Ministerio de Agricultura

Gobierno de Chile

CHILE LO HACEMOS TODOS

Fundación para la Innovación Agraria

OFICINA DE PARTES FIA
RECEPCIONADO
Fecha 07 DIC 2018
Hora 15:00
Nº Ingreso 53486

CONVOCATORIA REGIONAL 2017
PROYECTOS DE INNOVACIÓN
"Innovando en rubros priorizados de la Región de La Araucanía"

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Innovando a través de la transferencia de un modelo de gestión en la cadena de valor ovina, desde el productor hasta el consumidor, incorporando una estructura asociativa que genere impacto en la AFC.
Ejecutor:	Gestión rural para el sur Gesur Ltda.
Código:	PYT 2018-0345
Fecha:	16.11.2018
Región(es) de ejecución	Araucanía
Región(es) de impacto	Araucanía

Fundación para la Innovación Agraria

GOBIERNO REGIONAL DE LA ARAUCANÍA

Tabla de contenidos

I. Plan de trabajo 3

1. Configuración técnica del proyecto 3
2. Anexos 19
3. Costos totales consolidados 28

II. Detalle administrativo 29

I. Plan de trabajo

1. Configuración técnica del proyecto

1.1. Resumen ejecutivo

El contexto general la propuesta se enmarca en un proceso de transferencia de innovación que se ha desarrollado en la comuna de Victoria por parte de GESUR que inicialmente comienza a instaurarse el año 2012 con un proyecto FIA "CIDOM" (Centro Virtual de Innovación para el rubro Ovino) a través de la Cooperativa Ovinos Victoria. Por medio de un modelo de gestión en la cadena de valor ovina, donde se ha trabajado en conjunto con el productor de manera asociativa por medio de Ovicoop, transformando la producción primaria "Corderos" en cortes gourmet de carne para el consumidor Final, pasando por todas las fases de transformación, resoluciones sanitarias, estrategias de marketing, entre otros, que finalmente derivan un producto con trazabilidad y etiquetado campesino en el mercado, que da un valor agregado al cordero, por medio del desarrollo de productos diferenciados (16 tipos de cortes) para el mercado actual, con protocolos de producción establecidos, trabajando en forma asociada, estableciendo puntos de intervención y trasferencia de innovación para el desarrollo global de la cadena de valor ovina, de forma asociativa para la AFC.

En este marco el proyecto buscara en una primera Línea la articulación de actores en cada territorio a trabajar (Lautaro y Angol): **a) Línea Organizativa y de articulación:** en ella se centraran los esfuerzos en la creación y generación de habilidades y confianzas para el fortalecimiento y creación de una nueva estructura organizativa, donde se trasferirá la experiencia organizacional de Ovicoop en cada comuna, en conjunto se establecerán los primeros nexos para el desarrollo de estrategias y articulación actores, donde se pretende generar la articulación en esta primera etapa de 4 sectores: Los **productores ovinos,** a través, de la **generación de una estructura asociativa de productores,** quien es el oferente de la materia prima, el **sector servicios**, a través, de las Plantas Faenadoras locales, responsable de la faenación y despostes de cortes de calidad de los ovinos, el **Municipio de local** en conjunto con **GESUR** como los referentes técnicos y los **Centros Gastronómicos y mercado local,** como principal transformador de la oferta de los productores; Y una segunda Línea de transferencia de innovación de los aspectos claves para la superación de los factores limitantes del rubro ovino, señalados en la matriz agraria de la región de la Araucanía, B**) Fase de Transferencia de innovación por Ámbito:** se generar diferentes acciones y actividades para la intervención y superación de los factores limitantes del rubro, con el objetivo de delinear e intervenir a través de la transferencia de la experiencia de innovación de la cadena de valor ovina en los diferentes territorios a trabajar.
Como resultado, se sistematizara el modelo y los distintos aspectos técnicos de la cadena de valor ovina, que se trasferirán en los territorios de Lautaro y Angol, generando un **Plan estratégico organizacional por comuna**, con la finalidad de poder generar una carta de navegación y desarrollo planificado del modelo de negocio Ovino.

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general[1]

Transferir el modelo de innovación que ha venido desarrollando Ovicoop, generado a través de la gestión de la cadena de valor Ovina de forma asociativa, permitiendo la agregación de valor al cordero a través de cortes gourmet, al mejorar y promocionar la producción y el consumo ovino en la Araucanía.

1.2.2. Objetivos específicos[2]

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Transferencia del Modelo organizativo y de articulación.
2	Elaborar un diagnóstico productivo en relación al modelo de organización que se quiere alcanzar; mediante el cual se identificarán con precisión las brechas que deben ser resueltas.
3	Implementar un modelo de gestión para estandarizar la carne de cordero en torno a un sello de calidad propio y con identidad local. "Protocolo de Producción".
4	Transferencia de la experiencia de innovación en el mercado y comercialización de cortes gourmet, destino de cortes, productos con mayor demanda líneas de negocio del cordero, Modelo de negocio.
5	Realización de Coching Organizacional en el ámbito asociativo.
6	Realizar acciones de Formación y capacitación a través de la creación de una escuela de pastores ovinos
7	Promocionar y difundir el Cordero, a través de una correcta promoción de los atributos de la carne ovina local con trazabilidad, desde su origen, la sanidad del predio, la manufactura industrial y la comercialización a través de cortes y platos preparados por chef reconocidos.
8	Elaboración Plan Estratégico Comunal, generada con la información obtenida de los objetivos trabajados anteriormente.

[1] El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con el proyecto. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

[2] Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general del proyecto. Cada objetivo específico debe conducir a uno o varios resultados. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

1.3. Método: identificar y describir los procedimientos que se van a utilizar para alcanzar cada uno de los objetivos específicos del proyecto. (Incluir al final, las actividades de difusión y transferencia de los resultados del proyecto) (máximo 8.000 caracteres para cada uno).

Método objetivo 1: Transferencia del Modelo organizativo y de articulación.
Se generan talleres con los productores u organizaciones comunales, para transferir la metodología y experiencia del modelo organizacional adoptado por Ovicoop y la generación de redes que permiten potenciar la estructura organizativa y la articulación de actores en cada territorio, en ella se centrarán los esfuerzos en la creación y generación de habilidades y confianzas para el fortalecimiento y creación de una nueva estructura organizativa, donde se trasferirá la experiencia organizacional de Ovicoop en cada comuna, en conjunto se establecerán los primeros nexos para el desarrollo de estrategias y encadenamiento de actores, donde se pretende generar la articulación en esta primera etapa de 4 sectores: Los **productores ovinos,** a través de la **generación de una estructura asociativa de productores,** quien es el oferente de la materia prima, el **sector servicios**, a través, de las Plantas Faenadoras locales, responsable de la faenación y despostes de cortes de calidad de los ovinos, el **Municipio de local** en conjunto con **GESUR** como los referentes técnicos y los **Centros Gastronómicos y mercado local,** como principal transformador de la oferta de los productores; con platos de alta gastronomía y los consumidores tanto comunales, como turistas de paso hacia que buscan la Araucanía como un destino final gastronómico.
Método objetivo 2: Elaborar un diagnóstico productivo en relación al modelo de organización que se quiere alcanzar; mediante el cual se identificarán con precisión las brechas que deben ser resueltas.

Se trabajarán en talleres participativos con todos los productores en cada comuna, estableciendo los siguientes Jornadas o talleres:

1. Análisis de la situación actual productiva, incluyendo modelo de negocio actual y futuro como a su vez nuevas unidades de negocio, abordado las siguientes temática, descripción de la organización, análisis de recursos disponibles, análisis organizacional y sistémico, análisis estratégico, entorno futuro y el actual en: clientes, proveedores, competidores, oportunidades y amenazas.
2. Levantamiento de diagnóstico Productivo, donde se analizara brechas en conjunto, y situación productiva primaria comunal.
3. Diagnostico Levantado y análisis global de índices productivos.

Método objetivo 3: Implementar un modelo de gestión para estandarizar la carne de cordero en torno a un sello de calidad propio y con identidad local. "Protocolo de Producción".

Se trabajará en talleres en conjunto con los productores para la generación de acuerdos de estándar de calidad en la producción, con fin de acordar un sello de calidad propio local y plasmar estos acuerdos en un documento o **protocolo de producción.**

Método objetivo 4: Transferencia de la experiencia de innovación en el mercado y comercialización de cortes gourmet, destino de cortes, productos con mayor demanda y líneas de negocio del cordero. Modelo de negocio.

Se trabajará en jornadas de trabajo en conjunto con los productores locales para exponer la experiencia comercial y de mercado con los cortes gourmet de cordero, con énfasis en los problemas iniciales, salida de productos y cortes, y desarrollo de líneas de negocio de agregación de valor del cordero, trasferencia modelo de negocio; además se generará la creación de sitios web. Para cada organización, potenciando la visualización de su organización, se incluyen dos giras, una para cada organización comunal a conocer Ovicoop y su cadena de valor.

Método objetivo 5: Realización de Coaching Organizacional en el ámbito asociativo.

Se realizará una transferencia de liderazgos directivos campesinos, cuyo enfoque será la generación de talleres de líderes organizacionales, donde se espera crear un intercambio entre dirigentes de ovicoop y los productores en las diferentes comunas a trabajar, con el objetivo de generar un coching organizacional entre productores, transfiriendo la experiencia directiva y

asociativa de estos años.
Método objetivo 6: Realizar acciones de Formación y capacitación a través de la creación de una escuela de pastores ovinos.
Se replicará la experiencia de formación de la escuela de pastores ovinos (iniciativa generada hace décadas en Europa), y replicada por el CIDOM-FIA con el objetivo de generar capacidades técnicas productivas, para poder afrontar problemáticas y brechas productivas detectadas en el diagnóstico.
Método objetivo 7: Promocionar y difundir el Cordero, a través de una correcta promoción de los atributos de la carne ovina local con trazabilidad, desde su origen, la sanidad del predio, la manufactura industrial y la comercialización a través de cortes y platos preparados por chef reconocidos.
Se diseñará material gráfico, imagen corporativa, productos audiovisuales y virtuales, los que se difundirán a través de todos los medios. Se realizarán un seminarios/taller comunal; Se realizara un curso con un chef conocido con el objetivo de capacitar y articular con otros centros gastronómicos comunales y promocionar el cordero local, además de material que promueva el consumo y un evento de promoción comercial comunal del cordero por organización. Se deberá implementar una actividad en conjunto como "amplificador" del trabajo realizado en cada comuna.
Método objetivo 8: Elaboración Plan Estratégico comunal, generada con la información obtenida de los objetivos trabajados anteriormente.
Este plan se construirá paulatinamente junto a las actividades que se irán desarrollando, por lo cual al final del proyecto quedara como insumo a cargo de GESUR para entregar a las diferentes organizaciones de productores comunales, y será validado por los productores en conjunto con el Municipio local y área Indap Local.

1.4. Resultados esperados e indicadores: Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico de acuerdo a la siguiente tabla.

RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.						
Nº OE	**Nº RE**	**Resultado Esperado[3] (RE)**	**Indicador[4]**	**Línea base del indicador** (al inicio de la propuesta)	**Meta del indicador** (al final de la propuesta)	**Fecha de alcance de la meta**
1	1.1	Productores capacitados en Modelo Organizativo y de articulación Transferido.	Generación de convenios con actores locales	0	2	15-12-2018
1	1.2	Generación de convenios con actores locales	Convenio elaborado	0	2	30-01-2020
2	2.1	Diagnostico productivo elaborado.	Diagnostico estratégico	0	2	30-05-2019
3	3.1	Generación de un protocolo productivo	Protocolo de producción	0	2	30-07-2019
4	4.1	Transferencia de experiencia e innovación de Mercado, comercialización y modelo de negocio.	Taller Mercado y comercialización	0	2	30-09-2019
4	4.2	Productores generan actividades de intercambio Gira a Ovicoop	Ejecución de actividades comerciales	0	2	30-04-2020

[3] Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta.
[4] Establecer cómo se medirá el resultado esperado.

4	4.3	Implementación de web	Web Elaborada	0	2	30-09-2019
5	5.1	Productores empoderados y fortalecidos a través del Coaching Organizacional realizado	Coaching Asociativo	0	2	30-01-2019
6	6.1	Productores capacitados en ámbitos productivos	Escuela de pastores realizada	0	2	30-01-2020
7	7.1	Amplificador técnico a través de Seminarios y material de difusión.	Seminarios realizados	0	2	30-11-2019
7	7.2	Articulación con centros gastronómicos "Cheff" y Consumidores "educados" en usos culinarios y formas de aprovechamiento de la carne de cordero y sus atributos	Curso gastronómico de promoción, recetario con catálogo de productos.	0	2	30-08-2020
7	7.3	Evento de Promoción directa hacia la comunidad.	Difusión y promoción del cordero hacia en medio local	0	2	30-09-2020
8	8.1	Plan estratégicos comunales elaborado y aprobados por los productores, actores locales municipio y área Indap Local.	Plan estratégico elaborado	0	2	30-09-2020

1.5. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

HITOS CRÍTICOS DE LA PROPUESTA		
Hitos críticos[5]	**Resultado Esperado[6] (RE)**	**Fecha de cumplimiento (mes y año)**
Modelo Organizacional y de articulación transferido con productores empoderados con instrumentos suficientes para el Cambio.	• Productores capacitados en Modelo Organizativo y de articulación Transferido. • Generación de convenios con actores locales.	30-01-2020
Diagnóstico estratégico.	• Diagnóstico terminado.	30-05-2019
Transferencia de Innovación en ámbito de mercado y comercial, asociado a puesta de valor agregado de sus productos.	• Talleres de innovación de comercial y de mercado ejecutados. • Ejecución de actividades de promoción comercial conjunta. • Web Organizacional.	30-04-2020
Transferencia de innovación en la generación de habilidades y confianzas para el fortalecimiento de una nueva estructura organizativa.	• Empoderamiento de los productores a través del Coaching de liderazgos.	30-02-2019
Promoción y difusión del cordero	• Difusión y promoción del cordero hacia en medio local y regional.	28-09-2020

[5] 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.

[6] Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

Plan estratégico Formulado y con validación del modelo transferido.	• Plan estratégico validado por productores y actores locales Municipio e Indap Local	30-09-2020

1.6. Carta Gantt: Indicar la secuencia cronológica para el desarrollo de las actividades señaladas anteriormente de acuerdo a la siguiente tabla:
Incluir al final, las actividades de difusión y transferencia de los resultados del proyecto.

CARTA GANTT

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

Nº OE	Nº RE	Actividades	Años											
			2018-2019						2019-2020					
			O N	D E	F M	A M	J J	A S	O N	D E	F M	A M	J J	A S
1	1.1	Talleres de trasferencia de modelo organizacional	X											
1	1.2	Generación de convenios con actores locales						X	X	X				
2	2.1	Talleres de análisis de situación productiva y modelo de negocio actual y futuro		X	X									
	2.2	Diagnostico Productivo global desarrollado		X	X	X								
3	3.1	Desarrollo de protocolo de producción.					X							
4	4.1	Talleres de transferencia de innovación en el ámbito comercial y mercado del cordero " cortes gourmet" y líneas de negocio del cordero						X						
4	4.2	Productores generan actividades de intercambio Gira a Ovicoop								X	X			

4	**4.3**	Desarrollo de web. organizacional					X	X						
5	**5.1**	Taller de coaching de liderazgos campesinos.		X	X									
6	**6.1**	Capacitación productiva "Escuela de pastores".			x	X	X	X	X	X				
7	**7.1**	Seminarios Locales						X	X					
7	**7.2**	Curso gastronómico Cheff, diseño de recetario, catalogo productos, folleteria,etc.									X	X	X	
7	**7.3**	Actividad de promoción directa, radio, TV,web, otros, incluye un evento de promoción directa para la comunidad por comuna.					X	X	X	X	X	X		
8	**8.1**	Elaboración de Plan estratégico organizacional de los productores.								X	X	X	X	X
0	**0**	Inauguración y cierre de proyecto	x										x	

1.7. Modelo de Negocio / Modelo de extensión y sostenibilidad (según sea el caso).

- Si la propuesta tiene una orientación de mercado, debe completar sólo las preguntas 1.7.1 a), 1.7.2 a), 1.7.3 a) y 1.7.4 a).
- Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, se debe completar sólo las preguntas 1.7.1 b), 1.7.2 b), 17.3 b) y 1.7.4 b).

1.7.1 Según corresponda: Si la propuesta está orientada de mercado, describa el mercado al cual se orientará los bienes o servicios generados en la propuesta. Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, identifique y describa los beneficiarios de los resultados de la propuesta.
Propuesta orientada al Mercado Local y regional, a través de la generación de valor agregado a la producción primaria de corderos, pasando a un modelo asociativo con generación de cortes gourmet de cordero.
1.7.2 Según corresponda: Si la propuesta está orientada de mercado, describa quiénes son los clientes potenciales y cómo se relacionarán con ellos. Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, explique cuál es el valor que generará para los beneficiarios identificados.
Consumidores locales, restorant y hotelería, turistas que vienen en busca de experiencias ligadas al agro en la temporada estival que permitirán generar una relación directa a través de la organización.
1.7.3 Según corresponda: Si la propuesta está orientada de mercado, describa cuál es la propuesta de valor. Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, 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.
La propuesta de valor es el modelo organizativo que pone apuesta a dar valor agregado a su producción, en conjunto con articulación de actores, que permite promover la producción y el consumo de carne de cordero de calidad, con impactos en la cadena. Tanto en la asesoría técnica especializada. Específicamente para productores, técnicos y profesionales que demandan asesoría agropecuaria especializada, generación de sellos de calidad y certificaciones participativas, organizacional de redes y de generación de rutas agrogastronómicas. Junto con lo anteriormente señalado la difusión y comunicación a través de eventos, publicaciones, material publicitario y promocional, información al consumidor, web y redes sociales, seminarios y talleres especializados, programa radial, entre otros, permitirán generar una visualización para el entorno local de la producción asociativa. Desarrollo de mercado y asesoría comercial. Gestión comercial productores y empresas.

1.7.4 Según corresponda Si la propuesta está orientada de mercado, describa cómo se generarán los ingresos y los costos del negocio. Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, describa con qué mecanismos se financiará el costo de mantención del bien o servicio generado de la propuesta una vez finalizado el cofinanciamiento.
En este caso al ser un negocio asociativo dependerá de los lineamientos que proyecten a través del plan estratégico futuro.

1.8. Potencial de impacto

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

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.
El principal impacto que se busca es producir la transformación y agregación de valor de su producción, con un retorno económico directo hacia los productores, al crear una figura asociativa conjunta encargada del proceso comercial del producto, en conjunto con la generación de nuevos canales comerciales locales.

N°	Indicador impacto productivo, económico y/o comercial	Línea base del indicador[7]	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta[8]
1	Valor Kg de cordero	$ 1000	$ 1200
2	Kg. Vendidos de forma asociativa	0	2000 Kg.
n			

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

[8] Indique los cambios esperados de los indicadores a los dos años después del término de la propuesta.

Describa los potenciales impactos sociales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta. Los indicadores de impacto social pueden ser: número de trabajadores, salario de los trabajadores, nivel de educación, integración de etnias, entre otros.
En cuantos a los impactos sociales se generaran varios durante el proyecto, sobre todo con la visualización productiva campesina en su entorno local, pero destacamos dos impactos sociales en torno a la generación de un capital humano organizacional para la construcción conjunta del negocio Ovino, y que se plasmara gracias a los insumos del diagnóstico productivo, en una línea base de crecimiento gradual en el tiempo, que será aborda con una hoja de ruta de mediano y largo plazo que seguirá operando una vez retirado el proyecto, como lo es el plan estratégico organizacional.

N°	Indicador impacto social	Línea base del indicador[9]	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta[10]
1	Modelo organizacional estratégico y Modelo de Negocio Actual y futuro.	Sin Modelo	Nuevo modelo estratégico, organizacional y de negocios.
2	Diagnostico Estratégico	No existe	Diagnostico estratégico elaborado y Plan estratégico construido para la puesta en marcha de metas futuras.
n			

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

[10] Indique los cambios esperados de los indicadores a los dos años después del término de la propuesta.

Describa los potenciales impactos medio ambientales que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta. Los indicadores de impacto medio ambientales pueden ser: volumen de agua utilizado, consumo de energía, uso de plaguicidas, manejo integral de plagas, entre otros.			
Sin Impactos Ambientales.			
N°	**Indicador impacto medio ambiental**	**Línea base del indicador[11]**	**Impacto esperado dos años después del término de la propuesta[12]**
1			
2			
Si corresponde, describa otros potenciales impactos que se generarían con la realización de la propuesta. Además, complete la tabla con los indicadores de impacto asociados a su respuesta. Otros indicadores de impacto pueden ser: derechos de propiedad intelectual, nuevas publicaciones científicas, acuerdos de transferencia de resultados, entre otros.			
Máximo 500 caracteres, espacios incluidos.			
N°	**Indicador de otros impactos**	**Línea base del indicador[13]**	**Impacto esperado dos años después del término de la propuesta[14]**
1			
2			
n			

[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.

1.9. Producto general del proyecto

Indique hasta 3 productos que se espera como consecuencia de la ejecución de la propuesta.

N°	Identificación y descripción de los productos esperados	Tipo de innovación esperada Considere los siguientes tipos de innovación: • Innovación de producto • Innovación de proceso • Innovación en método de comercialización y marketing. • Innovación en gestión organizacional y/o asociatividad.	Grado de novedad de los resultados esperados Considere el grado de novedad de él o los productos de acuerdo a las siguientes opciones: • El producto es nuevo en las organizaciones involucradas en el proyecto, pero existente en la región • El producto es nuevo en la región, pero existente en el país • El producto es nuevo en el país, pero existente en el mundo. • El producto es nuevo en el mundo.
1	**Modelo de negocio y Organizacional Transferido.**	• Innovación de producto • Innovación en gestión organizacional y/o asociatividad.	• El producto es nuevo en el país, pero existente en el mundo.
2	**Protocolo Productivo Desarrollado**	• Innovación de proceso	• El producto es nuevo en las organizaciones involucradas en el proyecto, pero existente en la región
3	**Plan estratégico Elaborado.**	• Innovación en método de comercialización y marketing. • Innovación en gestión organizacional y/o asociatividad.	• El producto es nuevo en las organizaciones involucradas en el proyecto, pero existente en la región

2. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Gestión Rural para el Sur GESUR LTDA.	
Giro / Actividad	Consultoría	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	X
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	S/V	
Exportaciones, último año tributario (US$)	S/V	
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)	No	
Dirección **postal** (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Juan Carlos Villagra Retamal	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Médico Veterinario	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Coordinador de Proyecto	
Firma representante legal		

Anexo 2. Ficha identificación de los asociados. Esta ficha debe ser llenada para cada uno de los asociados al proyecto.

Nombre completo o razón social	Cooperativa Campesina Ovinos Victoria	
Giro / Actividad	Comercializadora de Carnes	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	Cooperativa
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	2200 UF	
Exportaciones, último año tributario (US$)		
Número total de trabajadores	3	
Usuario INDAP (sí / no)	SI	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Adelmo Aramis Castro Jara	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente Ovicoop	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Municipalidad de Lautaro	
Giro / Actividad	Estatal	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Estatal
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	S/V	
Exportaciones, último año tributario (US$)	S/V	
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)	NO	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Raúl Alberto Schifferli Díaz	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Alcalde de la Comuna de Lautaro	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Municipalidad de Angol	
Giro / Actividad	Estatal	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Estatal
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	S/V	
Exportaciones, último año tributario (US$)	S/V	
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)	NO	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	José Enrique Neira Neira	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Alcalde de la Comuna de Lautaro	
Firma representante legal		

Anexo 3. 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	Juan Carlos Villagra Retamal
RUT	
Profesión	Médico Veterinario
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Gesur Ltda.
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Gestor de Proyectos
Dirección **postal de la empresa/organización donde trabaja** (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	Jhonny Tillotson Venegas Soto
RUT	
Profesión	Ingeniero Ejecución Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	
Dirección **postal de la empresa/organización donde trabaja** (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	Christian Manuel Núñez Morales
RUT	
Profesión	Médico Veterinario
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Municipalidad de Lautaro
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Encargado de la Unidad de Desarrollo Económico Local
Dirección **postal de la empresa/organización donde trabaja** (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	Gerardo Andrés Hidalgo Cerda
RUT	
Profesión	Ejecución Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Municipalidad de Angol
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Encargado de la Unidad de Desarrollo Económico Local
Dirección **postal de la empresa/organización donde trabaja** (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Anexo 4. Beneficiarios directos de la propuesta

En caso que su proyecto contemple beneficiarios directos, se debe repetir el "Cuadro: Beneficiarios Directos" según el número de personas consideradas por el proyecto

Cuadro : Beneficiario Directos Por Definir en conjunto con los municipios	
Nombres	
Apellidos	
RUT	
Dirección personal	
Ciudad o Comuna	
Región	
Fono /Celular	
Email personal	