanente de los asociados. Trabajamos en conectar la oferta con la demanda, la cadena de valor conecta las necesidades del mercado con la producción de forma tal que estén vinculadas. Esta conexión con el mercado, nos permite adelantar propuesta de oferta según demanda del mercado.

2.- **Asesoría en Gestión Productiva:** Nuestra asesoría se involucra desde el modo de articular a los productores, ya sea en forma asociativa o en forma individual, esto requiere un análisis a cabalidad de la capacidad productiva de cada asociado, análisis de tierras y cultivos, análisis de factibilidad y desarrollo de modelo de negocios. Estructura de RRHH propuesta, lámina 2.

3.- **Asesoría Comercial:** Tokosova prestará a los productores, el servicio de administración centralizada y comercialización de los productos, sirviendo de puente entre éstos y los distintos canales de venta. Logrando economías de escala al unificar los procesos de compra y abastecimiento.

4.- **Supply Chain:** El proyecto requiere de una potente área de supply chain, que está formada por todos aquellos procesos involucrados de manera directa o indirecta en la acción de satisfacer las necesidades del cliente en este caso los canales de venta. La cadena de supply chain, incluye a los proveedores o productores, la línea de producción, almacenamiento de productos terminados, canales de distribución, mayoristas, minoristas y el cliente final. Esta área se encarga entre otras cosas, el desarrollo de nuevos productos, la mercadotecnia, las operaciones, la distribución, las finanzas y el servicio al cliente. Todas las funciones que participan en la cadena de supply chain están destinadas a la recepción y el cumplimiento de las condiciones del cliente, esto es entre otros, tiempos de entrega de los productos, forma de entrega, lo que se denomina nivel de servicio, este debe ser de excelencia de manera de asegurar la continuidad de la presencia de productos en las salas de venta.

5.- **Capacitación Permanente:** bajo la transferencia y supervisión de Tokosova, los productores deberán cumplir módulos de capacitación por cada área de trabajo, siendo la meta la generación de nuevos empresarios preparados para cumplir las demandas del mercado.

Lo anterior da muestra de un modelo de negocio innovador y de alta profesionalidad donde Tokosova se convierte en un actor más prestando toda la asesoría necesaria, pero quién se relaciona directamente con el cliente (factura) es el productor.

Lámina 1.

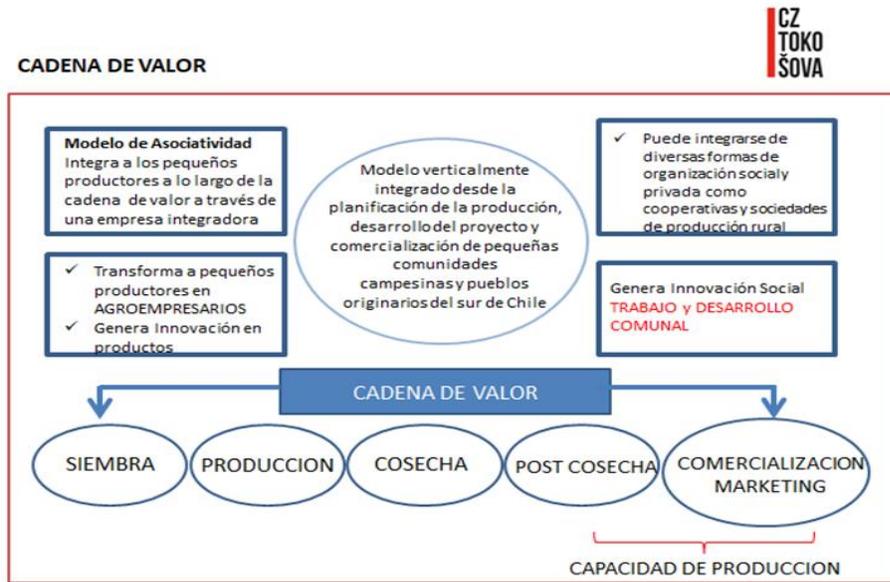
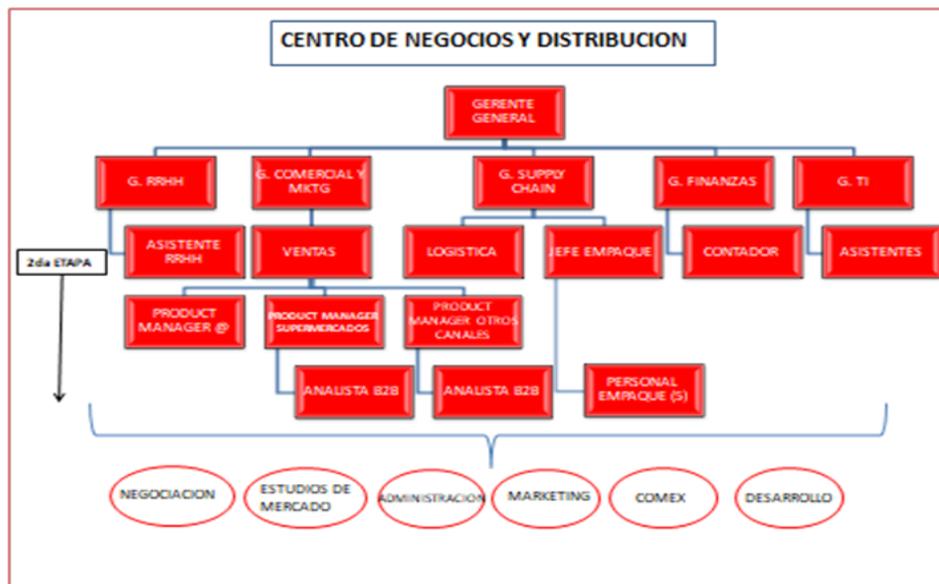
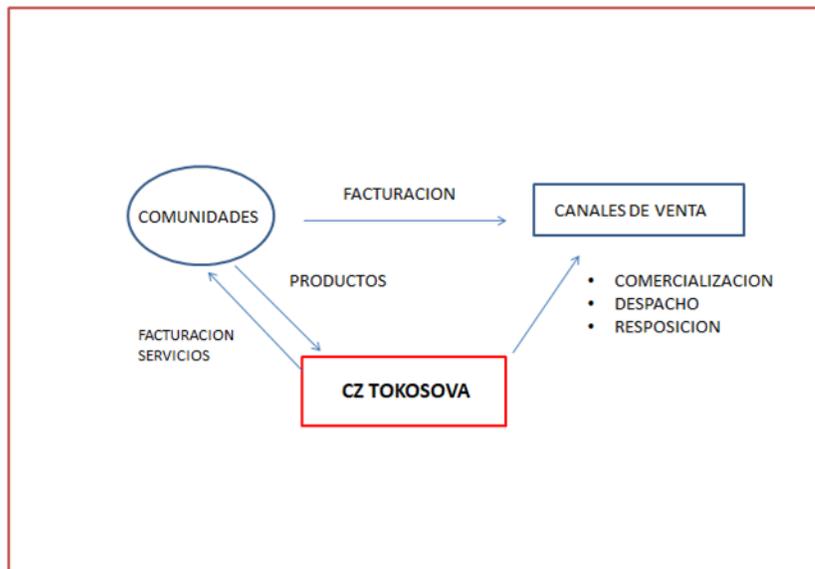


Lámina 2



Modelo de funcionamiento negocio



14.2. Indique el estado del arte de la solución innovadora propuesta a nivel nacional e internacional, indicando las fuentes de información que lo respaldan en Anexo 7.

(Máximo 3.500 caracteres, espacios incluidos).

En Colombia se tienen muchos ejemplos sobre el diseño y montaje de los centros logísticos, donde además de concentrar los volúmenes cosechados por una multiplicidad de pequeños agricultores se les incorporan unos pequeños valores agregados como la desinfección, la clasificación y el empaque en unidades comerciales que buscan garantizar la protección del producto en su transporte y en las unidades que se colocarán directamente en las góndolas de los supermercados porque responden a las preferencias de los consumidores en relación con el volumen contenido y a la homogeneidad del producto. (Centro Regional de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales, 2014).

En Perú se formó un instituto en pro de la comercialización internacional del Espárrago (Instituto Peruano del Espárrago). Este instituto es una asociación civil sin fines de lucro, conformada por empresas productoras y exportadoras de espárrago en conserva, fresco y congelado, quienes han extendido este modelo de negocios a otras hortalizas cambiando de nombre a "Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas". Actualmente se ha constituido como un canal de comercialización reconocido por las entidades gubernamentales locales y extranjeras. (O'Brien & Rodríguez, 2004).

En Chile, las experiencias son escasas, existiendo algunas empresas como Cencosud u otras cadenas de supermercados similares que cuentan con acopio de productos de pequeños bajo el sistema de facturación directa, sin embargo no existe la integralidad ni el acompañamiento para lograr que las comunidades se conviertan en autosustentables, es una fórmula meramente transaccional.

En Chile, se ha potenciado el desarrollo de cadenas cortas, existiendo variadas experiencias con menor o mejor resultados algunas de las cuales fueron analizadas por un estudio realizado por el Rimisp el año 2015, donde se

pudo concluir que existe una limitante transversal que es el tiempo, pues los productores el tiempo que dedican a comercializar lo pierden en producir.

Las grandes empresas cuentan con soporte supply chain, pero esa experiencia no ha sido implementada en empresas de menor tamaño por los costos asociados que posee un sistema de apoyo de ese nivel, los modelos que existen incluyen los centros de acopio o logística como un intermediario.

14.3. Indique si existe alguna restricción legal o condición(es) normativa(s) que pueda(n) afectar el desarrollo y/o implementación de la innovación y una propuesta de cómo abordarla.

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

Las restricciones existentes tienen que ver con la formalidad sanitaria y legal de las empresas productoras, por tanto toda aquella empresa que participe deberá tener resuelto el tema de resolución sanitaria e iniciación de actividades.

Contrato entre TOCOZOVA y las empresas productoras que le permitan negociar con los mercados.

15. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

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

15.1. Objetivo general³

(Máximo 200 caracteres, espacios incluidos).

Diseñar e implementar un modelo de comercialización con enfoque de cadena de valor tipo “Supply chain” para producción primaria y agro-elaborados de la micro y pequeña agricultura de La Araucanía, articulado en circuito de cadena corta con distribuidores mayoristas y minoristas, con enfoque de responsabilidad social y alta integración vertical.

15.2. Objetivos específicos⁴

Nº	Objetivos Específicos (OE)
----	----------------------------

³ El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con la propuesta. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

⁴ Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general de la propuesta. Cada objetivo específico debe conducir a un resultado. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

1	Analizar y sistematizar la cadena de valor, definiendo brechas y expectativas en cada eslabón de la cadena de productos agrícolas y agro-elaborados y estrategias para instalar un modelo comercial con enfoque de “Supply Chain”, o cadena de suministro.
2	Diseñar e implementar un modelo comercial con enfoque de “supply Chain”, verticalmente integrado hacia atrás, con enfoque de cadena corta y de responsabilidad social, validado por los productores de agroelaborados de La Araucanía y que representen mejores condiciones de comercialización y estabilidad económica.
3	Transferir capacidades de gestión productiva y generar conocimiento respecto a elementos claves de una cadena de suministro, articulando a los productores con el sistema “Supply Chain”, desarrollado.
4	Difundir el modelo diseñado e implementado y sus valores

16. MÉTODOS

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

Método objetivo 1: Analizar y sistematizar la cadena de valor, definiendo brechas y expectativas en cada eslabón de la cadena de productos agrícolas y agro-elaborados y estrategias para instalar un modelo comercial con enfoque de “Supply Chain”, o cadena de suministro.

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos)

Se analizará cada cadena de valor participante en el proyecto, sus actores y roles, conjuntamente se realizará un análisis de demanda utilizando la información que se genera en los distintos niveles de la cadena de suministro como ratios financieros, ventas, estimaciones de marketing e información promocional, esto permitirá mejorar el flujo de información en la cadena de suministro y por tanto prepararse para las operaciones futuras de la empresa. En ese punto se realizará estudio de demanda para determinar las estimaciones futuras de ventas a partir de la cultura de consumo que los consumidores poseen. Esto permitirá definir brechas y generara acciones para reducirlas.

Posteriormente se seleccionaran e integraran proveedores de insumos y servicios para mejorar calidad y reducir costos. Se realizara una gestión de inventarios de tal manera de coordinar y gestionar en el tiempo las necesidades y requerimiento de los clientes con el sistema productivo y las necesidades de producción con la habilidad de los proveedores de suministrar los materiales en el plazo acordado.

Se definirá el sistema de almacenamiento de los productos hasta llegar al cliente, se evaluarán alternativas de transporte desde el sistema producción-almacenamiento hasta el cliente esto permitirá eficientar procesos y aumentar rentabilidad.

Método objetivo 2: Diseñar e implementar un modelo comercial con enfoque de “supply Chain”, verticalmente integrado hacia atrás, con enfoque de cadena corta y de responsabilidad social, validado por los productores de agroelaborados de La Araucanía y que representen mejoren condiciones de comercialización y estabilidad económica.

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos)

Visitas terreno, entrevistas a productores y dirigentes participantes, talleres participativos para capturar expectativas, a objeto de poder definir participantes directos e indirectos, sus roles e interrelaciones. El modelo incluirá también una propuesta de condiciones de compra y pago a proveedores además de condiciones de operación. Este modelo se apoyará en elementos técnicos como el punto de equilibrio, ciclos de producción, precios y condiciones de mercado, y rentabilidad mínima esperada. En la rentabilidad mínima esperada se incluirá un análisis de costo de oportunidad del productor, lo que permitirá establecer el valor agregado del negocio, para los participantes.

El modelo comercial, también incluirá la definición de barreras de entrada y de salida, los procedimientos y condiciones para que un integrante nuevo pueda entrar al negocio, y las condiciones como un integrante puede retirarse.

El modelo de negocios desarrollado también será socializado con los integrantes, para ello se sistematizará en la forma de funciones, procedimientos y protocolos, a objeto de poder ser socializados, internalizados y respetados por cada uno de los integrantes del negocio. Con ello se busca asegurar la sustentabilidad, donde cada actor participante, está satisfecho con su rol y con la retribución del negocio.

Se requiere cuantificar y conocer los valores que tomaran todas las variables técnicas en los diferentes escenarios de escalamiento a objeto de dimensionar los requerimientos de recursos y factores productivos. Esta información es clave para evaluar el negocio en dichos escenarios.

En esta etapa igualmente se realizará una evaluación económica del negocio, se desarrollará una imagen de marca paraguas, profesionalizada que incorporará y destacará los atributos valorados por los consumidores, previamente se definirán estos atributos; el desarrollo de producto incluirá la incorporación de un sello de calidad que certificara la producción, este sello será garante ante el consumidor de que se han cumplido los protocolos de establecimiento definidos cumpliendo con los estándares de calidad.

Esta imagen de marca y producto será profesionalizada y desarrollada por un equipo de profesionales con competencias en diseño, las propuestas desarrolladas serán validadas y socializadas con las bases productivas.

Se invertirá en una campaña publicitaria que permita posicionar los productos de la Araucanía a nivel nacional e internacional.

Los productos generados en el marco de la propuesta serán colocados en mercado inicialmente nacional utilizando el convenio establecido con Cencosud y abriendo nuevos mercados.

Para formalizar la relación de negocio entre las empresas y Tocozoza se firmara u contrato que estipulará las condiciones y responsabilidades de cada una de las partes definiendo un plazo de operación.

Método objetivo 3: Transferir capacidades de gestión productiva y generar conocimiento respecto a elementos claves de una cadena de suministro, articulando a los productores con el sistema “Supply Chain”, desarrollado.

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos).

Se realizarán actividades de capacitación orientada a los asociados para presentar modelo de comercialización basado en supply chain de tal manera de presentar elementos claves de la cadena de suministro, todo punto crítico identificado en la cadena será abordado a través de capacitación para mejorar los procesos.

Método objetivo 4: Difundir el modelo diseñado e implementado y sus valores.

(Máximo 2.000 caracteres, espacios incluidos)

Para difundir el modelo se realizarán actividades “charlas” orientadas a representantes de servicios públicos (INDAP, CONADI, CORFO, SERCOTEC, FOSIS, PROCHILE, GORE, ECONOMÍA) de tal manera de socializar el modelo y sus implicancias generando una articulación que permita fortalecer el modelo desarrollado a través de la incorporación de empresas como también a través de la destinación de recursos para acortar brechas identificadas en el modelo.

Otro grupo al que se presentará el modelo es a organizaciones y productores que estén listos para comercializar o en etapa final, esto permitirá ampliar la oferta de productos al mercado y dar sustentabilidad al modelo.

17. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ⁵ (RE)	Indicador ⁶	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)	Fecha de alcance de la meta
1	1	Brechas y expectativas por eslabón de la cadena de valor identificadas y sistematizadas.	Informe	0	4	Agosto 2018
1	2	Estudio de consumidores	informe	0	4	Octubre 2018
2	2	-Modelo comercial tipo Supply Chain, diseñado.	informe	0	1	Noviembre 2018
2	3	-Modelo comercial tipo Supply Chain, validado por los productores y transferido.	informe	0	1	Diciembre 2018
2	4	Diseño marca paraguas y definición de atributos	informe	0	1	Diciembre 2018
2	5	Modelo comercial implementado con negocios desarrollados y con articulación y vinculación estrecha de eslabones. Contratos firmados entre empresas y TOCOZOVA	informe	0	1	Marzo 2019
3	6	Programa de capacitación y transferencia para disminución de brechas diseñado.	Informe	0	1	Mayo 2019
3	7	Productores agrícolas y agro-elaboradores de La Araucanía con capacidades de gestión productiva transferidas	Informe	0	1	Mayo 2020

⁵ Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta.

⁶ Establecer cómo se medirá el resultado esperado.



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

4	8	Modelo comercial tipo "Supply Chain", difundido	Informe	0	1	Mayo 2020

18. CARTA GANTT

19. Indique las actividades que deben realizarse para el desarrollo de los métodos descritos anteriormente y su secuencia cronológica.

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 1								Año 2													
			Trimestre								Trimestre													
			1°		2°		3°		4°		1°		2°		3°		4°							
1	1	Talleres empresarios análisis expectativas. Revisión y análisis cadenas de valor, identificación de brechas y propuesta de acortamiento					x	x	x	x														
1	2	Reuniones con empresa que desarrollara los estudios de consumidores, definición de expectativas y alcances, programa fecha resultados parciales y análisis resultados previos. Entrega Informe Final.					x	x	x	x	x	x												
2	3	Diseño modelo comercial, reunión con productores para validación propuesta comercial,					x	x	x	x	x	x												
2	4	Definición atributos a destacar, propuestas de diseño marca paragua,									x	x	x	x										

20. HITOS CRÍTICOS DE LA PROPUESTA		
Hitos críticos ⁷	Resultado Esperado ⁸ (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Modelo comercialización diseñado y validado	<ul style="list-style-type: none"> Brechas y expectativas por eslabón de la cadena de valor identificadas y sistematizadas. Estudio de consumidores desarrollado Modelo comercial tipo Supply Chain, diseñado. Diseño marca paragua y definición de atributos 	Diciembre 2018
Ventas realizadas en el marco del proyecto con implementación del modelo.	<ul style="list-style-type: none"> Firma contrato empresa .productores Modelo comercial implementado con negocios desarrollados y con articulación y vinculación estrecha de eslabones 	Marzo 2019

21. MODELO DE NEGOCIO / MODELO DE EXTENSION Y SOSTENIBILIDAD

A continuación, sólo complete una sección, de acuerdo a:

- Si la propuesta tiene una orientación de mercado, debe completar sólo las preguntas a, b, c d.
- Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, se debe completar sólo las preguntas e, f, g, h

*Si la propuesta tiene una **orientación de mercado**, responda:*

a) Describa el mercado al cual se orientarán los productos generados en la propuesta.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos

El mercado objetivo, se compone de diversos cluster:

⁷ Un hito representa haber conseguido un logro importante en la propuesta, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

⁸ Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

- Distribución nacional a través de grandes cadenas de supermercados
- Distribución nacional a canales menores (ferias, mini market, etc)
- Canales de venta locales esto es supermercados, fruterías, ferias y otros en las zonas cercanas al centro de acopio.
- Mercado gourmet: emporios, ferias especializadas, restaurantes
- Mercado internacional

b) Describa quiénes son los clientes potenciales y cómo se relacionará con ellos.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos

Los Clientes Indirectos son los diversos canales de venta y la relación inicial se realizara a través de negociación directa, estableciendo un acuerdo inicial. Luego la relación será a través de la administración centralizada la que a través de Product manager, quienes manejarán la reposición de los diferentes productos a través del sistema B2B, a través del cual se determinará los productos que poseen mejor rotación, los de mayor margen y los que está privilegiando el mercado.

El Consumidor final corresponde al tipo de consumidor que privilegia la trazabilidad y el origen de los productos, desarrollaremos el concepto artesanal y condiciones de inocuidad.

c) Describa cuál es la propuesta de valor.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos

Proponemos generar un modelo de comercialización con enfoque de valor basado en un sistema de "Supply chain" entre actores de la producción primaria campesina y distribuidores mayoristas y minoristas de productos con valor agregado de la Región de la Araucanía, que agrupe a las comunidades de la zona y que bajo una administración, logística y centralizada, tenga la asesoría y una guía práctica para conectarlo con las fuentes de financiamiento, mercados objetivos, vitrina o lo que se necesite para una implementación adecuada y desarrollo del negocio.

Gracias al acompañamiento permanente, la capacitación y asesoría, los emprendedores se gradúan como empresarios autosustentables.

Las métricas para esta graduación son:

- Capacidad de producción
- Facturación

- Capacidad de administración
- Certificaciones (Minsal, ISP, etc)

d) Describa cómo se generarán los ingresos y los costos del negocio.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos

- Para los productores: Comercialización de productos despachados por el centro acopio
- Para Tokosova: Porcentaje para la administración sobre la venta y el volumen total de facturación. Esto es un insumo más del proceso productivo.

Para el funcionamiento del centro de acopio, investigación de mercado, prospección de nuevos mercados, desarrollo de productos y nuevas tecnologías: Tokosova centralizara todos los aportes de las distintas entidades orientadas al fomento y desarrollo obteniendo sinergias para todos los productores.

*Si la propuesta está **orientada a resultados de interés público**:*

Completar SÓLO si no se completó la sección 20.1

e) Identificar y describir a los beneficiarios de los resultados de la propuesta.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos

f) Explique cuál es el valor que generará para los beneficiarios identificados.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos

g) Describa qué herramientas y métodos se utilizará para que los resultados de la propuesta lleguen efectivamente a los beneficiarios identificados, quiénes la realizarán y cómo evaluará su efectividad.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos

h) Describa con qué mecanismos se financiará el costo de mantenimiento del bien o servicio generado de la propuesta una vez finalizado el cofinanciamiento.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos

22. PROPIEDAD INTELECTUAL

22.1. Protección de los resultados

a) Indique si el la propuesta aborda la protección del bien o servicios generado en la propuesta. (Marque con una X)			
SI		NO	
b) Si su respuesta anterior fue Si, indique cuál o cuáles de los siguientes mecanismos tiene previsto utilizar para la protección.			
c) Justifique el o los mecanismos de protección seleccionados:			

22.2. Conocimiento, experiencia y “acuerdo marco” para la protección y gestión de resultados.			
a) Indique si la entidad postulante y/o asociados cuentan con conocimientos y experiencia en protección a través de derechos de propiedad intelectual. (Marque con una X)			
SI		NO	
b) Si su respuesta anterior fue Si, detalle conocimiento y experiencia.			
c) Indique si la entidad postulante y sus asociados han definido un “acuerdo marco preliminar” sobre la titularidad de los resultados protegibles por derechos de propiedad intelectual y la explotación comercial de estos. (Marque con una X)			
SI		NO	
d) Si su respuesta anterior fue Si, detalle sobre titularidad de los resultados y la explotación comercial de éstos.			

23. ORGANIZACIÓN Y EQUIPO TECNICO DE LA PROPUESTA

23.1. Organización de la propuesta

Describe el rol del ejecutor, asociados (si corresponde) y servicios de terceros (si corresponde) en la propuesta.

	Rol en la propuesta
Ejecutor	Coordinará la ejecución del proyecto, controlará la fiel ejecución de actividades y el desempeño del equipo técnico en conformidad a los objetivos del proyecto. Desarrollará vínculos con los asociados y será clave para configurar, al menos en forma piloto del diseño e implementación de un modelo de comercialización orientado a la pequeña y mediana empresa de la región de la Araucanía
Asociado 1 : Cooperativa We Mogen	Participar en el diseño y validación del modelo de negocio
Asociado 2 : Sonia Neira	Participar en el diseño y validación del modelo de negocio
Asociado 3 : Cooperativa Antonio Rapiman	Participar en el diseño y validación del modelo de negocio
Asociado 4 : Militza Luchsinger	Participar en el diseño y validación del modelo de negocio
Servicios a Terceros DIX TOLOZA	Asesorar en el diseño e implementación modelo de operación y negocio
Servicios de terceros	Estudios de consumidores para cada rubro, maquila desarrollo productos agroindustria, brandkey marca paraguas, difusión de medios, evaluación económica modelo de negocio desarrollo de blakligth y publinoticias

23.2. Equipo técnico

Identificar y describir las funciones de los integrantes del equipo técnico de la propuesta. Además adjuntar:

- Carta de compromiso del coordinador y cada integrante del equipo técnico (**Anexo 3**)
- Currículum vitae (CV) del coordinador y los integrantes del equipo técnico (**Anexo 4**)
- Ficha identificación coordinador y equipo técnico (**Anexo 5**)

La columna 1 (N° de cargo), debe completarse de acuerdo al siguiente cuadro:

1	Coordinador principal	4	Profesional de apoyo técnico
2	Coordinador alterno	5	Otro
3	Equipo Técnico	6	

Nº Cargo	Nombre persona	Formación/ Profesión	Entidad en la cual se desempeña	Incremental ⁹ (si/no)	Función en la propuesta (Describir claramente)	Horas de dedicación totales
----------	----------------	----------------------	---------------------------------	----------------------------------	--	-----------------------------

⁹ Profesionales que no son de planta, pero participarán en el proyecto, es decir serán contratados específicamente para la iniciativa.

1	Andrea Fernández	Ing Ejec Agrícola	Independiente	si	Coordinar y controlar actividades proyecto, desarrollo de informes técnico y financiero	1440
2	Pablo Tokos	Mia bachelor of business, DAIC Director Comercial, diplomado en dirección empresas PUC	Tokosova	No	Control Asesoría Marco Proyecto, direccionamiento o estudios y modelo de negocios	2160
3	Verónica Busch	Comunicador Social – Marketing y Gestión de Negocio	Tokosova	NO	Desarrollar e implementar estrategia de promoción y producto.	2160
4	Sergio Muñoz	Vendedor	Tokosova	NO	Encargado de abrir mercados a nivel nacional.	2160
5	Dix Toloza	Ingeniero Comercial con doctorado en Gestión Avanzada de Empresas en una Economía Globalizada”	Independiente	si	Asesor desarrollo modelo negocio y operación	96

23.3. Colaboradores

Si la entidad postulante tiene previsto la participación de colaboradores, en una o varias actividades técnicas de la propuesta, identifique:

- ¿cuál será la persona o entidad que colaborará en la propuesta?
- ¿cuál será el objetivo de su participación?
- ¿cómo ésta se materializará?
- ¿en qué términos regirá su vinculación con la entidad postulante?

Adicionalmente, se debe adjuntar carta de compromisos involucrados en la propuesta para establecer convenios generales de colaboración, **Anexo 6**.

24. POTENCIAL IMPACTO ¹⁰

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

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

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

Máximo 500 caracteres, espacios incluidos.

Se genera un **Impacto productivo** dado por la organización de la oferta productiva donde existirá un poder comprador que tirará la cadena y permitirá vender la totalidad o gran parte de la producción, evitando pérdidas por calidad lo que disminuye los precios finales. Lo anterior tendrá un **impacto económico** al aumentar el ingreso bruto de los productores por venta de volumen y por mejores precios pagados lo que se genera por la agregación de valor. **El impacto comercial** está dado por la agregación de valor y generación de productos con atributos diferenciados y valorados por el mercado, ingreso a nuevos mercados y canales de distribución. Mejorar significativamente las condiciones de venta de los productos producidos y procesados en la región proveniente de pequeños y medianos productores, en términos de mejorar sus precios de venta e ingreso, orientar sus procesos y productos de acuerdo a requerimiento de sus clientes, disponer de poderes de compra permanente y transparente

¹⁰ El impacto debe dar cuantía del logro del objetivo de los proyectos de innovación, este es: "Contribuir al desarrollo sustentable (económico, social y ambiental) de la pequeña y mediana agricultura y de la pequeña y mediana empresa, a través de la innovación. De acuerdo a lo anterior, se debe describir los potenciales impactos productivos, económicos, sociales y medio ambientales que se generan con el desarrollo de la propuesta.

N°	Indicador impacto productivo, económico y/o comercial	Línea base del indicador ¹¹	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta ¹²
1	Impacto productivo	Productores producen sin conocer y tener seguridad de la demanda perdiendo muchas veces la producción	Aumento de la producción y ventas a canales formales a través de la organización de la oferta productiva
2	Impacto económico	Hoy venden sus productos en canales informales que pagan bajos precios logrando ingresos mínimos por unidad productiva	Aumento de los ingresos por aseguramiento de canales de comercialización.
n	Impacto Comercial	Venta de productos sin valor agregado ni atributos destacados, con bajos precios e informalidad en la venta con canales de comercialización que minimizan la rentabilidad.	Mejorar sus precios de venta e ingreso, orientar sus procesos y productos de acuerdo a requerimiento de sus clientes, disponer de poderes de compra permanente y transparente.
<p>24.2. Describa los potenciales impactos sociales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.</p> <p>Los indicadores de impacto social pueden ser: número de trabajadores, salario de los trabajadores, nivel de educación, integración de etnias, entre otros.</p> <p>Máximo 500 caracteres, espacios incluidos.</p> <p>La integración de pequeños productores de bajos volúmenes a un negocio altamente rentable que le asegurará un poder comprador que de manera individual no podría negociar en mercados de transacción tradicionales.</p> <p>Mejora calidad de vida de las familias asociadas al aumentar ingresos de manera permanente, hay un número de familias que se beneficiarán del éxito del modelo, existe un efecto multiplicador ; en el caso de la cooperativa antonio rapiman se benefician 33 familias, la cooperativa we mogen 11 familias , la empresa de la Sra Sonia si bien es una familia es un gran poder comprador que hoy mantiene relaciones de compra con más de 300 recolectores de la zona que se traducen en 300 familias, y por último la empresa hortícola que representa a 30 hortaliceros de la Región que de ser positivo el modelo podrán incorporarse a este.</p>			
N°	Indicador impacto social	Línea base del indicador ¹³	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta ¹⁴
1	Aumento calidad de vida de pequeños productores		Inserción de pequeña agricultura en mercados formales y exigentes generando una unidad

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

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

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

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

			de negocio rentable y sostenible
2			
n			
<p>24.3. Describa los potenciales impactos medio ambientales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.</p> <p>Los indicadores de impacto medio ambientales pueden ser: volumen de agua utilizado, consumo de energía, uso de plaguicidas, manejo integral de plagas, entre otros.</p> <p>Máximo 500 caracteres, espacios incluidos.</p> <p>No aplica</p>			
N°	Indicador impacto medio ambiental	Línea base del indicador ¹⁵	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta ¹⁶
1			
2			
n			
<p>24.4. Si corresponde, describa otros potenciales impactos que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta.</p> <p>Otros indicadores de impacto pueden ser: derechos de propiedad intelectual, nuevas publicaciones científicas, acuerdos de transferencia de resultados, entre otros.</p> <p>Máximo 500 caracteres, espacios incluidos.</p> <p>Para el estado el principal impacto estará dado por la contribución a la formalización en términos tributarios lo que permitirá influir positivamente en el PIB Regional y nacional. Otro impacto es la puesta en valor de los predios adquiridos logrando desmitificar que los mapuches no son capaces de producir las tierras que han adquirido, amabas cooperativas que participan son beneficiarias de la Conadi a través de la compra de predios</p>			
N°	Indicador de otros impactos	Línea base del indicador ¹⁷	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta ¹⁸
1	Aumento PIB Regional	PIB disminuido por alta evasión de impuestos, ventas informales.	La inserción de empresas a este sistema comercial exige la formalidad en las transacciones

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

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

¹⁷ Indique los datos referentes a los últimos dos años (anterior al inicio de la propuesta).

¹⁸ Indique los cambios esperados de los indicadores a los dos años después del término de la propuesta.

			evitando evasión por tanto el PIB se verá aumentado reflejado por el auento en las ventas de productos regionales
2	Puesta en valor predio adquiridos por CONADI a través de la consolidación comercial de las actividades comerciales de las comunidades	Hoy hay un prejuicio fundamentado en que la CONADI entrega predios y estos pasan de ser tierras productivas a improductivas	El acompañamiento dado por este sistema externo de comercialización que retroalimenta a los productores permitirá consolidar una oferta productiva escalable y sustentable.
n			

ANEXOS

ANEXO 1. CERTIFICADO DE VIGENCIA DE LA ENTIDAD POSTULANTE.

Se debe presentar el Certificado de vigencia de la entidad, emanado de la autoridad competente y que tenga una antigüedad máxima de 60 días anteriores a la fecha de postulación.

ANEXO 2. CERTIFICADO DE INICIACIÓN DE ACTIVIDADES.

Se debe presentar un documento tributario que acredite la iniciación de actividades.

(Como por ejemplo: Certificado de situación tributaria, Copia Formulario 29 pago de IVA, Copia de la solicitud para la iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos).

ANEXO 3. CARTA COMPROMISO DEL COORDINADOR Y CADA INTEGRANTE DEL EQUIPO TÉCNICO.

Se debe presentar una carta de compromiso de cada uno de los integrantes identificados en el equipo técnico, según el siguiente modelo:

Lugar,

Fecha (día, mes, año)

Yo **Nombre del profesional**, RUT: **XX.XXX.XXX-X**, vengo a manifestar mi compromiso de participar activamente como **Cargo en la propuesta** en la propuesta denominada "**Nombre de la propuesta**", presentado a la **Convocatoria Proyectos de innovación "Innovando en rubros priorizados de la Región de La Araucanía"**. Para el cumplimiento de mis funciones me comprometo a participar trabajando **número de horas** por mes durante un total de **número de meses**, servicio que tendrá un costo total de **monto en pesos**, valor que se desglosa en **monto en pesos** como aporte FIA, **monto en pesos** como aportes pecuniarios de la Contraparte y **monto en pesos** como aportes no pecuniarios.

Firma

Nombre

Cargo

RUT

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



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

ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.

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

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

ANEXO 6. CARTA DE COMPROMISOS INVOLUCRADOS EN LA PROPUESTA PARA ESTABLECER CONVENIOS GENERALES DE COLABORACIÓN, SI CORRESPONDE.

ANEXO 7. LITERATURA CITADA

ANEXO 8. IDENTIFICACIÓN SECTOR Y SUBSECTOR.

Sector	Subsector
Agrícola	Cultivos y cereales
	Flores y follajes
	Frutales hoja caduca
	Frutales hoja persistente
	Frutales de nuez
	Frutales menores
	Frutales tropicales y subtropicales
	Otros frutales
	Hongos
	Hortalizas y tubérculos
	Plantas Medicinales, aromáticas y especias
	Otros agrícolas
	General para Sector Agrícola
	Praderas y forrajes
Pecuario	Aves
	Bovinos
	Caprinos
	Ovinos
	Camélidos
	Cunicultura
	Equinos
	Porcinos
	Cérvidos
	Ratites
	Insectos
	Otros pecuarios
	General para Sector Pecuario
	Gusanos
Dulceacuícolas	Peces
	Crustáceos
	Anfibios
	Moluscos
	Algas
	Otros dulceacuícolas
General para Sector Dulceacuícolas	
Forestal	Bosque nativo
	Plantaciones forestales tradicionales
	Plantaciones forestales no tradicionales
	Otros forestales
General para Sector Forestal	
Gestión	Gestión
	General para General Subsector Gestión

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

Sector	Subsector
	Otros acuícolas
	General para Sector Acuícola
General	General para Sector General
Turismo	Agroturismo
	Turismo rural
	Turismo de intereses especiales basado en la naturaleza
	Enoturismo
	Otros servicios de turismo
	General Sector turismo
Otros productos (elaborados)	Cosméticos
	Biotecnológicos
	Insumos agrícolas / pecuarios / acuícolas / forestales / industrias asociadas
	Biomasa / Biogás
	Farmacéuticos
	Textiles
	Cestería
	Otros productos
General para Sector Otros productos	