|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CENTRO CAUQUENES** | | **OPERADO POR UNIVERSIDAD CATOLICA DEL MAULE** | |
| **Fecha firma acuerdo anual** | | **06/10/2016** | |
| **Fecha de Negociación** | | **07/09/2016** | |
| **Ámbitos del informe** | **Como se realizará en el próximo período** | | **Compromisos en este ámbito** |
| **1.       Mapa estratégico:** | | | |
| Relato del proceso, promesa de trabajo |  | |  |
| **2.       Desarrollo profesional y Recurso Humano** | | | |
| 2.1   Detección de necesidades de capacitación del equipo del centro | Se detectaron las siguientes Brechas en el equipo: Habilidades de negociación, Coaching, Negocios digitales, aspectos tributarios, manejo de base de datos, comunicación asertiva, y trabajo en equipo. | | Abordar las brechas detectadas mediantes capacitaciones especializadas y mentoreo. Mejorar el trabajo en equipo. |
| 2.2   Capacitación especializada que realizará al equipo del centro | Neurociencias aplicadas al Liderazgo y al Coaching, Negocios Digitales, Manager Coach, Manejo de datos, filtros y tablas dinámicas con Excel. | | Traspaso de Competencia y habilidades aprendidas al equipo del CDN y a sus clientes. |
| 2.3   Procesos de evaluación y autoevaluación del equipo del centro | Se evaluará al equipo por parte del operador trimestralmente. | | Se abordarán brechas detectadas. En cada integrante del equipo. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **3.       Procesos Internos** | | |
| 3.1 Captación y Atracción de clientes( Relato del proceso) | Apoyado por acciones de vinculación eficientes que involucren a entidades de fomento públicas y privadas, y, por otra parte, la entrega de asesorías y mentorías de alto valor, se atraerá a empresas como foco de la gestión del Centro. | Atraer a clientes N2 y crecer en clientes empresas para este segundo año de operación, cambiando el peso relativo de 60 a 70% en empresas N2 y N3. |
| 3.2   Acciones de promoción y Difusión. | Se estrenará una táctica de comunicar no sólo casos de éxito, si no que también de buenas prácticas aplicadas a la intervención con clientes. | Documentación de 8 casos de éxito en este segundo año de operación y difusión regular (mensual) de |
| 3.3   Seguimiento sistemático de los clientes | Se tendrá comunicación regular con la nueva cartera de clientes. | A lo menos una vez al mes se tendrá contacto de seguimiento, mediante diversos medios, la visita en terreno o la invitación a actividades de capacitación. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **4.       Cobertura del Centro.** | | |
| 4.1   Centros Satélites | Se realizará atención en terreno y oficina regular en la comuna de Empedrado. | Visita semanal de a lo menos un asesor del Centro. |
| 4.2   Comunas con atención remota | Se atenderán las comunas de Pelluhue y Chanco. | Junto con la visita en terreno a los clientes domiciliados en las comunas de Pelluhue y Chanco, se coordinará con los gobiernos locales y asociaciones gremiales presentes jornadas de capacitación. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **5.       Perspectiva de clientes:** | | |
| 5.2   Servicios del centro según segmento de clientes.( Relato del proceso) |  |  |
| 5.2.1          Capacitación | Las acciones de capacitación se darán en los tres formatos (Charlas, Talleres y seminarios) | Agenda regular en las tres comunas presentes en el territorio atendido. |
| 5.2.2          Asesoría | La asesoría estará basada en la complementación de las capacidades y habilidades de cada uno de los miembros del equipo del CDN. | Se compromete cubrir todas las comunas presentes en el territorio atendido. |
| 5.2.3          Asesoría especializada | Se basará en potenciar el área de ventas, laboral e inversiones de los clientes empresas N2 y N3. | Se compromete cubrir todas las comunas presentes en el territorio atendido. |
| 5.2.4          Estudios de Mercado | Se abordarán los rubros: turismo, comercio, agricultura, vitivinicultura y forestal. | Se compromete con 5 estudios de mercado para el 2° año. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **6.       Perspectiva financiera y grupos de interés ( Relato del proceso)** | | |
| 6.1   Información de Socios estratégicos ( APORTES) | Gobierno regional del Maule, Municipalidad de Chanco, Pelluhue y Empedrado, Ahorro Maule, Banco estado, Cámara de turismo y Cámara de comercio Pelluhue, entre otros. | Generación de redes e infraestructura comprometida. |
| 6.2   Apalancamiento de recursos. | La universidad aportará recursos en las áreas de recursos humanos, separados en costos de empresa y servicios profesionales de académicos y estudiantes. Mientras que los socios estratégicos permitiras interactuar con sus redes y aportarán fundamentalmente con la infraestructura para realizar capacitaciones. | La universidad se compromete aportar el 15% del total de los recursos del CDN Cauquenes. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **7.       Cumplimiento de metas y resultados al cierre del acuerdo Anual.** | | |
| 7.2.1          Metas de Impacto | Generación de 176 nuevos clientes; 23 empresas con aumento significativo de ventas; 15 empresas generando nuevos puestos de trabajo; y MM$53 de levantamiento de capital para nuevas inversiones productivas. | Se compromete con el aumento de Impacto económico en un 10% en relación al 1° año. |
| 7.2.2          Detección de casos exitosos | Desarrollo de táctica comunicacional que involucre el desarrollo de casos de éxito, acompañado por la difusión de buenas prácticas. | 8 casos de éxito |
| 7.2.3          Distribución de metas y proceso de control y monitoreo. | Asignación relativa de la cartera de clientes y metas del centro entre el equipo (Director y asesores). Monitoreo mensual de la evolución de metas y relacionados. | 28% de las metas (y cartera de clientes) por cada asesor y 16% de parte de el director. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.       Gestión Financiera del centro:** | | |
| **8.1   PLAN DE CUENTAS:** | **SERCOTEC** | **OPERADOR** |
| **8.1.1Gasto en Recursos Humanos** | 115.700.000 | 26.953.412 |
| **8.1.2 Gasto en Operación** | 46.875.680 | 0 |
| **8.1.3 Gasto en Administración** | 17.661.818 | 0 |
| **9.       Conclusiones** | La situación especial de una “Zona de Rezago” guarda relación a una situación sociocultural que se suma a la condición en que todos los sectores económicos que generan trabajo y crecimiento económico se detienen estacionalmente: forestal-maderero, frutícola, vitivinícola, turístico, ladrillero, etc. Esto además hace que el sector de comercio también vea afectada su mantención, generadora de empleo y es por ello que además es y ha sido tan difícil el generar un mejor desempeño en relación a los indicadores de impacto económico, lo que debería cambiar en un segundo año de operación. Además que en este periodo, el Centro Cauquenes tendrá 12 meses de funcionamiento reales en comparación con los 7 meses del 1° año. | |
| **10.   Recomendaciones.** |  | |

**Anexo -1: Equipo del Centro**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cargo** | **Nombre del profesional** | **Fecha de contrato (Día/ Mes/ año)** | **Fecha de renuncia ( Día/Mes/ año)** |
| **Director/a** | Rodrigo Alfonso Uribe Castillo | 01/09/2016 |  |
| **Asesor Junior** | Oscar Tito Belmar Yáñez | 01/11/2015 |  |
| **Asistente Administrativo** | Carolina del Carmen Parra Hernández | 21/12/2015 |  |

**Anexo-2: Directorio.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nombre miembro del directorio** | **Entidad que representa** | **Aporte estratégico del socio.** | **Relación medio local** |
| Victor Monzón | **Universidad Católica del Maule** | Representante del operador | Universidad Católica del Maule |
| Guillermo Peters | **Cámara de Turismo y comercio de Pelluhue** | Relación con la industria turística costera | Pelluhue / Chanco |
| Cesar Valdés | **Cámara de Comercio e Industrias de Cauquenes.** | Relación con el comercio detallista y emprendimiento industrial de la provincia. | Cauquenes |
| Felipe Zúñiga | **Asociación Gremial Vid Seca** | Relación con los productores locales de vinos y vid vinífera | Cauquenes |
| Edmundo Aravena Jaque | **Asociación de regantes de Tutuven** | Relación con los intereses del sector agrícola de la provincia. | Cauquenes / Chanco |

**Anexo-3:Aportes de los Socios.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nombre del socio** | **Valor aporte comprometido $** | **Detalle del aporte ( descripción breve)** |
| SII | $ 720.000 | Charlista para asesorías especializadas. Al menos 1 vez al mes en distintas comunas. (Chanco, Empedrado, Pelluhue, Cauquenes). |
| Municipalidades Chanco, Pelluhue, empedrado y Gobernación | $ 1.120.000 | Prestamos de salones para eventos de Capacitación. |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |