



CHILE LO  
HACEMOS  
TODOS



OFICINA DE PARTES E FIA  
RECEPCIONADO  
Fecha ..... 14 DIC 2018  
Hora ..... 10:40  
Nº Ingreso ..... 53693

*Por APF  
y JE  
Me-Dos.*

## CONVOCATORIA REGIONAL 2017 PROYECTOS DE INNOVACIÓN “Innovando en rubros priorizados de la Región de La Araucanía”

### PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	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.
Ejecutor:	Tokosova Hydrovalv SPA
Código:	PYT-2018-0349
Fecha:	29.11.2018
Región(es) de ejecución	La Araucanía
Región(es) de impacto	La Araucanía



## Tabla de contenidos

Tabla de contenidos .....	2
I. Plan de trabajo.....	3
1. Configuración técnica del proyecto .....	3
2. Anexos .....	19
3. Costos totales consolidados .....	27
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	28

## I. Plan de trabajo

### 1. Configuración técnica del proyecto

#### 1.1. Resumen ejecutivo

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.

Diseño, implementación, ajuste y validación del modelo propuesto se apoyará la gestión integral de las siguientes empresas y sus respectivos productos:

María Sonia Neira Molinet	Avellana chilena o gevuina.
Militza Paulette Luchsinger Affeld	Hortalizas de especialidad
Cooperativa Agrícola Antonio Rapiman	Derivados de manzanas y plantas medicinales
Cooperativa agrícola campesina We Mogen	Café de Cebada

## 1.2. Objetivos del proyecto

### 1.2.1. Objetivo general<sup>1</sup>

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.

### 1.2.2. Objetivos específicos<sup>2</sup>

Nº	Objetivos Específicos (OE)
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 mejoren 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 Chanin", desarrollado.
4	Difundir el modelo diseñado e implementado y sus valores

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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: 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.

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 generar acciones para reducirlas.

Posteriormente se seleccionarán e integrarán proveedores de insumos y servicios para mejorar calidad y reducir costos. Se realizará 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.

Los productos a evaluar y desarrollar serán la avellana gevuina, derivados de manzanas y hortalizas de especialidad.

A partir de diagnóstico de brechas realizado que abordará aspectos productivos, de gestión administrativa, organizacional y comercial. Posteriormente con las brechas sistematizadas y priorizadas se definirá el plan de capacitación y el conjunto de acciones correctivas y de acompañamiento que darán contenido al modelo de gestión integral a proponer

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.

Visitas a 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 evaluará el desarrollo de una imagen de marca paragua, 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 autogestionado que certificará 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.

Se contará con un sitio que contenga la participación de los productos de nuestros asociados y el desarrollo de una plataforma de e commerce, adicional a un sistema de seguimiento de los resultados de la página hacia los canales de venta al detalle, distribuidores, RRHH de empresas.

Los productos generados en el marco de la propuesta serán colocados en mercado inicialmente nacional utilizando, por ejemplo, el convenio establecido con Cencosud y abriendo nuevos mercados. Siempre tomando decisiones de acuerdo con las señales de mercado y el interés comercial de los proveedores y de la empresa Tokosova.

Para formalizar la relación de negocio entre las empresas y Tokosova se firmará un 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 Chanin", desarrollado.

Como producto del análisis de brechas detectadas y analizadas en la fase inicial del proyecto, 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. Los temas a abordar en la capacitación serán definidos de acuerdo a la brechas definidas en el diagnóstico.

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

Para difundir el modelo se realizarán actividades “charlas” orientadas a representantes de servicios públicos (INDAP, CONADI, CORFO, SERCOTEC, FOSIS, PROCHILE, GORE, ECONOMÍA) y agentes privados 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.

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

Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.						
Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador <sup>4</sup>	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)	Fecha de cumplimiento (meta del indicador)
1	1	Brechas y expectativas por eslabón de la cadena de valor identificadas y sistematizadas.	Nro. de Informe	0	4	Febrero 2019
1	2	Estudio de consumidores	Nro. de informe	0	4	Enero 2019
2	2	-Modelo comercial tipo Supply Chain, diseñado.	Nro.de informe	0	1	Marzo 2019
2	3	-Modelo comercial tipo Supply Chain, validado por los productores y transferido.	Nro. de informe	0	1	Junio 2019
2	4	Diseño marca paragua y definición de atributos	Nro. informe	0	1	Mayo 2019

<sup>3</sup> Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta.

<sup>4</sup> Indicar el indicador del resultado esperado.



Fundación para la  
Innovación Agraria



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

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	Mayo 2019
3	6	Programa de capacitación y transferencia para disminución de brechas diseñado.	Informe	0	1	Marzo 2019
3	7	Productores agrícolas y agro-elaboradores de La Araucanía con capacidades de gestión productiva transferidas	Informe	0	1	Marzo 2020
4	8	Modelo comercial tipo "Supply Chain", difundido	Informe	0	1	Mayo 2020
		Ventas realizadas en el marco del proyecto con implementación del modelo.	Firma contrato empresa - productores. <b>% Incremento en ventas de productores respaldado en Ivas</b> semestrales.	0	4	Abril 2019



### 1.5. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos <sup>5</sup>	Resultado Esperado <sup>6</sup> (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Modelo comercialización diseñado y validado	<ul style="list-style-type: none"><li>• Brechas y expectativas por eslabón de la cadena de valor identificadas y sistematizadas.</li><li>• Estudio de consumidores desarrollado</li><li>• Modelo comercial tipo Supply Chain, diseñado.</li><li>• Diseño marca paragua y definición de atributos</li></ul>	Mayo-junio 2019
Ventas realizadas en el marco del proyecto con implementación del modelo.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Firma contrato empresa-productores</li><li>• Modelo comercial implementado con negocios desarrollados y con articulación y vinculación estrecha de eslabones</li></ul>	Abril 2019 en adelante.
El centro de gestión virtual de Tokosova generará un canal de comercialización distinto al actual que ya tienen los asociados.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Modelo comercial implementado con negocios desarrollados y con articulación y vinculación estrecha de eslabones. Contratos firmados entre empresas y TOKOSOVA</li></ul>	Mayo 2019

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.



### 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), 1.7.3 b) y 1.7.4 b).

#### 1.7.1 Según corresponda:

- a) Si la propuesta está orientada de mercado, describa el mercado al cual se orientará los bienes o servicios generados en la propuesta.
- b) Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, identifique y describa los beneficiarios de los resultados de la propuesta.

Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

1.- Para la cadena articulada compuesta por las Empresas beneficiarias y por el sistema de gestión para el soporte productivo y comercial, representado por Tokosova, el mercado objetivo se compone de diversos cluster:

- 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

2.- Para la empresa Tokosova el mercado objetivo se divide en uno interno, representado por las Empresas beneficiarias y sus requerimientos de acompañamiento productivo, administrativo y comercial y el sistema público y privado ofreciéndoles un modelo de gestión eficaz y eficiente para apoyar el desarrollo económico y social de la micro y pequeña empresa campesina de la región.

#### 1.7.2 Según corresponda:

- a) Si la propuesta está orientada de mercado, describa quiénes son los clientes potenciales y cómo se relacionarán con ellos.
- b) Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, explique cuál es el valor que generará para los beneficiarios identificados.

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

Los Clientes Indirectos son los diversos canales de venta y la relación inicial se realizará 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.

1.7.3 Según corresponda:

- a) Si la propuesta está orientada de mercado, describa cuál es la propuesta de valor.
- b) 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.

(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.)



1.7.4 Según corresponda

- a) Si la propuesta está orientada de mercado, describa cómo se generarán los ingresos y los costos del negocio.
- b) Si la propuesta está orientada a resultados de interés público, 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).

- Para los productores: Comercialización de productos despachados por el centro acopio. Los productores recibirán ingresos producto de las ventas canalizadas por Tokosova, empresa que facilitará facturación directa de los productores con los clientes finales o según sea el caso, comprará directamente los productos a las empresas beneficiarias al precio que la empresa defina.
- Para Tokosova: Porcentaje para la administración sobre la venta y el volumen total de facturación. Esto es un insumo más del proceso productivo. El porcentaje de comisión será generado en el modelo de negocio ya que va a depender de los costos del producto precio de venta, volúmenes, etc

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.

## 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.

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

	<b>Indicador impacto productivo, económico y/o comercial</b>	<b>Línea base del indicador<sup>7</sup></b>	<b>Impacto esperado dos años después del término de la propuesta<sup>8</sup></b>
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.
3	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.

<sup>7</sup> Indique los datos referentes a los últimos dos años (anterior al inicio de la propuesta).

<sup>8</sup> 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.

Máximo 500 caracteres, espacios incluidos.

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.

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.

	<b>Indicador impacto social</b>	<b>Línea base del indicador<sup>9</sup></b>	<b>Impacto esperado dos años después del término de la propuesta<sup>10</sup></b>
1	Aumento calidad de vida de pequeños productores		Inserción de pequeña agricultura en mercados formales y exigentes generando una unidad de negocio rentable y sustentable

**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.

Máximo 500 caracteres, espacios incluidos.

No aplica

<sup>9</sup> Indique los datos referentes a los últimos dos años (anterior al inicio de la propuesta).

<sup>10</sup> Indique los cambios esperados de los indicadores a los dos años después del término de la propuesta.



	Indicador impacto medio ambiental	Línea base del indicador <sup>11</sup>	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta <sup>12</sup>
<p><b>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.</b></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>			
	Indicador de otros impactos	Línea base del indicador <sup>13</sup>	Impacto esperado dos años después del término de la propuesta <sup>14</sup>
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 evitando evasión por tanto el PIB se verá aumentado reflejado por el aumento 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.

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

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

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

<sup>14</sup> 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	Grado de novedad de los resultados esperados
1		Considere los siguientes tipos de innovación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación de producto</li> <li>• Innovación de proceso</li> <li>• Innovación en método de comercialización y marketing.</li> <li>• Innovación en gestión organizacional y/o asociatividad.</li> </ul>	Considere el grado de novedad de él o los productos de acuerdo a las siguientes opciones: <ul style="list-style-type: none"> <li>• El producto es nuevo en las organizaciones involucradas en el proyecto, pero existente en la región</li> <li>• El producto es nuevo en la región, pero existente en el país</li> <li>• El producto es nuevo en el país, pero existente en el mundo.</li> <li>• El producto es nuevo en el mundo.</li> </ul>
2			
3			

## 2. Anexos

### Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	TOKOSOVA HYDROVALV SpA	
Giro / Actividad	CONSULTORIA Y ASESORIA	
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)	0	
Exportaciones, último año tributario (US\$)	0	
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	PABLO TOKOS LARRAIN	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	GERENTE GENERAL	
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	María Sonia Neira Molinet	
Giro / Actividad	Producción de avellanas	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	X
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)	0	
Número total de trabajadores	10	
Usuario INDAP (sí / no)	Si	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	Tostaduriamifamilia.cl	
Nombre completo representante legal	María Sonia Neira Molinet	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Persona natural	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Militza Paulette Luchsinger Affeld	
Giro / Actividad	Agricultor	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	X
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	1.000.000	
Exportaciones, último año tributario (US\$)	0	
Número total de trabajadores	0	
Usuario INDAP (sí / no)	No	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Militza Paulette Luchsinger Affeld	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Agricultor	
Firma representante legal		



Fundación para la  
Innovación Agraria



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

Nombre completo o razón social	Cooperativa Agrícola Antonio Rapiman	
Giro / Actividad	Agrícola	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Cooperativa
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores	6	
Usuario INDAP (sí / no)	Si	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	María Rapiman Ancavil	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Gerente	
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	Andrea Paz Fernández Bombín
RUT	
Profesión	Ingeniero en Ejecución Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Notorio Producción de Eventos Ltda
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Dueña
Dirección <b>postal de la empresa/organización donde trabaja</b> (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



Fundación para la  
Innovación Agraria



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

Nombre completo	Claudio Soler Álvarez
RUT	
Profesión	Médico veterinario
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Independiente
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	
Dirección <b>postal de la empresa/organización donde trabaja</b> (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

<b>Cuadro : Beneficiario Directos</b>	
<b>Nombres</b>	Militza Paulette
<b>Apellidos</b>	Luchsinger Affeld
<b>RUT</b>	
<b>Dirección personal</b>	
<b>Ciudad o Comuna</b>	Temuco
<b>Región</b>	La Araucanía
<b>Fono /Celular</b>	
<b>Email personal</b>	

<b>Cuadro : Beneficiario Directos</b>	
<b>Nombres</b>	María Sonia
<b>Apellidos</b>	Neira Molinet
<b>RUT</b>	
<b>Dirección personal</b>	
<b>Ciudad o Comuna</b>	Trovolhue
<b>Región</b>	Región de La Araucanía
<b>Fono /Celular</b>	
<b>Email personal</b>	

<b>Cuadro : Beneficiario Directos</b>	
<b>Nombres</b>	Cooperativa Agrícola
<b>Apellidos</b>	Antonio Rapiman
<b>RUT</b>	
<b>Dirección personal</b>	
<b>Ciudad o Comuna</b>	Padre Las Casas
<b>Región</b>	La Araucanía
<b>Fono /Celular</b>	
<b>Email personal</b>	



Fundación para la  
Innovación Agraria



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

<b>Cuadro : Beneficiario Directos</b>	
<b>Nombres</b>	Cooperativa Agrícola Campesina
<b>Apellidos</b>	We Mogen
<b>RUT</b>	
<b>Dirección personal</b>	
<b>Ciudad o Comuna</b>	Traiguén
<b>Región</b>	La Araucanía
<b>Fono /Celular</b>	
<b>Email personal</b>	