



*FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017*

CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD
(FIC) AYSÉN 2017
ENTIDADES RECEPTORAS

**FORMULARIO
PRESENTACIÓN DE INICIATIVAS**



1. ANTECEDENTES GENERALES DE LA INICIATIVA

1.1 Nombre de la Iniciativa

Un viaje del presente al futuro de las Alfareras de Puerto Ibáñez: agregación de valor al producto, innovación de proceso y fortalecimiento de la identidad en el par producto-mercado.

1.2 Período de ejecución

Duración (meses): 4

Fecha inicio proyectada: Abril 2018

1.3 Ubicación y Cobertura territorial:

Indique localidades, comunas y/o provincias para:

- a) Ubicación del proyecto: Puerto Ibáñez-Santiago
- b) Ubicación de beneficiarios: Puerto Ibáñez

1.4 Beneficiarios

4 Mujeres Alfareras de Río Ibáñez

1.5 Monto Inicitiva

Solicitado Total a FIC	:	\$17.359.120
Solicitado a FIC 2017	:	\$1.350.000
Aporte Propio ¹	:	\$3.600.000
Aporte Asociados	:	\$2.200.000
Monto Total	:	\$23.159.120

¹ Al menos el 5%, entre aportes propios y de asociados, debe ser pecuniario.



1.6 Resumen ejecutivo:

El proyecto contempla tres ámbitos de trabajo: (1) Formación Avanzada en el Oficio de la Cerámica; (2) Creación de Valor del Negocio, y (3) Nuevas Oportunidades de Negocio.

Formación Avanzada en el Oficio de la Cerámica, tiene como objetivo entregar conocimiento y tecnología a las alfareras para que puedan seguir desarrollando su propia artesanía, mejorar su técnica, diversificar su producto y aportar calidad material a sus actuales y nuevas creaciones.

Asimismo, además, de fomentar la simbología propia de su territorio, se entregará una mirada actual del mercado de la cerámica y se compartirán distintas experiencias de oficianes de la cerámica y cómo se han posicionado en el mercado.

La capacitación está diseñada como un taller práctico donde se entregarán las técnicas de construcción y decorativas, clases teóricas de tecnología de los materiales y un espacio de conversación e intercambio de visión con ceramistas reconocidos.

Una parte teórica de tecnología de los materiales, estará a cargo de Carolina Grof, ceramista especializada en fabricación de esmaltes. Para el conversatorio de estrategias de mercado y contaremos con la presencia de José Domingo Prado, reconocido ceramista Chileno, con estudios en Japón y con Polimnia Sepúlveda, maestra del oficio con una extensa trayectoria.

Creación de Valor del Negocio, individualizado para las artesanas, tiene como propósito influir sobre el lenguaje de los objetos de la cultura material y su capacidad de reconfiguración en la creación de valor vinculado con su identidad.

Se desarrollarán tres acciones concretas:

- Creación de una nueva línea de producto, para cada artesana, que considera el desarrollo de los prototipos.
- Diseño del Packaging para la nueva línea de producto.
- Análisis de la Marca de cada artesana: ajustes en correlato con la identidad y actualizaciones según las tendencias en esta materia.

Nuevas Oportunidades de Negocios: es un taller que entregará la visión de cómo encontrar oportunidades de negocio, su generación y establecer claramente qué tipo de emprendimiento posee cada artesana. A partir de las oportunidades de negocio que cada artesana descubra, podrá establecer qué tipo de negocio ofrece a sus clientes, cómo llega a ellos y cómo se relaciona con ellos y en fin como el negocio genera dinero+.

Se desarrollará:

Análisis del modelo de negocio de cada artesana: ajustes, recomendaciones y proyecciones del negocio en relación al segmento de cliente definido.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017**

2. ANTECEDENTES DEL POSTULANTE Y ASOCIADOS

2.1 Identificación de la entidad postulante	
Nombre	Universidad de Santiago de Chile
RUT	60.911.000-7
Dirección	Av. Libertador Bernardo O'Higgins 3363, Estación Central, Stgo.
Teléfonos	227180000
2.2 Identificación Representante Legal²	
Nombre	Juan Manuel Zolezzi Cid
CI	[REDACTED]
Dirección	[REDACTED]
Teléfonos	[REDACTED]
E-mail	[REDACTED]
Firma ³	
2.3 Identificación de Representante Técnico	
Nombre	María Teresa Santander Gana
CI	[REDACTED]
Dirección	[REDACTED]
Teléfonos	[REDACTED]
E-mail ⁴	[REDACTED]
Firma	

² El representante legal, de la entidad receptora, es quién debe firmar cada documento enviado al GORE Aysén.

³ La postulación de iniciativas a esta Convocatoria acredita para todos los efectos legales, que el representante legal de la institución que postula conoce y acepta el contenido íntegro de las presentes bases y se sujetará a los resultados del presente Concurso.

⁴ Las comunicaciones oficiales, para efectos de coordinación de la iniciativa, se realizarán a esta dirección de correo electrónico.



FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017

2.4 Presencia Regional del postulante

Para el desarrollo de las actividades que se requieran en el proyecto, contamos con las Instalaciones físicas de La Municipalidad de Río Ibáñez, quienes apoyan esta iniciativa. Lo anterior se puede evidenciar en el Anexo 2 de Aportes Financieros. Por otra parte el Coordinador del Proyecto, Sr. Claudio Herrera Figueroa tiene domicilio permanente en Obispo Michelatto 146, Coyhaique, domicilio que el Coordinador pone a disposición para las actividades del Proyecto.

2.5 Identificación de asociados

Nombre asociado 1	Municipalidad Río Ibáñez
Giro	Administración Pública, Defensa
Rut	69.253.100-0
Dirección	Carlos Soza N°161
Teléfonos	672423216
Contacto	Marcelo Santana, Alcalde
E-mail	marcelo.santana@rioibanez.cl

Nombre asociado 2	Comité de Artesanos Chëwachëkena
Giro	No Tiene
Rut	65.079.922-4
Dirección	Carlos Soza N° 161, Río Ibáñez
Teléfonos	999397882
Contacto	Marlina Orellana Silva
E-mail	comitechewachëkena@gmail.com

Nombre asociado 3	Gladys Alarcón Vitelman
Giro	Comercio al por menor de Artículos Típicos (artesanías)
Rut	██████████
Dirección	████████████████████
Teléfonos	██████████████████



FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017

Contacto	Gladys Alarcón Vitelman
E-mail	cultura@rioibanez.cl

Nombre asociado 4	Eva Carrillo Sepúlveda
Giro	Comercio al por menor de Artículos Típicos (artesanías)
Rut	[REDACTED]
Dirección	[REDACTED]
Teléfonos	[REDACTED]
Contacto	[REDACTED]
E-mail	[REDACTED]

Nombre asociado 5	Albertina Chacano
Giro	Comercio al por menor de Artículos Típicos (artesanías)
Rut	[REDACTED]
Dirección	[REDACTED]
Teléfonos	[REDACTED]
Contacto	[REDACTED]
E-mail	[REDACTED]

Nombre asociado 6	Ediht Cayún Sepúlveda
Giro	Otras actividades de servicios personales N.C.P.
Rut	[REDACTED]
Dirección	[REDACTED]
Teléfonos	[REDACTED]
Contacto	[REDACTED]
E-mail	[REDACTED]



3. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA

3.1 Pertinencia y aporte de la iniciativa

Considerando que en la comuna de Río Ibáñez surgió, en los años 70, un saber que se plasma en la materialidad que da forma a la cerámica creada por manos de mujeres: materia prima distintiva que se encuentra geológicamente en esa zona geográfica y que forma parte de las vidas e identidad de estas mujeres. Mujeres que han logrado emprender en el mundo de la artesanía, haciendo de su oficio de alfarera la actividad económica principal de sus familias. Fruto del ejercicio de su oficio, sus familias han crecido económicamente y han alcanzados sus sueños. Asimismo, dicho oficio se instala en el territorio y erige como identidad de Río Ibáñez a través de la identificación de los cacharros de cerámica decorativos que integran la tradición, la cultura, la historia y simbología tehuelche de la zona; actualmente con incursiones en cerámica utilitaria que dialoga con la tradición y permite acceder a nuevos mercados. Sin duda, el rol que juega para la comunidad la artesanía en Río Ibáñez, particularmente la cerámica, es fundamental. Este es un oficio que aporta tanto a la economía local como muy especialmente a la identidad y atractivo cultural de la zona. Hoy la cerámica decorativa de estas mujeres se encuentra en muestros, centros típicos de artesanía en ciudades como Coyhaique, Puerto Montt, Serena y Santiago; ellas durante todo el año participan de ferias de artesanía nacional e internacional, son reconocidas y valoradas en el mundo de la artesanía en Chile. Por todo lo anterior, es fundamental dar continuidad al oficio a través de la formación de maestras especializadas para que puedan preparar a la generación de recambio asimismo con agregar valor a sus negocios, incorporando innovación en sus procesos y productos que permitan ampliar su segmento mercado y potenciar aún más la identidad local.

3.2 Objetivo general

El proyecto contempla tres ámbitos de trabajo: el oficio, la innovación y el negocio de las Alfareras de Río Ibáñez para así fortalecer el negocio de la artesanía y la identidad de Río Ibáñez. **Capital de Artesanos+**

El objetivo general es la transferencia integral de técnicas especializadas en el oficio de la cerámica junto con la instalación de competencias emprendedoras innovativas, en las artesanas de Río Ibáñez. El propósito de la transferencia es agregar valor a productos (innovación incremental o radical) junto con generar capacidades de replicabilidad a través de la enseñanza del oficio y las buenas prácticas en innovación de productos, acordes a los códigos culturales de los mercados locales y globales.



3.3 objetivos específicos

Los objetivos específicos son:

- (1) Formación Avanzada Integral en el Oficio de la Cerámica y Técnica a fines.
- (2) Desarrollo integral de propuestas de productos innovativos, mediante agregación de valor significativo, códigos identitarios y relatos coherentes con los segmentos observados en mercados locales y globales.
- (3) Generación de Nuevas Oportunidades de Negocio con epicentro en la identidad.

3.4 Mérito innovador (máximo 1 página)

La movilización de procesos creativos, técnicas y procesos críticos de agregación de valor al interior de los modelos de negocios de las alfareras.

En este contexto, el mérito innovador del proyecto consiste en la aplicación de una estrategia diferenciadora de productos, en base a las opciones de significados que agregan valor, en función de los códigos y tendencias culturales que determinan los patrones de consumo de los segmentos objetivo, valorando y posicionando el rol identitario y las características de la zona, es decir, la imbricación greda + cuero + simbología tehuleche un hacer hecho por mujeres instaladas en Río Ibañéz.

El mérito innovador del proyecto tiene dos dimensiones:

- (a) La mayoría de las iniciativas de innovación de producto que se realizan, no siguen un proceso sistémico y organizado que permita una coordinación efectiva del proceso creativo al interior de los emprendimientos. Este proyecto realiza el proceso en base al nuevo paradigma que los productos compiten por significado en el mercado y por lo tanto se aplica la lógica de Innovación de Producto/Marca/identidad.
- (b) Las capacidades técnicas de las alfareras, requieren de competencias, técnicas y conocimiento de las actuales tendencias, hasta ahora no han tenido una Misión o Pasantía que les permita tener una visión más amplia del mercado de la cerámica, no tienen internalizado el nuevo paradigma competitivo; para generar una cultura innovadora, el capital humano al interior de las empresas (talleres de artesanas), tienen que tener conciencia de los procesos culturales que ocurren en el mercado y desde esta mirada, generar nuevas propuestas de valor. En esta perspectiva, en el proyecto se integran las dimensiones (i) Formación Avanzada en el Oficio de la Cerámica, (ii) Creación de Valor del Negocio y (iii) Nuevas Oportunidades de Negocios.

En función de estas estrategias, se movilizarán procesos creativos, tecnologías y procesos críticos de agregación de valor al modelo de negocios.



3.5 Diagnóstico de la situación actual

En cuanto al problema a abordar, en la Región, se han realizado diversos y variados esfuerzos por apoyar la actividad de las artesanas, por ejemplo, capacitaciones; difusión de sus cerámicas mediante la elaboración de: folletos, catálogos, sitios web, otros; participación en ferias entre otras actividades. Todas acciones para dar a conocer sus productos y posicionarlas en el mundo de la artesanía chilena. Sin embargo, a la fecha no hay registro de iniciativas que combinen la transferencia de técnicas avanzadas en el oficio; innovación de producto; generación de imagen de marca con identidad y fortalecimiento del modelo de negocios que les permita agregar valor a su negocio.

De acuerdo a la ERI de Aysén, nuestra propuesta contribuye con los siguientes objetivos:

-Objetivo 1: Poner en valor el potencial de la innovación, calidad y creatividad para lograr nuevas iniciativas empresariales, mayor competitividad en las actividades productivas. Ya que a través de la capacitación en el oficio promovemos la calidad de los productos, con los talleres en creación de nuevos productos, se promueve la innovación y la creatividad para aumentar la productividad y competitividad en las actividades productivas aiseninas, y en el largo plazo busca agregar valor a la economía local y regional.

- Objetivo 2: Fortalecer el capital humano en la Región Aysén mediante el desarrollo de capacidades y habilidades para la innovación así como mediante el fomento de una cultura emprendedora y de innovación. A través de la enseñanza de nuevas técnicas del oficio se está formando capital humano adaptado a las capacidades de la Localidad de Puerto Ibáñez, reforzando el entramado productivo existente a través de la innovación de productos en cerámica.

En la Región Metropolitana, entre los años 2014-2016, el equipo de trabajo del proyecto participó en una iniciativa de similares características, con 12 Pymes manufactureras⁵, en el Proyecto GORE FIC RM denominado Santiago 10i, donde a través de la generación de propuestas de valor, desarrollo de prototipos de productos innovativos y la integración de un nuevo modelo de negocio, se obtuvieron resultados como: aumento en el nivel de ventas; una mayor apertura por parte de los empresarios a la generación de nuevos productos, una cultura que les permite ~~revertir~~ ~~revertirse~~ a nuevas formas de producción y sin la necesidad de incurrir en cambios tecnológicos, así como el fortalecimiento de sus negocios a través de la comprensión del modelo de sus negocios.

De nuestro trabajo, en terreno con las artesanas, hemos observado las siguientes problemáticas que deben ser abordadas para llegar a la consolidación su actividad:

1. Falta de orientaciones estratégica para la innovación de producto
2. Falta conocer otras técnicas de desarrollo de la cerámica
3. Falta de desarrollo de métodos de composición y configuración del objeto
4. Falta de análisis de forma y usabilidad del objeto
5. Generar nuevos modelos de negocios con clientes intermedios y finales
6. Resolver la continuidad y estacionalidad de la venta de artesanía
7. Redes de colaboración robustas para incrementar las ventas y producir integración horizontal

⁵ <http://santiago10i.cl/>



3.6 Resultados esperados

Enumere los principales resultados que se esperan obtener de la ejecución de la iniciativa.

1. Formación Avanzada Integral en el Oficio de la Cerámica.
2. Nueva línea de producto, para cada artesana, que considera el desarrollo de los prototipos correspondientes a la innovación realizada.
3. Diseño del Packaging para la nueva línea de producto.
4. Análisis de la Marca, de cada artesana, que corresponde a los ajustes en correlato con su identidad y actualizaciones según las tendencias en esta materia.
5. Análisis del modelo de negocio, de cada artesana, que corresponde a los ajustes, recomendaciones y proyecciones del negocio en relación al segmento de cliente definido.
6. Folleto de difusión de la iniciativa, dando a conocer a las alfareras y la localidad.

3.7 Impactos esperado (económicos, sociales y/o ambientales)

Con la formación avanzada de las Maestras Alfareras, se espera: transferir nuevos y avanzados conocimientos acerca del oficio; fortalecer sus capacidades como maestras de la técnica y entregar los elementos para que ellas puedan formar en Río Ibáñez la generación de recambio en Alfarería; esperando con esta acción fortalecer la identidad de Río Ibáñez %Capital de Artesanos+.

Asimismo, con los trabajos específicos de innovación producto; diseño de la nueva línea de producto y sus respectivos packaging; ajuste de la marca y el análisis de cada uno de sus modelos de negocio en correlato con la identidad les permitirá incrementar significativamente el valor de su producto, pudiendo así diferenciarse con identidad, posicionar su producto, incrementar su margen de venta y proyectar su negocio al mediano y largo plazo.

Según el plan de Desarrollo Comunal de La Municipalidad de Río Ibáñez, es relevante el fortalecimiento de emprendimientos coherentes con las vocaciones productivas y culturales de las poblaciones, esto es, asociados a las actividades de la artesanía, entre otras; estos emprendimientos situados en las identidades particulares de la localidad, permiten el desarrollo económico local, utilizando los recursos naturales disponibles (arcilla, pigmentos, cuero, otros), como es el caso del oficio de la alfarería. Actualmente el margen de venta de los productos es bajo en relación al esfuerzo del trabajo que realizan, proyectamos que éste debiera ser de un 15-20% con el desarrollo de los nuevos productos y así generar mayores ganancias y en consecuencia un crecimiento en la economía de la localidad.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017**

3.8 INDICADORES			
Objetivos	Indicador⁶	Meta⁷	Medios de Verificación⁸
Transferencia integral de técnicas especializadas en el oficio de la cerámica junto con la instalación de competencias emprendedoras innovativas, en las artesanías de Río Ibáñez.	N° Maestras formadas	4 artesanías	Certificado
(1) Formación Avanzada Integral en el Oficio de la Cerámica y técnica a fines para las alfareras.	% Participación	90%	Asistencia, fotografías
(2) Desarrollo integral de propuestas de productos innovativos, mediante agregación de valor significativo, códigos identitarios y relatos coherentes con los segmentos observados en mercados locales y globales.	N° Línea producto innovado N° Guion por línea-producto N° Imagen de marca-producto N° Packaging por línea-producto	1 línea/artesana 1 guion/artesana 1 imagen/artesana 1 packagin/artesana Total de 16 productos 4 por artesana	Prototipos producto innovado Objetos gráficos imagen marca y packaging
(3) Generación de Nuevas Oportunidades de Negocio con epicentro en la identidad	N° Análisis Modelos de Negocio N° CANVAS N° FODA Estratégico N° Perfil Innovador N° Percepción de innovación de valor	1 AMN/artesana 1 CANVAS/artesana. 1 FODA/artesana. 1 Perfil/artesana. 1 Percepción/artesana. Total de 20 productos 5 por artesana.	Informes

⁶ Corresponde a una especificación cuantitativa de la relación de dos o más variables (fórmula) que permite verificar el logro alcanzado por el programa en el cumplimiento de sus objetivos. Cuando corresponda los indicadores deben incorporar el enfoque de género y territorial.

⁷ Corresponde al valor deseado del indicador al término del programa. Cada indicador debe contar con una meta.

⁸ Corresponden a las fuentes de información primaria o secundaria que se utilizarán para obtener los valores de los indicadores que verifiquen el grado de cumplimiento de los objetivos. Fuentes primarias son producidas por el programa mientras que las secundarias son independientes a él.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017**

3.10 Detalle de Actividades		
OBJETIVO	Actividad	Descripción
(1) Formación Avanzada Integral en el Oficio de la Cerámica y técnica a fines para las alfareras.	Taller de cerámica avanzado (torno, vaciado y otros) Taller avanzado de esmalte, engobe y serigrafía y otros.	Capacitación especializada integral en técnicas de construcción del objeto; técnicas decorativas y tecnología de los materiales.
(2) Desarrollo integral de propuestas de productos innovativos, mediante agregación de valor_significado, códigos identitarios y relatos coherentes con los segmentos observados en mercados locales y globales.	Taller 1: desarrollo de técnicas de composición y configuración del objeto junto con el análisis de forma y usabilidad del objeto. Taller 2: innovación de producto y generación de prototipo Taller 3: Marca y generación de Packaging	T1: Análisis del objeto: forma-uso, forma-materia; forma-proceso productivo y forma-significado. T2: Desarrollo de una nueva línea de producto que considera la generación de los prototipos correspondientes a la innovación realizada. T3: Análisis de la Marca: que corresponde a los ajustes de la marca actual en correlato con la identidad y actualizaciones según las tendencias en esta materia Diseño del Packaging para la nueva línea de producto.
(3) Generación de Nuevas Oportunidades de Negocio con epicentro en la identidad	Taller 1: Negocio de la cerámica decorativa y utilitarias: par producto-mercado; Taller 2: Focus group; identificar elementos comunes, con potencial de generar información relevante, para la aplicación de los diversos instrumentos de análisis. Brainstorming; para la generación de ideas innovadoras.	T1: Análisis del perfil innovador, del modelo de negocio, la agregación de valor junto con las recomendaciones y proyecciones del negocio en relación al segmento de cliente definido en correlato con la línea de nuevos productos. T2: Acciones para fortalecer visiones de desarrollo comunes, estrategias de integración vertical y nuevas perspectivas del negocio



3.11 Metodología

Las nuevas tendencias en cuanto a los procesos que dan origen a la agregación de valor y la generación de nuevos productos y servicios en la oferta productiva de los países que presentan mayores velocidades de crecimiento, han tenido como base justamente los contenidos identitarios y la cultura propia de sus territorios y la cultura global, como ejes fundamentales de sus nuevas propuestas de productos y servicios.

Por lo tanto, lo que hasta ahora había sido considerado como una debilidad del tejido productivo, se presenta en estas nuevas tendencias como la piedra angular de la competitividad, esto es, la identidad y la cultura.

En consecuencia, la teoría del valor en el mercado que hasta ahora tenía una dimensión preponderantemente económica, ha derivado por efecto de las nuevas tendencias globales, en la inmersión en los procesos de valor de signo, de uso y de cambio de los objetos tangibles e intangibles que se transan en los distintos mercados globales y locales; podemos decir que antes competían las mercancías, ahora compiten los significados.

Este es el origen de la incorporación de los enfoques y procesos creativos como el Design Thinking a los movimientos estratégicos de las entidades públicas y privadas de la estructura productiva de los distintos países y por lo tanto Chile, se ve enfrentado a la generación de una base competitiva compuesta por una red transversal capaz de innovar en forma continua en los distintos sectores públicos y privados, como activo fundamental para el siglo que ya avanza rápidamente.

El planteamiento metodológico consiste en la integración de perspectivas muy diferentes que son propias del ámbito comercial, productivo y académico. En este camino, gran parte del trabajo conjunto se basa en la confianza y el intercambio. Este tiene tres componentes:

- 1) Innovación de valor_significado de productos
- 2) Modelamiento del negocio
- 3) Competencias de innovación y emprendimiento

INNOVACIÓN DE VALOR_SIGNIFICADO DE PRODUCTOS: la agregación de valor de los productos de la red de artesanas involucradas en el proyecto se realiza a través de la innovación y proceso con cambios con mejoras en la técnica.

En esta perspectiva, la estrategia de innovación diseñada para el proyecto se organiza de acuerdo a las directrices de los procesos de innovación Design_Driven+o innovación de significado, que es intensiva en Diseño y a través de la cual se promueven procesos para nuevas propuestas de valor, o la modificación de las existentes, frente al consumidor global.

La agregación de significado es un proceso que integra la estrategia de negocios con la identidad, a partir de los elementos tangibles e intangibles que forman parte de la identidad de un territorio y los códigos identitarios que definen patrones de consumo en determinados segmentos de la población local y global.

A partir de estos elementos, la comunidad productiva desarrolla nuevas propuestas formales de productos y servicios para consumidores globales que valoran la diversidad de identidades locales y se conectan con ellas a través del relato en sus contenidos simbólicos y narrativos.

MODELAMIENTO DEL NEGOCIO: se entiende que el proyecto interviene a las artesanas que han desarrollado sus modelos de negocios a través del tiempo y éstos están funcionando con distintos niveles de éxito.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017**

En consecuencia, la intervención aborda estratégicamente la agregación de valor significativo, en los distintos componentes del modelo del negocio, en dimensiones respecto del cómo la organización creará valor económico y social.

El sistema Business Model Canvas es una metodología de generación de Modelos de Negocios creada por Alexander Osterwalder, que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor.

La propuesta gestiona en este sentido el modelo de intervención, los procesos de gestión, el levantamiento y uso de recursos claves, las redes nacionales o internacionales, las tecnologías, y las alianzas de colaboración con otros organismos públicos y privados, entre otros.

COMPETENCIAS DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO: la metodología utilizada para el aprendizaje es la metodología CEFE (competencias de emprendimiento para la formación de empresas) orientada a la instalación de contenidos y competencias claves para el emprendimiento. El modelo C.E.F.E. fue desarrollado por la Sociedad Alemana de Cooperación Técnica, GTZ, esta Metodología permite en un grupo de aprendizaje con las mismas inquietudes, lograr un intercambio entre ellos para así procesar y analizar las experiencias vivenciales, de tal forma que posibiliten ampliar las opciones de acción y decisión de las personas en vista de las situaciones que tendrán que enfrentar.

Esta metodología está centrada en experiencias de la vida real y aplica el método de aprendizaje basado en la experiencia y por acción durante todo el periodo que dure el proceso.

Se proporciona a los participantes un escenario de aprendizaje que considera sus necesidades y le propone tareas fuertemente correlacionadas con su entorno experiencial.

Las actividades de aprendizaje invitan a los participantes a transitar un camino de preparación para enfrentar el mundo de los procesos de innovación, las políticas y los proyectos de innovación.

La metodología de taller es utilizada para el desarrollo de la creatividad aplicada a la innovación de la empresa y de los productos. Los participantes conocerán y comprenderán los conceptos y técnicas que se utilizan en la concepción y construcción de marca comercial y el desarrollo de sistema producto para la innovación desde la experiencia con sus propios productos y servicios.

Durante el proceso de aprendizaje, se utiliza el Círculo del Aprendizaje, (Vivenciar, Compartir, Procesar, Analizar, Generalizar, Aprender) que incorpora diferentes herramientas para lograr múltiples perspectivas y hacer utilización de procesos sistemáticos de aprendizaje estructurado.

De esta forma los participantes toman control de sus decisiones conservando el interés en mantener la práctica de los aprendizajes internalizados.



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017**

Estrategia metodológica que se basa en la comprensión holística de los productos, servicios y comunicaciones con que cuenta una emprendimiento y con los cuales se presenta en el mercado en particular y la sociedad en general.

Asimismo, pone foco en la persona que realiza la actividad dado que creemos que son las personas las movilizan sus ideas, procesos, emprendimientos y sueños finalmente, teniendo presente que su capacidad de articularse, co-crear y formar redes es gravitante en el éxito de los proyectos.





**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017**

3.12 Carta Gantt ENTREGA DOCUMENTO APARTE												
Objetivo / ACTIVIDAD	TIEMPO (semanas/ meses y/o años)											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Objetivo 1. Actividad 1.1 Actividad 1.2 Hito												
Objetivo 2. Actividad 2.1 Actividad 2.2 Hito												
Objetivo n.... Actividad n.1 Actividad n.2 Hito												
Entrega informes de avance												
Entrega Informe Final												

3.13 Equipo técnico SISTEMA Y CARTAS DE EQUIPO ADJUNTAS					
Señalar el equipo técnico que desarrollará la iniciativa. Indicar quién actuará de coordinador técnico.					
Nombre completo	Profesión	Rol	Funciones Principales	Dedicación (hrs.)	Relación Contractual y financiamiento (1)

(1) Relación contractual: **CT**: Contrato código del trabajo; **CH**: Contrato a honorarios;
EX: Externo/a (a través de una subcontratación)
 Financiamiento: **FIC** - Aporte Propio - Asociados



3.14 Subcontrataciones NO APLICA

Señalar, si los habrá, contratos con personas jurídicas para la prestación de servicios relacionados directamente con las actividades del programa. Se excluye de este ítem todo gasto destinado a contratar servicios de administración y apoyo. Indicar razón social, RUT, giro, descripción de los servicios a contratar y experiencia relevante.

3.15 Estrategia de Comunicación, Difusión y/o Transferencia

La estrategia de difusión contempla tres ámbitos de acción:

Las Alfareras; El ser formadas en Maestras Alfareras les brinda la oportunidad de ser un agente multiplicador de las técnicas, estilos y nuevas formas de trabajo a difundir en la Región en su interacción con otras alfareras. El material de las capacitaciones es entregado en su totalidad a las alfareras, llevando muestras físicas de los cursos y talleres dictados, estas muestras constan del material impreso en lo que corresponde a informes e inmersiones en el proceso de creación de nuevos productos, así como las creaciones materiales que se deriven de los talleres prácticos. Páginas Web, Radio, Publicaciones.

También consideramos la creación de una página web del proyecto, donde se difundirán los resultados y se dará evidencia de las actividades realizadas por el proyecto, como las capacitaciones, las visitas a otros talleres, a museos y a sitios pertinentes en la Misión y Pasantía en Santiago. En esta página se albergarán los principales hitos y resultados del proyecto. Asimismo utilizaremos los canales de difusión disponibles como radioemisoras tanto en Puerto Ibáñez, como en la Radio USACH (transmisión en la Región Metropolitana y online), donde se les hará una entrevista a las alfareras y se emitirá en un espacio de mujeres que tiene la estación.

Como medios de difusión escritos, se dispondrá de un folleto de difusión de los resultados, con 150 impresiones. Este folleto también se encontrará en formato digital y se difundirá en la página web de Centro de Investigación Ingeniería y Sociedad CIIS, La Municipalidad de Puerto Ibáñez y en la redes sociales disponibles del Comité de Artesanos. A través del Comité de Artesanos Chewachequena de Puerto Ibáñez, realizaremos una reunión a fin de exponer los resultados ante los socios del Comité. Del mismo modo, en La Municipalidad de Río Ibáñez debemos dar a conocer los resultados, frente al departamento de Fomento Productivo y de Cultura.

4. FINANCIAMIENTO EN DOCUMENTOS ADJUNTOS PROPUESTA ON LINE

El financiamiento debe incluir todos los gastos en que incurre la iniciativa. (De estimarse necesario se solicitarán cotizaciones y detalles de la valoración de ciertos ítems).

4.1 Presupuesto Total

Monto total solicitado al FIC

M\$



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017**

2014	M\$.....
2015	M\$.....
Aporte Propio (1)	M\$.....
Aporte Asociados (1)	M\$.....
COSTO TOTAL INICIATIVA	M\$.....

(1) Los aportes Propio y de Asociados, en conjunto deben ser iguales o superiores al 10% del costo total de la iniciativa y debe estar respaldado por cartas compromiso.

4.2 Presupuesto (aporte propio y asociados)				
Cuentas (a)	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario M\$	Costo Total M\$
1. Recursos humanos (b)				
Profesionales	Mes			
Técnicos	Mes			
Viáticos	Mes			
Subtotal				
2. Equipamiento (c)				
Subtotal				
3. Operación				
Difusión				
Misiones y pas.				
Subcontrataciones (d)				
Otros gastos (e)				
Subtotal				
SUB-TOTAL M\$	----	----	----	



**FORMULARIO DE
PRESENTACIÓN INICIATIVAS CONCURSO
FONDO DE INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD 2017**

4.3 Presupuesto General Solicitado				
Cuentas (a)	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario M\$	Costo Total M\$
Recursos humanos (b)				
Profesionales	Mes			
Técnicos	Mes			
Viáticos	Mes			
Subtotal				
Operación				
Difusión				
Misiones y pas.				
Subcontrataciones (d)				
Otros gastos (e)				
Subtotal				
5. Overhead (máximo 5%)				
SUB-TOTAL M\$	----	----	----	



4.4 Presupuesto Anual Detallado

Para cada año calendario de ejecución de la iniciativa llenar el siguiente cuadro:

Presupuesto Solicitado 20__					
Cuentas (a)	Actividad asociada	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario M\$	Costo Total M\$
1. Recursos humanos (b)					
Profesionales		Mes			
Técnicos		Mes			
Viáticos					
Subtotal					
2. Equipamiento (c)					
Subtotal					
3. Operación					
Difusión					
Misiones y pas.					
Subcontrataciones (d)					
Subtotal					
5. Overhead (máximo 5%)					
SUB-TOTAL 20__ M\$		----	----	----	

(a) Ver Bases Concurso FIC 2014 (Punto 12.2 Gastos permitidos)

(b) Detallar recurso humano agrupado por tipo y nivel de remuneraciones, la unidad de medida debe la remuneración mensual.

Coordinadores de proyecto cargados a la provisión FIC, deberán cumplir funciones Técnicas dentro de la iniciativa y demostrar su experiencia técnica y aporte a la iniciativa.

(c) Detallar por tipo de equipamiento considerado

(d) Detallar a nivel de contrato

(e) otros cargos a operación deberán ser detallados conformes a por partidas principales, y de ser necesario se solicitará el cálculo de estimación y cotizaciones correspondientes.