20 AÑOS DE INNOVACIÓN AGRARIA

Fundación para la Innovación Agraria
MINISTERIO DE AGRICULTURA

Gobierno Regional de La Araucanía
Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC-R)
Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

CONVOCATORIA REGIONAL 2016

"INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO (IMA) REGIÓN DE LA ARAUCANÍA 2016"

GOBIERNO REGIONAL DE LA ARAUCANÍA

Bases de Postulación
Enero 2016

WWW.FIA.CL

GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN 1

2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS 2

2.1 Antecedentes técnicos 2
2.2 Objetivo General 3
2.3 Objetivos específicos 3

3. DISPOSICIONES GENERALES 3

3.1 Características de las Propuestas 3
3.2 Líneas de financiamiento 4
3.2.1 Línea 1: Elaboración o reformulación del Plan de marketing 4
3.2.2 Línea 2: Implementación del plan de marketing 6
3.2.2.1 Análisis de laboratorios de características de los productos e inclusión en etiquetas 6
3.2.2.2 Mejoramiento de procesos de elaboración o trasformación de productos 6
3.2.2.3 Diseños 6
3.2.2.4 Envases 6
3.2.2.5 Estrategia de promoción y/o comunicación 6
3.3 Equipo técnico 7
3.4 Entidad postulante 7
3.5 Creación de alianzas para el desarrollo de la propuesta con Agentes Asociados 8
3.6 Conflicto de interés 9
3.7 Modalidad y normas de financiamiento 9
3.7.1 Aportes de FIA (provenientes de FIC-R) y contraparte (ejecutor y asociado si corresponde) 9
3.7.2 Ítems de gastos presupuestables 10
3.7.3 Rendición de los gastos 12
3.8 Período de ejecución 12

4. PROCESO DE POSTULACIÓN 13

4.1 Período de postulación 13
4.2 Documentos a presentar 13
4.3 Formas de presentación de la propuesta 13
4.4 Consultas 13

5. PROCESO DE ADMISIÓN, EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN DE PROPUESTAS 14

5.1 Admisión 14
5.2 Evaluación 14
5.3 Adjudicación 16
5.4 Comunicación de resultados 17
5.5 Aceptación de condiciones de adjudicación 17
5.6 Modificaciones a la propuesta adjudicada 17

6. CONDICIONES PARA LA EJECUCION 17

6.1 Suscripción de contrato 17

6.2 Reunión de puesta en marcha *18*
6.3 Garantía *18*
6.4 Entrega de recursos *19*
6.5 Entrega de informes a FIA *19*
6.6 Seguimiento y supervisión *20*
6.7 Difusión *20*
6.8 Propiedades de bienes y equipos *20*
6.9 Apropiabilidad de resultados *21*

7. RESUMEN CONVOCATORIA 22

1. INTRODUCCIÓN

La Fundación para la Innovación Agraria (FIA), es la agencia del Ministerio de Agricultura, cuya misión fomentar una cultura de la innovación en el sector agrario, agroalimentario y forestal, promoviendo y articulando iniciativas de innovación que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las agricultoras y agricultores, en todas las regiones del territorio nacional.

De esta forma se busca apoyar el fortalecimiento de la competitividad a través de la innovación promoviendo iniciativas en el sector de pequeña y mediana escala, las cuales contribuyan al desarrollo de territorios socialmente inclusivos, ambientalmente sustentables y a la base económica de Chile y sus regiones.

Mediante el impulso y apoyo a la generación de procesos de innovación en el sector, FIA espera contribuir a la transformación de ideas y/o conocimientos en un nuevo o un mejor producto (bien o servicio); proceso (productivo o de distribución); métodos de comercialización y marketing; y/o métodos organizacionales; que sean valorados y reconocidos por el mercado.

En este contexto, la labor de FIA se orienta hacia cuatro objetivos principales:

a. Diseñar estrategias y/o programas que generen o potencien plataformas público-privadas, tanto a nivel nacional, regional como local, para fortalecer los procesos de innovación en el sector.
b. Impulsar iniciativas que permitan incorporar innovaciones en productos, procesos productivos, comerciales y de gestión, que tengan impacto en la pequeña y mediana agricultura, en la pequeña y mediana empresa que participan de las distintas fases de la cadena de producción.
c. Fortalecer las capacidades tecnológicas, comerciales, recursos humanos y de gestión, al interior del sector para potenciar el proceso de innovación.
d. Difundir y transferir conocimiento y/o información en materia de innovación a los distintos actores del sector agrario, agroalimentario y forestal.

En el marco de estos objetivos, FIA cuenta con un conjunto de líneas de acción que buscan impulsar y apoyar la ejecución de iniciativas que generen impacto en el sector agrario, agroalimentario y forestal, a través de los siguientes instrumentos: giras, consultorías, eventos, proyectos y estudios de innovación agraria[1].

Por su parte, el **Gobierno Regional de La Araucanía** (GORE Araucanía) tiene como prioridad el desarrollo armónico y equitativo del territorio, integrando los ámbitos económico, social, ambiental y cultural. Para ello, su gestión se basa en la generación de mecanismos que aseguren la participación de la comunidad regional y la preservación y mejoramiento del medio ambiente. En este marco, el diseño e implementación de políticas e instrumentos de planificación, inversión y prestación de servicios se basan en principios de equidad, eficiencia y eficacia.

En el campo específico de la innovación, el GORE Araucanía elaboró su Estrategia Regional de Innovación (ERI Araucanía) cuyo objetivo general es aumentar la competitividad de la Región de La Araucanía dentro

[1] Proyectos de Innovación agraria, corresponden a iniciativas que contribuyan a aumentar la competitividad del sector mediante el desarrollo, adaptación o validación de nuevas tecnologías y procesos.

de un contexto de sostenibilidad ambiental, bienestar social y económico mediante la innovación y en base a sus capitales naturales, humanos y sociales. El apoyo al desarrollo de marketing agroalimentario representa en la ERI Araucanía 2014-2020 una línea específica relevante para impulsar y fortalecer los negocios de las pequeñas y medianas empresas enfocadas en productos con alto valor agregado.

Esta convocatoria se realiza en el marco del "Convenio de transferencia de recursos Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R). Gobierno Regional de La Araucanía y FIA 2014-2016" a través del cual el GORE Araucanía asignó recursos provenientes del Fondo de Innovación para la Competitividad – Regional (FIC-R) a FIA con el objeto de destinarlos al apoyo de iniciativas de innovación que se vinculen directamente con los lineamientos estratégicos sectoriales de la región.

2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

2.1 Antecedentes técnicos

Existen en las regiones medianas, pequeñas y microempresas del sector agroalimentario que desarrollan productos con alto valor agregado, ya sea por sus características, sus procesos innovadores, por su identidad territorial o por algún atributo específico. Sin embargo, existen dificultades para insertar y posicionar estos productos en los mercados, ya sea locales, nacionales o internacionales. Esto se debe, entre otras cosas, a una falta de orientación hacia el marketing de los productos por parte de las empresas del sector.

Por otra parte se ha detectado que algunas medianas, pequeñas y microempresas del sector agroalimentario, en la mayoría de las veces, desarrollan productos desde lo que ellos tienen a disposición sin una visión de mercado y de lo que los consumidores esperan y requieren.

El primer paso para el desarrollo de un producto, es detectar necesidades o bien generar deseo del mismo. Para eso, resulta necesario entender a cabalidad el entorno en el cual se inserta el producto, además de cuáles son las limitantes de gestión al interior de la empresa. Cuando existe una toma de conciencia del estado del arte[2], se puede empezar a preparar una estrategia comercial acorde a las necesidades y plantearse objetivos de marketing y posicionamiento considerando el producto, precio, plaza y promoción[3].

En este contexto y en el marco de esta convocatoria, se entenderá por **innovación en marketing agroalimentario** todas aquellas actividades que se basen en:

- Productos que no existen en el mercado nacional, y que requieran desarrollar su estrategia de marketing para ingresar al mercado local, nacional o internacional.
- Productos que surgen del cambio de su funcionalidad y que requieren mejorar o fortalecer su estrategia de marketing para ingresar en el mercado local, nacional o internacional.

[2] Investigación o vigilancia de productos similares en el mercado local, nacional y/o internacional.
[3] 4 P: Producto, Precio, Plaza, Promoción. Esto apela a la estrategia de negocio, que implica conocer el producto en detalle y de forma específica. El precio de mercado, en coherencia al valor agregado del producto, y según el segmento del consumidor. La Plaza se refiere al punto de venta o canales de distribución del producto. Promoción se refiere a la estrategia de comunicación del producto (difusión).

- Productos que ya se comercializan y propongan innovaciones en su estrategia de marketing, usabilidad, envases, u otros aspectos relacionados.

2.2 Objetivo General

El objetivo de esta convocatoria es apoyar proyectos liderados por medianas[4], pequeñas y microempresas[5] del sector agroalimentario, que requieran un mejoramiento de sus productos a través del desarrollo e implementación de estrategias de marketing innovadoras y efectivas, de manera de contribuir a mejorar las condiciones de competitividad y acceso a los mercados locales, nacionales o internacionales.

2.3 Objetivos específicos

En este marco, los objetivos específicos de esta convocatoria son los siguientes:

a. Apoyar la formulación de planes de marketing.
b. Apoyar la realización de estudios de mercado que permitan conocer las potencialidades de los productos a nivel de clientes, competencia y cadenas de distribución.
c. Apoyar la realización de actividades en torno a estrategias de procesos de mejora en el desarrollo del producto.
d. Apoyar la realización de actividades en torno a estrategias de promoción y/o comunicación.

3. DISPOSICIONES GENERALES

3.1 Características de las Propuestas

A través de la presente convocatoria se busca impulsar proyectos de innovación que cumplan con las siguientes características:

- Deben considerar productos que agreguen valor a la producción nacional agrícola, pecuaria y forestal.
- Deben estar orientados al mejoramiento de las estrategias comerciales de medianas, pequeñas y microempresas del sector agroalimentario.
- Deben estar enfocados en productos que presenten algún elemento diferenciador respecto a lo que ya existe en el mercado nacional.
- Los postulantes deben tener la etapa de desarrollo del producto finalizada o al menos existir el prototipo del mismo.

[4] El Ministerio de Economía clasifica las empresas de acuerdo al nivel de ventas. Considera como Empresas Pequeñas a las que venden entre UF2.400 y UF25.000 al año y como Empresas Medianas las que venden más de UF25.000 al año, pero menos de UF100.000.

[5] Microempresa corresponde a toda entidad que ejerce una actividad económica de forma regular, ya sea artesanal u otra, a título individual o familiar o como sociedad, y cuyas ventas anuales son inferiores a UF2.400.

3.2 Líneas de financiamiento

Este instrumento considera dos líneas de financiamiento:

- Línea 1: Elaboración o reformulación del plan de marketing (plazo máximo de ejecución 3 meses).
- Línea 2: Implementación del plan de marketing (plazo máximo de ejecución 9 meses).

FIA podrá prorrogar dichos plazos, en caso justificados.

Se podrá postular sólo a la Línea 1, sólo a la Línea 2 o bien, a ambas líneas de financiamiento.

En el caso que el postulante cuente actualmente con un **plan de marketing**, puede postular a la línea 2 para su implementación. Este plan deberá ser incluido en el **Anexo 1** del Formulario de Postulación, para su evaluación y aprobación previa por parte de FIA.

3.2.1 Línea 1: Elaboración o reformulación del Plan de marketing

Para la elaboración de los planes de marketing, existen las siguientes alternativas:

- Las medianas, pequeñas y microempresas que aún no tengan un plan de marketing elaborado para sus productos, podrán optar a recursos financieros para elaborarlo.

- Las medianas, pequeñas y microempresas que posean un plan de marketing elaborado para sus productos, que estimen necesario su reformulación o validación, podrán optar a recursos financieros para este fin.

Para ambos casos, se entiende por **Plan de marketing**, aquel estudio que permite conocer las necesidades y deseos de los clientes actuales o potenciales y también cómo se está comportando la competencia en el mercado, a nivel de sus productos, precios, promoción, etc. Los estudios de mercado, generalmente, se realizan en tres etapas: breve análisis del entorno, trabajo en terreno a través de entrevistas (personales o telefónicas), entrevistas focalizadas, encuestas de opinión, degustaciones de productos, focus group, entre otros aspectos, y finalmente un análisis de la información recolectada.

También se puede definir como la aplicación de un conjunto de técnicas que permitan realizar una investigación específica, rápida, generalmente pequeña y acotada en su alcance, primordialmente de tipo cualitativo, con la finalidad de conocer aspectos muy específicos de los productos que se quieren comercializar, de los canales de distribución existentes, de los consumidores actuales o potenciales de esos productos, de los precios, la publicidad adecuada, etcétera. Entre los tipos de sondeos están: entrevistas (personales o telefónicas), entrevistas focalizadas, encuestas de opinión, degustaciones de productos, focus group, entre otros.

En síntesis, el propósito de estos estudios de mercado es investigar sobre los mecanismos que permitan mejorar entre otros aspectos, el conocimiento por parte de la empresa de atributos de productos

actuales o potenciales, deseos del consumidor, comportamiento de la competencia, nuevos segmentos de consumidores, posicionamiento del producto en un mercado específico, entre otros.

El plan de marketing deberá ser realizado de acuerdo a los siguientes contenidos mínimos:

I. **Resumen Ejecutivo**

II. **Análisis del entorno**

El análisis del entorno debiera considerar el análisis de los siguientes aspectos:

- Identificación y análisis de la competencia: identificar productos similares en el mercado local o nacional, y reconocer los atributos que la hacen exitosa.
- Análisis de los segmentos y mercado objetivos: señalar a quién va dirigido el producto, es decir, identificación del potencial comprador -colectivo- según su perfil de actividades y segmento socioeconómico.
- Análisis de la demanda y tendencias: identificar cuáles son los productos y tendencias más valorados y cotizados según nuestro consumidor, y cuáles son los atributos que los hacen marcar una pauta dentro del mercado.
- Análisis de provisión del producto y participaciones de mercado
- Conocimiento del producto y sus atributos: responder ¿Cuál es la historia detrás de este producto, su origen?, ¿Cuáles son sus beneficios?, ¿Para la salud, bienestar, experiencia de consumo?, entre otros.
- Análisis de los hábitos de uso del producto: indicar el comportamiento del consumidor ¿Para qué sirve el producto?, ¿Cuándo o en qué momentos se utiliza o consume?, ¿Cómo es su uso?, entre otros.
- Análisis del desempeño de la mezcla comercial y cada una de sus herramientas (4p de la situación actual): analizar la propuesta de marketing en base al producto. Ésta debe ser coherente entre el producto, el precio, el punto de venta/canal de distribución y la promoción –comunicación- para dirigirse correctamente al consumidor y mercado al que se pretende llegar.
- Análisis de los elementos del medioambiente y de contexto relevantes, que considere los aspectos Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST): considerar que esto también forma parte de la agregación de valor del producto y la empresa.
- Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del producto en consideración al mercado actual.

III. **Plan a futuro**

Este debiera contener el desarrollo de los siguientes aspectos:

- Objetivos de provisión de servicio
- Objetivos y Estrategia en Marketing
- Estrategia de Posicionamiento (dónde estamos y dónde queremos estar)
- Mezcla de Marketing (4p: producto, precio, plaza, promoción)
- Arquitectura de marca (Principios de la marca – "compromiso" con el consumidor. Identidad de marca, identidad gráfica.)
- Presupuesto

IV. Principales indicadores para medir la satisfacción y control

El diseño del Plan de Marketing deberá mostrar en forma clara, la factibilidad técnica y financiera de la empresa para poder ejecutar posteriormente las actividades presentadas en dicho Plan.

El plazo máximo para realizarlo es de 3 meses y FIA podrá ampliar este plazo en casos calificados. Sólo una vez aprobado el plan de marketing, el postulante podrá pasar a la etapa de implementación.

3.2.2 Línea 2: Implementación del plan de marketing

En esta opción de financiamiento se pueden realizar las siguientes acciones:

3.2.2.1 **Análisis de laboratorios de características de los productos e inclusión en etiquetas**[6]
Considera análisis físico-químicos, proximales u otros análisis de muestras de alimentos exigidos por los organismos sanitarios que regulan la comercialización de productos y que son requisitos para ser publicados en las etiquetas de los productos a comercializar.

3.2.2.2 **Mejoramiento de procesos de elaboración o trasformación de productos**
Considera el mejoramiento de procesos de trasformación del producto, que permitan incrementar su valor, mejorar sus características organolépticas y mejorar o incrementar sus propiedades nutricionales.

3.2.2.3 **Diseños**
Considera innovaciones en el diseño o re diseño de:

- Arquitectura de marca (Identidad)
- Logotipos (Diferenciador)
- Etiquetas (Comunicación y pertinencia)
- Empaques y embalajes (Seguridad, usabilidad, etc.)

3.2.2.4 **Envases**
Considera la búsqueda de un envase acorde al producto o bien un prototipo que agregue valor al producto en cuestión, así como la búsqueda de embalaje o envases innovadores para su producto o el desarrollo de prototipos de envases nuevos. Además de la seguridad y estética que se busca en un envase, también debe considerarse su usabilidad, para facilitar la manipulación de éste al momento de consumir.

3.2.2.5 **Estrategia de promoción y/o comunicación**
Considera innovaciones en materia de diseño o re diseño de:

- Catálogos, folletos, pendones y volantes
- Páginas web
- Diseño de mailing
- Estrategias de marketing relacional
- Display u otros para la demostración o venta de productos
- Promoción en puntos de venta (ferias, supermercados, entre otros)
- Impresión de material de difusión

[6] Los envases o etiquetas de los alimentos destinados al consumo humano deben cumplir con el Nuevo Reglamento Sanitario de Alimentos del Ministerio de Salud.

3.3 Equipo técnico

El equipo técnico debe considerar el perfil de profesionales que se estimen necesarios para el desarrollo del proyecto, con experiencia demostrable de 3 años como mínimo en las áreas que se proponen.

3.4 Entidad postulante

Las propuestas podrán ser presentadas por:

a) **Personas naturales**, mayores de 18 años, que posean la calidad de **empresarios individuales** que tengan la calidad de pequeños, medianos o microempresarios del sector agroalimentario.
b) **Personas jurídicas** con o sin fines de lucro, constituidas legalmente en Chile, que tengan la calidad de pequeños, medianos o microempresarios del sector agroalimentario.

Ambos tipos de postulantes deben tener iniciación de actividades en un giro de naturaleza empresarial de producción, procesamiento, distribución y/o comercialización de bienes o productos para o relacionado con el sector agrícola, pecuario y forestal. La iniciación de actividades deberá tener un periodo mínimo de 6 meses de antigüedad contados hacia atrás desde la fecha de postulación a FIA.

Para estos efectos se considerará la clasificación de las empresas del Ministerio de Economía de acuerdo al nivel de ventas: considera como Empresas Pequeñas a las que venden entre UF2.400 y UF25.000 al año y como Empresas Medianas las que venden más de UF25.000 al año, pero menos de UF100.000. En cuanto a la Microempresa, ésta corresponde a toda entidad que ejerce una actividad económica de forma regular, ya sea artesanal u otra, a título individual o familiar o como sociedad, y cuyas ventas anuales son inferiores a UF2.400.

El volumen de ventas o servicios se acreditará mediante copia simple de los formularios 29 de Declaración Mensual y Pago Simultáneo de los últimos 6 meses contados hacia atrás desde la fecha de postulación a FIA.

Adicionalmente, la entidad postulante deberá:

- En los casos que corresponda, acreditar que cuenta con personalidad jurídica vigente y que su(s) representante(s) legal(es) posee(n) facultad(es) suficiente(s) para suscribir el respectivo contrato de ejecución.

- Contar con capacidad para otorgar las garantías solicitadas por FIA para respaldar los recursos financieros que aporta.

- Poseer una cuenta bancaria para la administración de los fondos entregados para el cofinanciamiento de la propuesta. No se aceptará utilizar para estos efectos una cuenta bancaria personal del representante legal o socio, coordinador o de otro tercero. En caso de no cumplir con este requisito, el postulante podrá estar tramitando la cuenta bancaria al momento de postular, situación que deberá ser acreditada en la postulación con documentos o certificados que lo

respalden (en **Anexo 6** del Formulario de postulación se debe adjuntar el Certificado emitido por la entidad bancaria que acredite la tramitación de la cuenta bancaria).

La obtención de la cuenta bancaria deberá acreditarse fehacientemente dentro del plazo de 30 días corridos, contados desde la fecha de emisión de la carta de adjudicación de la propuesta. FIA podrá considerar como desistida la postulación en caso que la entidad postulante no cumpla con el plazo señalado.

- Ser la responsable directa de la realización de la propuesta y no podrá subcontratar o delegar la total ejecución de la propuesta a otros agentes.

- Designar a un coordinador que será el responsable de la organización del equipo técnico, del desarrollo del plan de trabajo y del cumplimiento de los compromisos establecidos, sin perjuicio de las obligaciones y responsabilidades de la entidad postulante de la propuesta. En el caso de entidad postulante que no cuente con el equipo técnico necesario para cumplir con esta condición, puede establecer alianzas con otras instituciones, empresas u organizaciones, que les apoye en el buen desarrollo de la propuesta.

La entidad postulante cuya propuesta sea adjudicada, será la contraparte de FIA para todos los efectos legales y que actuará como único responsable de la ejecución de la propuesta ante FIA, el cual se denominará **ejecutor**.

Se entenderá por ejecutor aquel que suscribe el contrato de ejecución con FIA, se compromete a realizar aportes pecuniarios y no pecuniarios necesarios para su ejecución, siendo el responsable de la ejecución de la propuesta, de la administración de los fondos transferidos por FIA y de la rendición financiera de sus gastos.

No pueden postular ni participar en esta convocatoria ninguna entidad o persona que por sí misma o como representante de otra, mantenga situaciones pendientes con FIA vinculadas al incumplimiento de las obligaciones contraídas en los contratos de aporte suscritos con esta Fundación, en cualquiera de sus instrumentos.

3.5 Creación de alianzas para el desarrollo de la propuesta con Agentes Asociados.

La entidad postulante puede establecer alianzas con otras entidades incorporándolos como agentes asociados. El **agente asociado** es una entidad nacional, persona natural o jurídica, que se compromete con la ejecución del proyecto, obtiene un beneficio de sus resultados y realiza aportes técnicos y financieros (pecuniarios y no pecuniarios) necesarios para la ejecución de la propuesta. Se trata de una relación que se establece con el postulante con motivo de la propuesta y para el desarrollo de la misma.

El agente asociado debe estar claramente identificado en la propuesta y, manifestar su compromiso formal de participación, y de realizar los aportes pecuniarios o no pecuarios correspondientes; deberá además y describir cuál será la forma de organización y coordinación que se establecerá con la entidad postulante. Deberán demostrar su vinculación y conocimiento en las diferentes áreas o ámbitos de la propuesta. Además, deberán entregar información sobre su experiencia y su capacidad técnica y de gestión, necesaria para desarrollar adecuadamente la propuesta.

Una vez que las propuestas sean aprobadas, el ejecutor podrá suscribir con sus asociados todos aquellos acuerdos y convenios que estime necesarios, para asegurar la correcta ejecución de las actividades del proyecto. FIA podrá solicitar en cualquier etapa del proceso de esta convocatoria o durante la ejecución de la propuesta adjudicada, copia de dichos documentos para asegurarse el cumplimiento de los objetivos y resultados de la propuesta.

3.6 Conflicto de interés

FIA revisará los conflictos de interés que puedan aparecer de los antecedentes presentados en la propuesta. Estos conflictos de interés se revisarán especialmente en cuanto a vínculos de parentesco y relaciones comerciales y en función de ello, podrá solicitar cualquier ajuste de costos, participantes y equipo técnico de la propuesta. Además, FIA podrá solicitar declaraciones de conflicto de interés durante cualquier etapa del proceso de esta convocatoria o de la ejecución de la propuesta adjudicada.

3.7 Modalidad y normas de financiamiento

3.7.1 Aportes de FIA (provenientes de FIC-R) y contraparte (ejecutor y asociado si corresponde)

FIA aportará un financiamiento máximo equivalente a 80% del costo total de la propuesta y la contraparte deberá hacer un aporte mínimo de 20%, donde el aporte pecuniario mínimo debe ser del 5%.

Línea 1	Aportes
FIA	Hasta 80% del costo total de la propuesta Máximo $**7.000.000**.
Aporte Contraparte	Mínimo 20% del costo total, compuesto por aportes pecuniarios y/o no pecuniarios. Mínimo de 5% del costo total de la propuesta como aporte pecuniario (sin considerar el ítem Imprevistos)

Línea 2	Aportes
FIA	Hasta 80% del costo total de la propuesta Máximo $**15.000.000**
Aporte Contraparte	Mínimo 20% del costo total, compuesto por aportes pecuniarios y/o no pecuniarios. Mínimo de 5% del costo total de la propuesta como aporte pecuniario (sin considerar el ítem Imprevistos)

El aporte de contraparte debe estar constituido por un aporte del ejecutor (entidad postulante) y de los asociados, si los hubiere, que contribuya en forma concreta y directa a la realización de la propuesta. FIA podrá exigir mayores aportes de contraparte, tanto pecuniarios como no pecuniarios, en función de la evaluación de la estructura de costos de la propuesta.

FIA se reserva el derecho a reducir las asignaciones presupuestarias solicitadas por los postulantes o a rechazar una solicitud si su costo se considera excesivo para los objetivos o actividades propuestas o bien, si no está relacionado directamente con la ejecución de la propuesta.

3.7.2 Ítems de gastos presupuestables

Los ítems posibles de incorporar para el adecuado desarrollo de la propuesta son los siguientes:

- Recursos humanos: corresponden a gastos por contrato de personal incremental, es decir específicamente para la iniciativa y corresponderán a sueldos u honorarios para el personal técnico y profesional. En caso de personal de planta de la entidad postulante o asociada, se aceptarán sólo gastos por concepto de "asignación de responsabilidad"[7] para un total de dos profesionales, cuyo monto bruto máximo anual por profesional, podrá variar dependiendo del tiempo de dedicación que éste destine a la propuesta, en función de lo siguiente:

  a) Para un tiempo de dedicación inferior o igual al 20%[8] se podrá solicitar hasta $1.000.000 anuales.
  b) Para un tiempo de dedicación superior al 20% se podrá solicitar hasta $2.000.000 anuales.

  El ítem de Recursos Humanos no debiera superar el 50% de la estructura de costos de la propuesta.

- Equipamiento: corresponden a gastos por equipos menores, como por ejemplo instrumentos de laboratorio, maquinaria, entre otros.

- Viáticos y movilización: Corresponden a gastos por alimentación, alojamiento, pasajes, peajes, estacionamiento, combustible y arriendo de vehículos.

- Materiales e insumos: corresponden a gastos por materiales, insumos de laboratorio, insumos de campo u otros, que sean necesario para el desarrollo de la propuesta y estén directamente vinculados a ella.

- Servicios de terceros: corresponden a gastos por servicios que contribuyan al desarrollo de la propuesta en aspectos técnicos, comerciales, de gestión, organizacionales u otros, a nivel nacional o internacional. Sólo se podrán contratar servicios específicos y no la realización completa de la propuesta.

  Estos servicios no podrán ser prestados por profesionales que pertenezcan al equipo técnico de la propuesta.

- Elaboración y/o formulación de las propuestas: en el caso que las propuestas sean presentadas por entidades que no cuenten en su equipo técnico con un profesional con las competencias para formular la propuesta, FIA podrá financiar los costos de la contratación de los servicios

[7] La asignación de responsabilidad implica funciones de dirección, coordinación, planificación y/o supervisión para la adecuada ejecución del proyecto, labores que deberán estar descritas en la propuesta. Las horas hombres que se destinan deberán especificarse en las liquidaciones de sueldo.
[8] El porcentaje se determina en base a las 180 horas/hombres/mes.

profesionales correspondientes en las siguientes condiciones: a) Se deberá contemplar dentro de los costos de la propuesta como aporte de FIA por un monto de hasta $800.000. b) El pago de este gasto procederá sólo en la medida de que la propuesta sea adjudicada. c) El valor de los servicios contratados deberá cancelarse con recursos provenientes del primer aporte que entregue FIA al Ejecutor y rendirse en el primer informe financiero comprometido. d) El documento tributario de respaldo no podrá emitirse con fecha anterior a la puesta en marcha de la propuesta y e) No se aceptarán cartas de profesionales o empresas consultoras solicitando a FIA el pago directo de sus honorarios, con documentos tributarios extendidos a nombre de la Fundación.

- Difusión: corresponden a gastos relacionados con actividades encaminadas a difundir los resultados parciales o finales de la iniciativa, como por ejemplo publicaciones, boletines, arriendo de salas y equipos, entre otros.

- Capacitación: corresponden a gastos relacionados con capacitaciones para el correcto desarrollo de la propuesta, como por ejemplo talleres, cursos, seminarios, entre otros.

- Gastos generales: corresponden a gastos en que incurre la entidad postulante por la administración del proyecto, tales como consumos básicos (luz, agua, gas, teléfono, internet y celulares), arriendo de oficina, adquisiciones de materiales de oficina, fotocopias y mantención de equipos, entre otros.

- Gastos de administración: corresponden a gastos de la emisión de garantía, pero sólo con cargo al aporte de contraparte. No se aceptarán gastos por concepto de overhead.

- Imprevistos: corresponde a gastos no considerados inicialmente en la propuesta, que se hayan generado durante su desarrollo y tengan directa relación con las actividades y objetivos de ésta. Este ítem no deberá superar el 5% del costo total del aporte FIA, que será determinado en el proceso de negociación. El uso de este ítem sólo se autoriza cargar al aporte de FIA, y se hará efectivo previa aprobación de su pertinencia por parte del Ejecutivo de Innovación Agraria de FIA, mediante carta oficial.

FIA evaluará la pertinencia de los ítems y montos de aporte de contraparte y solicitado a FIA.

En ningún caso se podrán cargar al aporte de FIA o contraparte los siguientes ítems de gastos:

- Contribuciones de un bien raíz.
- Inversiones en bienes de capital no determinantes para el proyecto.
- Adquisición de inmuebles a cualquier título.
- Deudas, dividendos o recuperaciones de capital.
- Compra de acciones, derechos de sociedades, bonos y otros valores mobiliarios.
- Gastos por concepto de depreciación de vehículos, maquinaria y equipos.
- Mantención y reparación de vehículos.
- Gastos de licencias médicas, licencias maternales y cargas familiares.
- Multas, intereses, recargos o reposiciones por cancelación fuera de plazo de los servicios generales tales como: luz, agua, teléfono, celular, internet, TAG, etc.
- Multas por cambios de pasajes aéreos.
- Permisos de circulación y revisión técnica, seguros automotrices voluntarios y seguros obligatorios por accidentes personales (Ley 18.490).
- Propinas y bebidas alcohólicas.
- El IVA de las facturas, en caso de ser contribuyente afecto a este impuesto recuperable.

Finalmente, cabe señalar que no se permite inversiones en el mercado de capitales con fondos aportados por FIA.

3.7.3 Rendición de los gastos

Todos los gastos realizados, correspondientes al aporte solicitado a FIA y al aporte de contraparte, deberán ser rendidos en el Sistema de **Declaración de Gastos en Línea (SDGL)** que FIA pone a disposición de los ejecutores, de acuerdo a lo detallado en el punto 6.5 "Entrega de informes a FIA". Sólo podrán declararse en el SDGL aquellos montos e ítems aprobados en la propuesta, memoria de cálculo y flujos trimestrales definitivos, que se encuentren debidamente cancelados.

Asimismo, todos los gastos o inversiones realizadas, correspondientes al aporte solicitado a FIA y al aporte de contraparte (ejecutor y asociado, si corresponde), deberán ser declarados con documentos que respalden legalmente dichos montos, tales como: facturas, boletas de compra/venta, boletas de honorarios y boletas de servicios.

Si el gasto real en alguno de los ítems - correspondiente al aporte de FIA - resulta ser superior a lo previsto en la propuesta definitiva, dicha diferencia podrá cubrirse con saldos producidos en otros ítems, siempre y cuando el Ejecutor lo solicite a FIA por escrito, se estime pertinente y sea aprobado por FIA en la rendición correspondiente.

En caso que el gasto total correspondiente a la suma de todos los ítems financiados por FIA sea superior al establecido en la propuesta definitiva, la diferencia deberá ser solventada por el ejecutor, con las excepciones que FIA estime pertinente en casos de imprevistos y justificados.

3.7.4 Período de ejecución

El inicio o puesta en marcha de las propuestas deberá considerarse a partir de **Junio 2016.** Las propuestas deberán tener una duración máxima de **12 meses**.

Las Líneas de financiamiento deberán cumplir con los siguientes plazos de ejecución:

Línea	Duración máxima
1	3 meses
2	9 meses

FIA podrá modificar dichos plazos en casos excepcionales y debidamente justificados.

4. PROCESO DE POSTULACIÓN

Todas las propuestas que se presenten deberán ajustarse a las condiciones y requisitos establecidos en los documentos: (1) "**Bases postulación IMA Región de La Araucanía 2016**" y (2) "**Formulario postulación IMA Región de La Araucanía 2016**", que en conjunto contienen la reglamentación para postular y se encuentran en el sitio web de FIA, www.fia.cl.

4.1 Período de postulación

La presente convocatoria de proyectos de innovación se abre el **13 de enero de 2016** y cierra el día **24 de marzo de 2016 a las 15:00 horas**.

4.2 Documentos a presentar

El postulante deberá entregar un sobre que indique el nombre de esta licitación. Este sobre debe contener los siguientes documentos:

a) Un ejemplar de la propuesta original y una copia en papel, tamaño carta, en el formato "**Formulario de postulación IMA Araucanía 2016**".

b) Una versión digital de la propuesta en el formato "**Formulario de postulación IMA Araucanía 2016**" en archivo Word.

c) Una versión digital de la "**Memoria de cálculo IMA 2016**" en archivo Excel.

4.3 Formas de presentación de la propuesta

Las propuestas deberán ser presentadas en **alguna** de las siguientes formas:

- Personalmente en las oficinas de FIA ubicadas en Santiago (Loreley 1582, La Reina).
- Enviadas por correo certificado a las oficinas de FIA ubicadas en Santiago

Las propuestas presentadas presencialmente en las oficinas de FIA serán recibidas hasta las **15:00 horas del 24 de marzo de 2016** (fecha de cierre).

Las propuestas presentadas por correo certificado, deberán ser enviadas a más tardar el día **24 de marzo de 2016**. Es responsabilidad de la entidad postulante acreditar que la propuesta fue enviada dentro del plazo establecido en estas bases y recibida por FIA. Se aceptará como medio de acreditación la presentación del comprobante de despacho emitido dentro del plazo de envío establecido anteriormente.

4.4 Consultas

Todas las consultas referentes a la presente convocatoria, deberán realizarse vía correo a la siguiente dirección electrónica: **imaraucania2016@fia.cl**

El período de consulta se extenderá entre el **13 de enero 2016** y el **21 de Marzo de 2016**.

5. PROCESO DE ADMISIÓN, EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN DE PROPUESTAS

5.1 Admisión

Durante el proceso de admisión se revisa la propuesta para verificar que se ajuste a los requisitos de presentación y disposiciones generales establecidas en la convocatoria.
Entrarán al proceso de admisión las propuestas que hayan ingresado en el plazo y horario reglamentario, establecido en el numeral 4.1 "Período de postulación", se ajusten a las bases de la convocatoria y cumplan con los siguientes aspectos:

- Que la entidad postulante cumpla con los requisitos establecidos en el numeral 3.4, letra a) y b).

- Que las propuestas sean presentadas a FIA en el "**Formulario de postulación IMA Araucanía 2016**".

- Que las propuestas se presenten con todos los documentos solicitados en el punto 4.2 "Documentos a presentar" y 4.3 "Formas de presentación de la propuesta".

- Que los documentos solicitados contengan toda la información requerida en el "**Formulario de postulación IMA Araucanía 2016**", incluyendo:

  - ✓ Firma del postulante o su represente legal, según corresponda de la entidad postulante.
  - ✓ Firma de él o los asociados(s), si corresponde.
  - ✓ Certificado de vigencia de la entidad postulante, si corresponde.
  - ✓ Antecedentes comerciales de la entidad postulante.
  - ✓ Cartas de compromiso y antecedentes curriculares del coordinador y los integrantes del equipo técnico.
  - ✓ Archivo Excel "**Memoria de cálculo IMA 2016**".

- Que los montos y porcentaje de aporte FIA y contraparte se ajusten a los señalados en el punto 3.7.1 "Aportes de FIA (provenientes de FIC-R) y contraparte"

La decisión sobre la admisión de las propuestas es inapelable. . Los resultados de la admisión serán publicados en la página web de FIA.

5.2 Evaluación

Las propuestas admitidas serán evaluadas en su calidad técnica, calidad de formulación, estructura de costos y sus respectivos montos, de acuerdo a los siguientes criterios y subcriterios:

CRITERIO	SUBCRITERIO	PONDERACIÓN
1. Grado de innovación de la propuesta	1.1 Grado en que la innovación en marketing que se propone ayuda a **diferenciar su producto y/o agregar valor a su producto.**	15%
	1.2 Grado en que la innovación en marketing ayuda a la **inserción de su producto en el mercado objetivo.**	10%
	Total Criterio 1	**25%**

CRITERIO	SUBCRITERIO	PONDERACIÓN
2. Calidad Técnica de la Propuesta	2.1 Coherencia y consistencia entre los objetivos y los resultados esperados con la justificación de la propuesta.	8%
	2.2 Coherencia y consistencia de la metodología y actividades y su relación con los objetivos de la propuesta. (Incluye carta gantt)	7%
	Total Criterio 2	**15%**
3. Capacidad de ejecución	3.1 Organización del equipo técnico para abordar los requerimientos de la propuesta y horas de dedicación en función de los roles asignados.	10%
	3.2 Competencias técnicas y experiencia de los integrantes de los integrantes para el desarrollo de las distintas áreas específicas, considerando aspectos cuantitativos y cualitativos.	15%
	Total Criterio 3	**25%**
4. Costos de la propuesta	4.1 Pertinencia del costo total de la propuesta y de la distribución por ítems de gasto de acuerdo a la naturaleza de la propuesta, objetivos, actividades y resultados.	5%
	4.2 Pertinencia del aporte FIA y del aporte de contraparte de acuerdo a los objetivos, actividades y resultados.	5%
	Total Criterio 4	**10%**
5. Impacto esperado posterior al desarrollo de la propuesta	5.1. Importancia de la propuesta para la estrategia de desarrollo de la empresa.	10%
	5.2. Potencial impacto de la propuesta sobre el mercado objetivo.	15%
	Total criterio 5	**25%**
	TOTAL	**100%**

Los subcriterios señalados anteriormente en la tabla, serán evaluados de acuerdo a la siguiente escala:

Puntaje	Descripción
1	Muy insuficiente
2	Insuficiente
3	Regular
4	Adecuado
5	Bueno

La nota de cada subcriterio será ponderada por el porcentaje asignado a cada uno de ellos de acuerdo con la tabla de evaluación anterior.

El proceso de evaluación se realizará en **dos etapas**:

Etapa I: consiste en la evaluación individual de cada una de las propuestas de acuerdo a los criterios, puntaje y ponderación antes señalada Se realizarán dos evaluaciones individuales de cada propuesta, las que se llevarán a cabo por profesionales de FIA y/o por expertos externos, de acuerdo con la especificidad temática de la propuesta.

Etapa II: será llevada a cabo por un **Comité Técnico Regional** que estará constituido por un Representante del SEREMI de Agricultura, un representante del Gobierno Regional y un representante de FIA, nombrados por las respectivas jefaturas.

Este comité revisará las evaluaciones individuales y emitirá una tercera evaluación de cada una de las propuestas en base a los siguientes criterios:

1. Grado de innovación de la propuesta (25%)
2. Calidad Técnica de la Propuesta (15%)
3. Capacidad de ejecución (25%)
4. Costos de la propuesta (10%)
5. Impacto esperado posterior al desarrollo de la propuesta (25%)

Los criterios señalados anteriormente serán evaluados de acuerdo a la escala antes mencionada. La nota de cada criterio será ponderada por el porcentaje asignado a cada uno de ellos de acuerdo con lo anterior.

El Comité Técnico regional generará un informe con la priorización de las propuestas de acuerdo a sus puntajes individuales, observaciones para la ejecución y los criterios estratégicos regionales, como propuestas de recomendación de adjudicación.

La nota de evaluación del Comité Técnico se agregará a la nota de evaluación individual estableciendo un promedio y obteniendo una nota final.

Posteriormente, el Comité Técnico elaborará un acta con la priorización de las propuestas de acuerdo a su nota final de evaluación y sus recomendaciones.

Las propuestas que obtengan un puntaje promedio inferior a 4,5 no serán recomendadas para su aprobación por el Consejo Directivo de FIA.

5.3 Adjudicación

La decisión sobre la adjudicación de las propuestas es de responsabilidad del Consejo Directivo de FIA, quien sancionará, en función de los resultados del proceso de evaluación de las propuestas, su aprobación o rechazo, así como con la asignación de recursos y las condiciones de adjudicación, de manera inapelable.

Las condiciones de adjudicación podrán incluir modificaciones a la propuesta tales como: cambio de actividades, participantes, aportes FIA o de contraparte (pecuniarios y no pecuniarios), o requerir la entrega de antecedentes o informes, entre otros. En consecuencia, una propuesta calificada como "aprobada con condiciones", estará sujeta a la aceptación y cumplimiento de las condiciones por parte del postulante, establecidas por el Consejo Directivo, para su adjudicación final.

El Consejo Directivo podrá delegar en el Director Ejecutivo facultades para sancionar esta convocatoria, si las circunstancias así lo aconsejan.

5.4 Comunicación de resultados

FIA comunicará por carta dirigida a la entidad postulante el resultado de la admisión y adjudicación de las propuestas, en un plazo no superior a 10 días hábiles desde la sanción del Consejo Directivo de FIA o Director Ejecutivo, según corresponda. Además, dichos resultados se publicarán en el sitio web de FIA.

Independiente del resultado del proceso de admisión y selección de las propuestas, éstas no serán devueltas al postulante.

5.5 Aceptación de condiciones de adjudicación

El postulante tendrá un plazo máximo de 10 días hábiles, desde la fecha de despacho de la carta de resultados de la convocatoria enviada por FIA, para confirmar su interés de ejecutar la propuesta adjudicada en las condiciones establecidas por el Consejo Directivo o Director Ejecutivo, según corresponda.

Una vez que la entidad postulante acepte y cumpla con todas las condiciones de adjudicación, entregue los antecedentes solicitados e incorpore los ajustes necesarios a la propuesta y éstos sean aprobados por FIA, la propuesta quedará se procederá a la formalización del contrato de ejecución.

Si el postulante no envía el formulario con la incorporación de las condiciones en el plazo señalado, FIA considerará la propuesta como desistida.

5.6 Modificaciones a la propuesta adjudicada

Una vez aprobada la propuesta por parte de FIA, no se podrán realizar cambios en su estructura o programación si no han sido previamente solicitados por el ejecutor y autorizados por FIA. Esto incluye: cambios en la programación y desarrollo de actividades, extensión de plazos, cambios de los integrantes del equipo técnico y coordinador por motivos justificados, entre otros.

6. CONDICIONES PARA LA EJECUCION

6.1 Suscripción de contrato

La entidad postulante, ahora llamada **ejecutor** deberá suscribir un contrato con FIA, en el que se establecerán las obligaciones recíprocas de las partes para la ejecución de la propuesta aprobada.

Formarán parte integrante del contrato de ejecución los siguientes documentos:

- Plan operativo del proyecto

- Reglamento: Condiciones Generales de los Contratos de Aporte
- Instructivo de Difusión y Publicaciones
- Instructivo Financiero de Proyectos FIA

El ejecutor tiene la obligación de dar a conocer el contrato y plan operativo firmado al coordinador y a todos los integrantes del equipo técnico del ejecutor y asociados, de manera de asegurar el cumplimiento de la propuesta.

Este contrato y plan operativo serán enviados por FIA al ejecutor, al domicilio postal que éste indique en la propuesta, quién tendrá un máximo de 10 días hábiles para devolver a FIA ambos documentos debidamente firmados. Transcurrido este plazo y sin que se hubieren recibido dichos documentos, FIA podrá considerar la propuesta como desistida por parte del ejecutor.

Todos los **contratos con terceros** que suscriba el ejecutor para el desarrollo del proyecto serán de su exclusiva responsabilidad. FIA no tendrá responsabilidad alguna, directa ni indirecta, en dichos contratos. Las personas que sean contratadas por el ejecutor no tendrán relación contractual alguna con FIA.

6.2 Reunión de puesta en marcha

Posterior a la firma del contrato se realizará una reunión de puesta en marcha junto al ejecutor, coordinador y equipo técnico de la propuesta, y asociados si los hubiere, para abordar aspectos de la operatoria de FIA sobre el seguimiento y supervisión de la propuesta, aspectos de la difusión de la misma, entrega de informes y declaración de gastos.

6.3 Garantía

Para garantizar la correcta utilización de los recursos transferidos, el ejecutor deberá entregar a FIA alguno(s) de los siguientes documentos de garantía:

- Boleta de garantía bancaria[9]
- Póliza de seguros de ejecución inmediata[10]
- Depósitos a plazo[11]
- Pagaré con vencimiento a la vista autorizado ante notario[12]
- Certificado de fianza[13]

---

[9] Garantía que otorga un banco, a petición de su cliente, llamado "tomador" a favor de otra persona llamada "beneficiario" que tiene por objeto garantizar el fiel cumplimiento de una obligación contraída por el tomador o un tercero a favor del beneficiario. se obtiene mediante un depósito de dinero en el banco o con cargo a un crédito otorgado por el banco al tomador.

[10] Instrumento de garantía que emite una compañía de seguros a solicitud de un "tomador" y a favor de un "asegurado". En caso de incumplimiento de las obligaciones legales o contractuales del tomador, la compañía de seguros se obliga a indemnizar al asegurado por los daños sufridos, dentro de los límites establecidos en la ley o en el contrato.

[11] Depósito a plazo: es el depósito que una persona o empresa mantienen en una institución bancaria y del que no puede disponerse hasta después de transcurrido un período de tiempo, o bien después de notificar con el pre aviso fijado.

[12] Escrito notarial en el cual se deja constancia de que quien lo suscribe (tomador), tiene la obligación de pagar en la fecha especificada en el documento y a la persona identificada en el mismo (beneficiario), una cierta suma de dinero. FIA acepta garantizar con este documento sólo hasta un monto máximo de $10.000.000.

[13] Documento emitido por una institución de garantía recíproca, la cual se constituye en fiadora (aval) de las obligaciones de un tomador para con un beneficiario. Para esto el tomador debe entregar una garantía a la institución de garantía recíproca. Ver más información en: http://www.chilecompra.cl/index.php?option=com_content&view=article&id=26&It.

El monto y vigencia de esta garantía la determinará FIA antes de suscribir el contrato de ejecución respectivo.

La garantía deberá entregarse por parte de ejecutor conjuntamente con el contrato de ejecución y plan operativo firmados, o a más tardar en un plazo no superior a 10 días hábiles, desde la fecha de recepción del contrato respectivo en FIA. Transcurrido este plazo y sin que se hubiese recibido por FIA dicha garantía, FIA podrá considerar la propuesta como desistida por parte del ejecutor.

Es responsabilidad del ejecutor obtener la garantía que se le solicite y enviarla a FIA en el plazo antes señalado. Por lo cual, el ejecutor deberá realizar con la debida diligencia y antelación todos los trámites y gestiones que fueren necesarios.

En caso de incumplimiento de lo estipulado en el contrato de ejecución, FIA podrá hacer efectiva la garantía antes mencionada.

6.4 Entrega de recursos

Los aportes que entrega FIA a través de este instrumento son de carácter no reembolsable, sin perjuicio de que su correcta utilización debe ser acreditada debidamente a FIA. Si quedaran saldos, éstos se deberán restituir en el plazo que FIA indique.

Se procederá a la entrega de recursos sólo después de cumplidos los siguientes requisitos, de acuerdo a la etapa que corresponda:

- Aprobación plan operativo
- Firma del contrato y plan operativo
- Entrega de un recibo de aporte notarial por parte del ejecutor, en relación a los recursos que FIA le entrega[14]
- Declaración jurada notarial de seguro obligatorio de cesantía

Los recursos FIA serán entregados en cuotas según el presupuesto aprobado y el plan operativo del proyecto.

6.5 Entrega de informes a FIA

El ejecutor deberá emitir dos clases de informes: informe financiero e informe técnico, de avance y final. Estos documentos deben ser entregados a FIA en el plazo acordado en el plan operativo del proyecto.

Los informes técnicos de avance y final deben ser presentados en el formato establecido por FIA en tres copias, una digital y dos en papel.

Los informes financieros de avance y final deben ser realizados en el **Sistema de Declaración de Gastos en Línea (SDGL)** que FIA pone a disposición de los ejecutores, de acuerdo con el instructivo financiero de rendición de gastos en línea correspondiente.

[14] El formato se entrega junto con el contrato.

Sólo podrán declararse en el SDGL aquellos montos e ítems aprobados establecidos en la memoria de cálculo y flujos trimestrales del proyecto.

Todos los documentos que respalden los gastos realizados durante el desarrollo del proyecto con el aporte en efectivo de FIA deben ser emitidos a nombre del ejecutor.

El ejecutor deberá mantener a disposición de FIA y de la Contraloría General de la República, toda la documentación original que acredite los gastos del proyecto para los efectos de su verificación y fiscalización, hasta un año después de aprobados los informes finales. FIA podrá realizar una visita en terreno para la revisión de la documentación financiera original.

En la eventualidad de que no se cumpla con la entrega de los informes técnicos y financieros en los plazos establecidos, se procederá al cierre anticipado del proyecto y a ejecutar la garantía respectiva. En este caso el ejecutor y/o asociados quedarán imposibilitados de participar en nuevas iniciativas apoyadas por los diferentes instrumentos de cofinanciamiento de FIA.

6.6 Seguimiento y supervisión

FIA realizará seguimiento y supervisión al proyecto de innovación adjudicado, designando para ello un Ejecutivo de Innovación Agraria. Este profesional realizará supervisiones en terreno, participarán en actividades de difusión y revisarán los informes técnicos y financieros velando por la correcta ejecución del proyecto.

Para el seguimiento de proyectos, posterior a su ejecución se realizarán evaluaciones de impacto, donde el ejecutor deberá comprometerse a entregar a FIA la información que ésta solicite hasta 2 años posteriores a su ejecución

6.7 Difusión

Todas las acciones de difusión relacionadas con el proyecto deben ajustarse a los formatos y normativas establecidas en el "Instructivo de Difusión y Publicaciones" de FIA.

En toda forma de difusión pública del proyecto - a través de notas periodísticas, eventos u otros medios - el ejecutor debe indicar que se trata de una iniciativa apoyada y cofinanciada por FIA con fondos provenientes del Gobierno Regional, provisión FIC R.

El ejecutor debe informar a FIA con al menos 15 días de anterioridad a la realización de cualquier actividad de difusión, informando la fecha y lugar, de manera que la Fundación pueda participar y realizar en conjunto con el ejecutor las invitaciones que estime conveniente.

6.8 Propiedades de bienes y equipos

Los bienes y equipos adquiridos en el marco del proyecto serán de propiedad del ejecutor. No obstante y por motivos justificados, FIA podrá establecer otra modalidad de propiedad de los bienes y equipos para la ejecución del proyecto.

6.9 Apropiabilidad de resultados

La propiedad intelectual (patentes[15], modelo de utilidad[16], diseño industrial[17], marca registrada[18], Denominación de Origen e Indicación geográfica[19], derecho de autor[20], secreto industrial o registro de variedades[21]) sobre los resultados generados en los proyectos financiados por FIA, pertenecerán a la entidad postulante, quien, particularmente para el caso de proyectos que contemplen la presencia de uno o más asociados, deberá definir por escrito a quién pertenecerán los resultados tangibles e intangibles que se deriven de la propuesta de innovación, y cómo se gestionará la explotación comercial de éstos.

En aquellos casos en que se prevé la obtención de resultados protegibles, se deberá contemplar en la ejecución del proyecto el diseño de un modelo de gestión de propiedad intelectual que permita la oportuna y adecuada detección, evaluación y protección de intangibles, en particular, cuando ello contribuya al valor del proyecto.

FIA en cualquier etapa de la ejecución de la propuesta, o antes de su inicio, podrá solicitar copia de dichos acuerdos propiedad de resultados del proyecto o del proyecto de diseño de un modelo de gestión de propiedad intelectual.

El ejecutor será responsable de la observancia de los derechos de propiedad intelectual de terceros con el fin de evitar la infracción de derechos de terceros durante el desarrollo del proyecto. En consecuencia, FIA no será responsable por ninguna infracción cometida por los ejecutores, a los derechos de propiedad intelectual de terceros, durante el desarrollo del proyecto.

En aquellos casos en que los beneficiarios opten por no proteger ni gestionar los resultados del proyecto, la propiedad intelectual de los resultados de la iniciativa corresponderá en forma conjunta a FIA y a los participantes y/o Entidad Responsable, según corresponda. En consecuencia, FIA podrá utilizar, sin costo alguno y en la forma que estime conveniente, los informes y el material de difusión desarrollado.

---

[15] Derecho exclusivo que concede el Estado para la protección de una invención, la que proporciona derechos exclusivos que permitirán utilizar y explotar su invención e impedir que terceros la utilicen sin su consentimiento (Fuente: INAPI).

[16] Modelo de utilidad: Son títulos de propiedad industrial que, al igual que las patentes, protegen invenciones, pero de escaso valor creativo o de innovación no radical. Por lo general, los modelos de utilidad se aplican a invenciones de menor complejidad técnica *(fuente: INAPI).*

[17] Diseño Industrial: Toda forma tridimensional asociada o no con colores, y cualquier artículo industrial o artesanal que sirva de patrón para la fabricación de otras unidades y que se distinga de sus similares, sea por su forma, configuración geométrica, ornamentación o combinación de éstas, siempre que dichas características le den una apariencia especial perceptible por medio de la vista, de tal manera que resulte una fisonomía nueva *(fuente: INAPI)*

[18] Marca registrada: El registro de una marca ofrece protección jurídica al titular, garantizándole el derecho exclusivo a utilizarla para identificar bienes o servicios por un período de 10 años renovables indefinidamente. *(fuente: INAPI)*

[19] Denominación de origen o Indicación geográfica: Protegen productos originarios del país o de una región o localidad, siempre que tengan una calidad, reputación u otra característica imputable a su origen geográfico. En el caso de las denominaciones de origen, deben presentar además factores naturales y humanos que inciden en la caracterización del producto *(fuente: INAPI.*

[20] Derecho de autor: Protege la expresión de las creaciones literarias, artísticas y científicas, durante cierto período de tiempo, por el sólo hecho de la creación de la obra *(fuente: INAPI.*

[21] Secreto industrial: Se protegen sin necesidad de registro, es decir, se protegen sin necesidad de formalidades de procedimiento. Por consiguiente, un secreto industrial puede protegerse por un período ilimitado de tiempo *(fuente: INAPI.*

7. RESUMEN CONVOCATORIA

D.E. Nº2-2016 07-01-2016 Se aprueba texto de bases y formulario de postulación de esta Convocatoria

.....

Dirección Ejecutiva