

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

REGIÓN	Maule
CENTRO	Cauquenes
TEMA CENTRAL	Acuerdo de Negociación
PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Victor Monzón, Vicerrector, Universidad Católica del Maule. • Samuel Chambe Toledo Director Regional, Maule • Rodrigo Uribe, Director Centro Cauquenes. • Claudia Rodriguez, Dirección Regional Sercotec, Maule • Claudia Martinovic, profesional Gerencia de Centros • Carolina García, profesional Gerencia de Centros • Felipe de la Maza , profesional Gerencia de Centros
FECHA	07 de septiembre de 2016
AUTOR MINUTA	Felipe de Maza

Centro	Ubicación	Dirección	Cobertura	Días de Funcionamiento	Horarios
Satélite	Comuna de Empedrado	Dependencias municipales (clientes prefieren terreno)	Toda la comuna	1 vez por semana Miércoles	09:00-18:00
Atención Remota	Pelluhue y Chanco	Visitas en terreno	Ambas comunas	Por demanda	Por demanda

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

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	Asociación de	Relación con los intereses del sector	Cauquenes / Chanco

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

Aravena Jaque	regantes de Tutuven	agrícola de la provincia.	
---------------	----------------------------	---------------------------	--

- 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	Rodrigo Alfonso Uribe Castillo	01/09/2016	N/A
Asesor Sénior	Oscar Tito Belmar Yáñez	03/10/2016	N/A
Asesor Junior	Nicolás Cancino	01/10/2016	N/A
Asistente ejecutivo	Por Definir	N/A	N/A
Asistente Administrativo	Carolina del Carmen Parra Hernández	21/12/2015	N/A

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

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	META
N° total de clientes asesorados en periodo de medición.	Se contabiliza como asesorados aquellos clientes que hayan asistido a la reunión inicial durante el periodo de medición. Se considera el periodo de medición aquel establecido en el Acuerdo de Desempeño. Nota: este indicador considera los clientes asesorados en el Centro por el director y los respectivos asesores junior y sénior. Se mide considerando el registro de la sesión inicial en Neoserra, como cliente único.	176
N° de empresas con aumento de ventas en el periodo de medición	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. 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. Para lo anteriormente descrito, se explicitan 3 fórmulas de cálculo de impacto en ventas: 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. Se considera el periodo de medición aquel establecido en el Acuerdo de Desempeño.	44
N° de nuevos empleos formales generados	Mide el número de empleos generados, ya sea indefinido, plazo fijo, honorarios, part time, tiempo completo, temporal, autoempleo, etc. 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.	15

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

	Se considera el periodo de medición aquel establecido en el Acuerdo de Desempeño.	
Inversiones realizadas	Mide los recursos levantados por la empresa para realizar Inversiones durante el proceso de atención y/o como resultado de la asesoría. 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. Se considera el periodo de medición aquel establecido en el Acuerdo de Desempeño.	\$30MM

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)
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.
UCM	\$26.441.000	RRHH, periodista, administrativo, capacitación a clientes de centro, capacitación RRHH

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

Ítem	Aporte Sercotec \$		Aporte Operador \$		Total \$
Operación	162.020.000		31.708.500		193.728.500
Administración	17.660.000		0		17.660.000
Total	179.680.000	85%	31.708.500	15%	211.388.500

Se adjunta planilla Excel con el detalle de las partidas presupuestarias

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

6. Temas estratégicos:

Convenio a 3 años FNDR Región del Maule, operado por la Universidad Católica del Maule

- **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

ACTA DE ACUERDO DE NEGOCIACIÓN

- **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 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:

VICTOR MONZÓN
VICERRECTOR
UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL MAULE

XIMENA MOYA ROA
GERENTE DE CENTROS DE DESARROLLO DE
NEGOCIOS
SERCOTEC