

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

REGIÓN	Arica y Parinacota
CENTRO	Arica
TEMA CENTRAL	Acuerdo de Negociación
PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Sergio Medina, Director General de Extensión y Vinculación Universidad de Tarapacá • Claudia Opazo, Directora Regional Sercotec, Arica y Parinacota. • Robinson Fuentes, Ejecutivo de administración y finanzas Sercotec, Arica y Parinacota • Ana María Espíndola, Asesora Sénior, Centro Arica • Ana Eliza Díaz asistente ejecutivo, Centro Arica • Rodrigo Barra, Asesor Sénior, Centro Arica • Catalina Arriagada , Directora del Centro Arica • Rodrigo Jara, Ejecutivo Sercotec Arica y Parinacota • Claudia Martinovic, profesional Gerencia de Centros • Carolina García, profesional Gerencia de Centros • Felipe de la Maza , profesional Gerencia de Centros
FECHA	18 Agosto 2016
AUTOR MINUTA	Felipe de Maza

Centro	Ubicación	Dirección	Cobertura	Días de Funcionamiento	Horarios
Satélite	Camarones	Dependencias municipales	Codpa y cuya	1 vez al mes	11:00-18:00
Atención remota	Putre y General Lagos	Dependencias municipales y CFT Tarapacá sede putre	Putre y General Lagos	1 vez al mes	11:00-18:00

1. Comité directivo: El comité directivo está compuesto por:

Nombre miembro del directorio	Entidad que representa	Aporte estratégico del socio.	Relación medio local
Benigna Yucra Huanca	Asociación Indígena Flor del Mañana. Azapa	Presidenta de la Asociación Indígena que agrupa a 25 socios. Vinculada al sector agrícola de la región	Vínculos empresariales con el sector agrícola
Hilda Huarachi Subieta	Emprendedora Sector Turístico Comuna de Camarones	Directora de la Cámara de Turismo de Camarones que agrupo a empresarios vinculados a la actividad turística en la Comuna de Camarones	Vínculos empresariales con el sector turismo de la Comuna de Camarones
Julio Silva Pérez	Corporación APIE	Socios de la Corporación APIE que	Vínculos con empresarios

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

	Arica y Parinacota Innova y Emprende	agrupa a empresarios de Arica de distintos rubros	de la región de Arica y Parinacota
Aldo González Viveros	Cámara de comercio, Industria, Servicios y Turismo A.G.	Presidente de la AG, facilita la comunicación con sus asociados	Vínculos con empresarios de la región de Arica y Parinacota
Italo Botetano Cerda	Asociación de Industriales Arica. (ASINDA)	Coordinador Ejecutivo de ASINDA.	Vínculos con empresarios de la región de Arica y Parinacota.
Valeska Laborde Vargas	Encargada de Fomento Productivo Municipalidad de Camarones.	Profesional del municipio de Camarones responsable de fomentar el desarrollo e los emprendedores y empresarios de la Comuna	Vínculos con empresarios de la Comuna de Camarones. Facilidad para atender en la oficina satélite en Cuya o Codpa
Raúl Morales Gaete	Encargada de Fomento Productivo Municipalidad de Arica.	Profesional del municipio de Arica responsable de fomentar el desarrollo e los emprendedores y empresarios de la Comuna	Vínculos con empresarios de la comuna de Arica.

2. **Equipo de trabajo:** El equipo de trabajo estará compuesto por los siguientes profesionales, en caso de cualquier modificación esta deberá ser informada y aprobada por Sercotec.

Cargo	Nombre del profesional	Fecha de contrato (Día/ Mes/ año)	Fecha de renuncia (Día/Mes/ año)
Director/a	Catalina Arriagada Vergara	1 de octubre 2015	N/A
Asesor Sénior	Rodrigo Barra Novoa	1 de octubre 2015	N/A
Asesor Sénior	Ana María Espíndola Blanco	1 de octubre 2015	N/A
Asesor Junior	Milton Jara Alcapan	1 de octubre 2015	N/A
Asesor Junior	Manuel Carrasco Robediz	1 de octubre 2015	N/A
Asistente Administrativo	Romina Díaz Alfaro	1 de octubre 2015	N/A
Asistente Ejecutivo	Ana Díaz Urzúa	1 de diciembre 2015	N/A

3. **Indicadores:** Los indicadores se encuentran aprobados y serán parte del acuerdo de desempeño.

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	META
N° total de clientes asesorados en periodo de medición.	<p>Se contabiliza como asesorados aquellos clientes que hayan asistido a la reunión inicial durante el periodo de medición.</p> <p>Se considera el periodo de medición aquel establecido en el Acuerdo de Desempeño.</p> <p>Nota: este indicador considera los clientes asesorados en el Centro por el director y los respectivos asesores junior y sénior.</p> <p>Se mide considerando el registro de la sesión inicial en Neoserra, como cliente único.</p>	450
N° de empresas con aumento de ventas en el periodo de medición	<p>Se mide a partir de la información entregada por el cliente en la reunión inicial (hito 1) y la declaración de ventas entregada por el cliente en la encuesta de impacto económico una vez finalizada la implementación de un plan de trabajo (hito 2). Es decir, es el cliente quien reconoce el impacto de la asesoría en sus ventas, respaldado además con algunos medios de verificación.</p> <p>Adicionalmente, y para seguimiento interno del CDN, el asesor del Centro podrá medir el aumento de ventas durante el periodo de asesoramiento y así maximizar la captura del impacto económico para el Centro.</p> <p>Para lo anteriormente descrito, se explicitan 3 fórmulas de cálculo de impacto en ventas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Venta por mismo periodo año anterior y periodo actual. 2. Ventas antes y después de asesoría. 3. Venta promedio año anterior y venta promedio año actual. <p>Se considera el periodo de medición aquel establecido en el Acuerdo de Desempeño.</p>	135
N° de nuevos empleos formales generados	<p>Mide el número de empleos generados, ya sea indefinido, plazo fijo, honorarios, part time, tiempo completo, temporal, autoempleo, etc.</p> <p>Se mide a partir de la información entregada por el cliente en la reunión inicial (hito 1) y la encuesta de impacto económico aplicada una vez finalizada la implementación del Plan de Trabajo (hito 2). Es decir, es el cliente quien reconoce el impacto de la asesoría en la contratación de nuevos trabajadores, considerando además algunos medios de verificación pertinentes.</p> <p>Se considera el periodo de medición aquel establecido en el Acuerdo de Desempeño.</p>	30
Inversiones realizadas	<p>Mide los recursos levantados por la empresa para realizar Inversiones durante el proceso de atención y/o como resultado de la asesoría.</p> <p>Se mide a partir de la información entregada por el cliente en la reunión inicial (hito 1) y la encuesta de impacto económico aplicada una vez finalizada la implementación del Plan de Trabajo (hito 2). Es decir, es el cliente quien declara el impacto de la asesoría para levantar Inversiones considerando además algunos medios de verificación pertinentes.</p> <p>Se considera el periodo de medición aquel establecido en el Acuerdo de Desempeño.</p>	\$70MM

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

4. Aportes Operador y Socios Estratégicos:

Nombre Aportante	Monto	DESCRIPCIÓN DEL APORTE (Asesores especialistas, alumnos en práctica, satélites, puntos de atención móvil, estudios de mercado)
Universidad de Tarapacá	\$108.180.000	Materiales de oficina, SS básicos y generales, publicidad, traslados y viáticos, Arriendos, capacitación Asesores especialistas y reparación y mantención
CMCA Contadores	\$2.400.000	Clínicas Contables.
CONING Consultoría e Ingeniería E.I.R.L.	\$3.700.000	Asesoramiento legal personalizado Clínicas legales.
Abogado Especialista Laboral Sr. Darío Sánchez Montenegro	\$2.400.000	Asesoramiento legal Clínicas laborales.
Ilustre Municipalidad de Camarones	\$1.500.000	Instalaciones para operación de oficina satélite
CFT Tarapacá.	6.000.000	Capacitaciones Difusión Arriendo y uso de instalaciones

5. Presupuesto: Se aprueba presupuesto que será incorporado en el Acuerdo de Desempeño, según la siguiente distribución:

Ítem	Aporte Sercotec \$		Aporte Operador \$		Total \$
Operación	203.990.000		124.180.000		328.170.000
Administración	20.399.000		0		20.399.000
Total	224.389.000	64,37%	124.180.000	35.63%	348.569.000

Se adjunta planilla Excel con el detalle de las partidas presupuestarias

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

6. Temas estratégicos:

- **Recursos Humanos**

- ✓ **Evaluaciones del equipo de trabajo:** El operador deberá realizar evaluaciones de desempeño trimestrales y realizar gestión sobre los resultados obtenidos.
- ✓ **Plan de Capacitación del equipo:** Las brechas identificadas del equipo: deben ser consideradas en el plan de capacitación interno.
Considerar dentro del ítem presupuestario al menos dos visitas al Nivel Central del equipo regional (traslados y viáticos), para encuentros nacionales según pertinencia.
Considerar una capacitación vinculada al manejo de clientes conflictivos para el equipo del centro, trabajo en equipo y otros relacionados que contribuyan a un favorable clima laboral.

- **Operación**

- ✓ **Escuela de Negocio para el Fortalecimiento de Mujeres:** Desarrollar dicha escuela con los aportes de terceros y/o socios estratégicos, considerando el uso de la metodología y contenidos elaborados por Sercotec, con una periodicidad de tres meses, y revisiones de la actividad para evaluar sus resultados.
Los resultados del programa piloto implementado, indican que las mujeres participantes del programa de emprendimiento femenino y que fueron derivadas a un centro, requieren un menor número de horas de asesoría, presentan una menor deserción y mayor compromiso, por lo que la implementación del Programa retribuirá de manera favorable a los resultados del centro y su gestión.
- ✓ **Plan de capacitación:** Debe estar de acuerdo a: los lineamientos del mapa estratégico del centro, realidad territorial, necesidades de los clientes y experiencia de atención.

Presupuesto

- ✓ **Ítem de marketing:** Los insertos y publicaciones sean por canales, en formato y con contenidos pertinentes, validado por la Gerencia de Comunicaciones, y complementarios a las actividades a desarrollar por los Centros
- ✓ **Rendición:** La responsabilidad de la rendición es 100% del operador
- **Otros relevantes**
 - ✓ **Mapa estratégico del centro:** Considerar su actualización permanente según necesidad y debe ser conocido por el equipo de trabajo. Para el segundo año de ejecución identificar el sello distintivo del centro, conforme la vocación

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

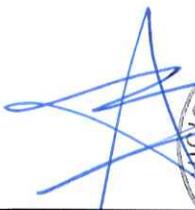
productiva y ejes estratégicos de desarrollo económico del territorio, resultado de lo anterior deberá verse reflejado en el plan de acción del centro.

Las metas de impacto y las variables de gestión del centro deben ser conocidas por todo el equipo de trabajo, cada integrante debe estar conocimiento de su meta individual y como contribuye al resultado del centro en su conjunto.

- ✓ **Directorio del Centro:** asegurar sesiones periódicas, con asistencia efectiva, en conocimiento del Mapa estratégico del Centro y focos estratégicos de acción. En caso de requerir cambio de integrantes, realizar solicitud justificada a contraparte regional para su evaluación.
- ✓ **Modelo de acreditación:** Para lograr la consolidación de los Centros de Desarrollo de Negocios, se hace necesario establecer estándares de acreditación que garanticen el cumplimiento de requisitos mínimos de calidad, tanto en su gestión como en los servicios que entregan. Es así, como se diseña un Modelo de Acreditación basado en el modelo utilizado por SBA en EE.UU., con el propósito de que los Centros de Desarrollo de Negocios mejoren su gestión y cuenten con una herramienta para evaluar e identificar las áreas de mejoras. Todos los integrantes del equipo de trabajo del Centro están obligados a conocer, comprender y poner en práctica valores y conceptos asociados al modelo descrito en el Manual de Operación.

Sercotec apoyará en una segunda fase a transferir el modelo a los centros.

Para constancia firman:



XIMENA MOYA ROA
GERENTE DE CENTROS DE DESARROLLO
DE NEGOCIOS
SERCOTEC



SERGIO MEDINA
DIRECTOR DE VINCULACIÓN Y EXTENSIÓN
UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ