

REGIÓN	Los Lagos
CENTRO	Osorno
TEMA CENTRAL	Reunión de Renovación Quinto año de operación
PARTICIPANTES	Alejandro Miranda M., Gerente Centros de Negocios Sercotec Luis Berríos L. Profesional Gerencia de Centros de Negocios Sercotec. Marcia Echenique Lay, Secretaria General Gonzalo Gompertz, Gerente Territorial Codesser, Los Lagos Andrea Iturriaga Hewstone, Coordinadora Centro de Negocios Sercotec Osorno Andrés Santana R. Director Regional Sercotec Los Lagos Oscar Izurieta Olguin, Ejecutivo de Fomento Sercotec Los Lagos.
FECHA	11-09-2019
AUTOR ACTA	Oscar Izurieta Olguin

### 1. Cobertura del Centro:

Centro	Dirección	Ubicación	Cobertura	Días de Funcionamiento	Horarios
Principal	Barros Arana N° 1070, comuna de Osorno	Osorno	Provincia Osorno (Osorno, Rio Negro, Purranque, Puerto Octay, Puyehue, San Juan de la Costa, San pablo	Lunes a Viernes	09:00 A 18:00 hrs.

El horario indicado, corresponde a la atención de público, pero en ningún caso debe ser considerado un impedimento para realizar de actividades fuera de este.

### 2. Comité directivo: El comité directivo está compuesto por:

Directorio del Centro		
Nombre miembro del directorio	Entidad que representa	Aporte estratégico del socio.
PATRICIA SANDOVAL	AIEP	Infraestructura/auspicios en eventos/alumnos en práctica
MICHEL JUNOD	APROLECHE	Auspicios en eventos
ALFREDO TORRES	INIA	Estudios/honorarios de investigadores
GONZALO GOMPERTZ	CODESSER	Honorarios de web master
PABLO MARTEL	CChC	Redes



Realizar 04 sesiones si es necesario Incluir nuevos socios estratégicos. Evaluar de manera permanente la composición del comité, para que este cumpla con generar vínculos efectivos y agregar valor al centro. Hacer llegar a la gerencia las actas resultantes de las reuniones, donde se identifiquen claramente los compromisos.

3. **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.

Equipo Actual del Centro			
Cargo	Nombre del profesional	Fecha de contrato (Día/Mes/año)	Tipo de Contrato
Coordinadora	Andrea Iturriaga Hewstone	01/03/2019	Indefinido
Asesor Sénior	Rocío Valeria Pozo González	01/10/2016	Indefinido
Asesor Senior*			
Asesor Junior	Cristian Andrés Duran Carvajal	01/01/2016	Indefinido
Asistente Ejecutivo	Mariciél Paisil	30/07/2019	Plazo fijo por 3 meses; luego indefinido
Asistente Administrativo	Nicol Francisca Mancilla Cárdenas	01/01/2019	Honorarios

**\*Considerando los antecedentes entregados en reunión de negociación, se incorpora un nuevo profesional al equipo de trabajo, según lo definido en el punto 2.1 del Reglamento de Operadores (Res. N°9664).**

El operador es el responsable de los trabajadores (como empleador), por tanto, es el quien define si la jornada laboral termina antes de lo establecido en situación de excepción, por ejemplo: suspensión de servicios básicos, situaciones que afecten la seguridad del equipo (protestas u otros), eventos climáticos etc.

En fechas especiales tales como navidad, año nuevo y fiestas patrias, Sercotec solo se pronunciará respecto de la atención de público, debiendo el operador tomar la determinación respecto del termino anticipado de la jornada laboral.

En ambas situaciones el operador debe informar a la dirección regional (director/a, coordinador/a y ejecutivo/a contraparte), cuál será el horario de salida. A demás de informar respecto de las acciones tomadas para que no se vean afectados los clientes (re agendar reuniones, capacitaciones, informar a los clientes del horario de atención de público etc.).

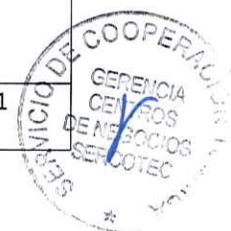


4. **Indicadores:** Los indicadores se encuentran aprobados y serán parte del acuerdo de desempeño.

INDICADOR	DEFINICIÓN	DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR	META
<b>Clientes asesorados en periodo de medición.</b>	Se considera como cliente asesorado dentro del periodo de medición, aquellos que hayan firmado la solicitud de asesoramiento (D3) en algún momento, y que asimismo tengan sesiones de tipo inicial/nueva o seguimiento, reportables, dentro del periodo de medición (periodo del acuerdo de desempeño vigente)	Número de clientes asesorados	370
<b>Horas de asesoría</b>	Horas totales de asesoría reportables, del total de clientes asesorados (incluye tiempo de preparación, de viaje y de contacto directo).	N° de horas de asesorías	2035
<b>Número de acciones de capacitación</b>	Número de actividades de capacitación realizadas por centros, registradas en estado COMPLETO, y que estén reportables.	N° de eventos de capacitación realizados en el periodo de medición	120
<b>Empresas con aumento de ventas en el periodo de medición</b>	Considera aquellos clientes, que como resultado de la asesoría hayan manifestado un aumento de ventas, dentro del periodo de medición, y fruto de la intervención del centro.	Número de empresas con aumento de venta	100
<b>Nuevos empleos formales generados en el periodo de medición</b>	Mide el número de empleos formales generados por los clientes como resultado de la asesoría, ya sea indefinido, plazo fijo, honorarios, part time, tiempo completo, temporal, autoempleo, etc, dentro del periodo de medición.	Número de empleos formales	40
<b>Monto de financiamiento privado y aprobado en el periodo de medición</b>	Mide los recursos levantados por los clientes, para realizar Inversiones durante el proceso de atención y/o como resultado de la asesoría. Estas inversiones deben ser de tipo privadas y en estado aprobadas, dentro del periodo de medición.	Monto de inversión	100.000.000.-

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

ÍTEM	APORTE SERCOTEC \$		APORTE OPERADOR \$		TOTAL \$
1) Operación y RRHH	\$ 184.711.305	73,9%	\$ 65.400.000	26,1%	\$ 250.111.305
IAS Acumuladas	\$ 14.980.956		-		\$ 14.980.956
2) Administración (garantías mas comisión de administración)	\$ 19.221.130		-		\$ 19.221.130
Garantías	\$ 750.000		-		-
Comisión de administración	\$ 18.471.130		-		-
3) Valor total del Centro (con IAS)	\$ 218.913.391		\$ 65.400.000		\$284.313.391



6. Compromisos (plan de acción):

a) Desarrollo profesional y Recurso Humano		
Actividad	Como se realizará en el próximo período	Compromisos en este ámbito
Detección de necesidades de capacitación del equipo del centro	Las necesidades de capacitación se determinarán de acuerdo a las brechas para alcanzar los objetivos: 1. Para los asesores de acuerdo a conocimiento y técnicas para apoyar la gestión de negocios de los clientes. 2. Para los asistentes (ejecutivo y administrativo) para dar un mejor servicio a los clientes y coordinadora del CDN. Esta planificación se validará con la contraparte de Sercotec.	Desarrollar un plan de capacitación adecuado y pertinente a las necesidades del equipo. Emitir informes trimestrales de los avances del equipo y sus brechas para análisis y mejoras continuas.
Procesos de evaluación y autoevaluación del equipo del centro	Este proceso se llevará a cabo al final del tercer periodo o una vez culminado el plan de capacitación. La evaluación será coordinada en forma conjunta con el equipo y la contraparte de Sercotec.	Culminar satisfactoriamente con la evaluación y autoevaluación del equipo.

b) Procesos Internos		
Actividad	Como se realizará en el próximo período	Compromisos en este ámbito
Captación y Atracción de clientes (acciones de promoción).	Se tiene programado continuar con las actividades de capacitación de forma mensual (charlas, talleres y seminarios), permitiendo atraer constantemente nuevos clientes. Se generará un espacio para compartir con los encargados de fomentos productivos de las 7 comunas de la provincia. Además, se invitará a los representantes de las cámaras de comercio y turismo de las 7 comunas a que participen en estas instancias El asistente ejecutivo desarrolle un modelo de comunicación fluida con los stakeholders principales relativos a la academia, que vaya más allá de una mera comunicación por e-mail. Se contará con destacados relatores que garanticen los mejores aprendizajes.  En cuanto a las acciones de promoción y difusión se contará con un plan comunicacional estratégico, en múltiples áreas, tradicionales en prensa escrita, radio y televisión, como innovadoras en Redes sociales. El plan incluirá notas de las actividades de capacitación seleccionadas previamente por el	Aumentar el número de clientes por sobre la meta establecida. Mejorar calidad y variedad de actividades de capacitación. Aumentar el número de publicaciones en medios comunicacionales. Se realizarán al menos 4 reuniones con los encargados de fomentos productivos de las 7 comunas de la provincia (y los representantes de las cámaras de comercio y turismo).  Mejorar posicionamiento del centro en la provincia y país. Continuar con el apoyo comunicacional constante por parte de la agencia.



	<p>equipo, destacando la opinión de los participantes y el relator de la actividad.</p> <p>Se continuará destacando los casos de empresarios de éxito del centro, como una forma de promocionar los servicios de este a través de los clientes.</p> <p>Se dará continuidad al programa denominado "Somos emprendedores" por Facebook live que da a conocer las historias de emprendimiento de los clientes.</p> <p>Se mantendrán activas las comunicaciones a través del fanpage, informando contenido actualizado y de interés para los empresarios, como también difusión de las actividades de capacitación y casos de éxito destacados. A través de promoción en el fanpage de las actividades semanalmente las que están calendarizadas desde el mes anterior y se suben el 1er día del mes.</p>	<p>Desarrollar videos de casos de éxito como una forma de evidenciar testimonios reales de los cambios logrados en nuestros clientes para luego viralizar estas experiencias a través de las redes.</p>
Seguimiento de los clientes	<p>Esta acción se lleva a cabo de la siguiente manera:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Directamente a través del asesor quien permanece en contacto con el cliente para conocer su situación ya sea presencialmente o por correo y/o teléfono.</li> <li>2. Generar reuniones por sectores o rubros, liderada por el asistente ejecutivo, en donde se levante información de los empresarios de cómo les ha ido y que necesidades no están cubiertas (conocidas o nuevas). Será labor de cada asesor entregar información al asistente ejecutivo sobre sus empresarios para que pueda programar las reuniones.</li> </ol>	<p>Realizar seguimiento constante a los clientes y aplicar encuesta de satisfacción en el periodo comprometido.</p> <p>Seguimiento y reporte mensual a través de Neoserra.</p> <p>Reuniones por sectores o rubros (trimestrales o semestrales; depende del sector o rubro y del número de empresas por sector o rubro)</p>
Gestión de Clientes	<p>Se realizaran encuestas online 1 vez al semestre, reuniones grupales con clientes al menos 2 en forma masiva anualmente.</p>	<p>Se levantarán 10 casos de éxito anuales</p>



c) Perspectiva de clientes		
Actividad	Como se realizará en el próximo período	Compromisos en este ámbito
Servicios del centro según segmento de clientes	<p>El Centro de Negocios Sercotec de Osorno ofrece distintos servicios, según el nivel de los clientes.</p> <p><b>- Emprendedores de la Provincia de Osorno – N1:</b> los cuales se pueden segmentar en:</p> <p>i. Emprendedores/as CON una idea de negocios, quienes requieren apoyo en la estructuración y evaluación de su idea de negocios, además de apoyo en la puesta en marcha del negocio.</p> <p>ii. Emprendedores/as SIN una idea de negocios, quienes son principalmente personas naturales, que buscan una oportunidad de negocio. Normalmente presentan necesidades económicas y/o altos niveles de motivación. Acá se presentan</p> <p><b>- Pequeñas y medianas Empresas de la Provincia de Osorno – N2:</b> Aquí destacan las empresas provenientes de los rubros alimentos, agropecuario, turismo y servicios. Sus necesidades se asocian a la obtención de financiamiento para la organización, mejoramiento de la gestión y apoyo al crecimiento del negocio desde las distintas áreas de éste.</p> <p><b>- Empresas de rápido crecimiento N3:</b> Son empresas de la Provincia de Osorno cuyo potencial de crecimiento sea identificable por aspectos tales como empresas jóvenes, nivel de innovación, dinamismo, alto impacto en la creación de nuevos empleos, rentabilidad en el corto plazo, constante análisis del mercado, entre otras.</p>	<p>Al igual que en el período anterior, buscaremos ofrecer servicios adecuados y útiles para nuestros clientes, los que incluyen asesorías, asesorías especializadas y estudios de mercado.</p>
Asesoría especializada	<p>Se planificará mensualmente un calendario que aborde temáticas levantadas desde dos ámbitos: necesidades de capacitación que complementen la asesoría de los clientes del centro y temas requeridos por los participantes de las cursos y que son informadas a través de las encuestas de satisfacción. El plan de capacitación del Centro de Negocios Sercotec de Osorno contempla talleres, seminarios y charlas dirigidas a los clientes de todos los niveles (I, II y III), en temáticas relevantes para cada uno de ellos.</p> <p>Estas capacitaciones son dictadas por los profesionales del centro, profesionales de instituciones públicas y por relatores externos.</p> <p>El programa de capacitación incluye temáticas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing digital.</li> <li>- Redes sociales.</li> <li>- Planes de negocios.</li> <li>- Modelo de negocios</li> <li>- Temas contables, financieros y/o tributarios</li> <li>- Facturación electrónica, Chile Compra</li> <li>- entre otras</li> </ul>	<p>Aumentar el número de participantes por curso. El calendario debe estar informado en los medios comunicacionales una semana antes del inicio del mes.</p>



Estudios de Mercado	Los servicios de asesoría debe incluir: <b>Para clientes Nivel I:</b> - Estudios de factibilidad técnica del negocio (flujo de caja). - Evaluación de la empresa/producto. - Asesoría y acompañamiento en el proceso de formalización. - Ayuda, información y consejo en la elaboración del plan de negocios. - Asesoría básica en contabilidad y trámites tributarios. - Otros relacionados con la gestión integral del negocio. <b>Para los clientes de Nivel II y III:</b> - Estudio de mercado para el desarrollo de nuevos productos. - Evaluación de la empresa/producto. - Orientación en Mercadotecnia y ventas. - Administración financiera y obtención de financiamiento. - Asesoría especializada contable y tributaria. - Otros relacionados con la gestión integral del negocio. - Estrategias de marketing y marketing digital.	El primer compromiso radica en establecer el plan de trabajo con cada cliente, el cual, debe permitir visualizar los logros y avances durante el período. Todo lo anterior será ingresado al Neoserra, para de esa manera, permitir el efectivo seguimiento de las actividades.
---------------------	--	---

**d) Perspectiva financiera y grupos de interés**

NOMBRE APORTANTE	Total (\$)	DESCRIPCIÓN DEL APORTE (Asesores especialistas, alumnos en práctica, satélites, puntos de atención móvil, estudios de mercado)
AIEP	\$15.500.000	Arriendo de sala y salones, alumnos en práctica
INIA	\$11.000.000	Honorarios de investigadores y arriendo de sala
CODESSER	\$2.400.000	Honorarios web master por publicación en redes sociales
Universidad Los Lagos	\$13.500.000	Honorarios académicos y estudiantes, arriendo de salones
INACAP	\$23.000.000	Honorarios académicos y estudiantes, honorarios eventos, arriendo de salones
Total	\$65.426.500	



- **Otros compromisos**
  - ✓ **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, se debe realizar mínimo 1 vez en el periodo de acuerdo considerando sus 4 módulos.
  - ✓ **Plan de capacitación:** Se recomienda considerar entre los temas de capacitaciones, los siguientes temas: Cultura exportadora y redes de comercialización, Alfabetización digital enfocada a los negocios, Educación financiera y Marketing digital.
  - ✓ **Sesiones Sercotec:** Es un espacio para que los clientes de centros relaten sus testimonios (de éxito o fracaso). Con la finalidad de compartir experiencias, fortalecer vínculos, potenciar capacidad de comunicación, pitch, entre otros. Debido a esto se solicita que los centros colaboren con la identificación del cliente (speaker), lo apoyen con su presentación y que realicen una adecuada convocatoria.
  - ✓ **Planificación estratégica:** Los centros de negocios y las direcciones regionales deben trabajar sus planificaciones estratégicas y operativas de manera conjunta.
- **Presupuesto:** la gestión y ejecución es de responsabilidad del operador en todas sus etapas:
  - Elaboración presupuesto
  - Ejecución
  - Reitemizaciones
  - Rendiciones
  - Respuesta Observaciones

Para operativizar lo anterior, se designa por parte del operador como responsable del proceso de rendiciones a **Gonzalo Gompertz Geldres**, [gonzalo.gompertz@codesser.cl](mailto:gonzalo.gompertz@codesser.cl), (56) 64 2 213020.

Para operativizar todo lo anterior, se designa por parte del operador como Jefe de Proyectos a **Gonzalo Gompertz Geldres**, [gonzalo.gompertz@codesser.cl](mailto:gonzalo.gompertz@codesser.cl), (56) 64 2 213020.

Para constancia firman:



\_\_\_\_\_  
**Marcia Echenique Lay –**  
Secretaria General  
CODESSER



\_\_\_\_\_  
**ALEJANDRO MIRANDA MUÑOZ**  
GERENTE CENTROS DE NEGOCIOS  
SERCOTEC