



Registro de entidades prestadoras de servicios para Proyectos de Innovación en **MARKETING AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL**

2018



CALENDARIZACIÓN

INICIO: 10 mayo 2018

CIERRE: 25 julio 2018



CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	BASES DE POSTULACIÓN	4
2.1	OBJETIVO DEL REGISTRO	4
2.2	POSTULANTES	4
2.2.1	Requisitos para postular al registro	4
2.3	EQUIPO TÉCNICO	5
2.4	PROCESO DE POSTULACIÓN	5
2.4.1	Fechas de postulación	6
2.4.2	Documentos a presentar.....	6
2.4.3	Formas de presentación de la postulación	6
2.4.4	Consultas	6
2.5	PROCESO DE ADMISIÓN	6
2.5.1	Admisión	6
2.5.2	Comunicación de la admisión	7
2.6	INSCRIPCIÓN Y MANTENCIÓN EN EL REGISTRO DE ENTIDADES	7
2.6.1	Obligaciones de las Entidades prestadoras de servicios registradas	7
2.7	PROCEDIMIENTOS DE CONTROL	8
2.7.1	Causales de eliminación del Registro	8
3.	ANEXO 1: PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL ...	9



1. INTRODUCCIÓN

La Fundación para la Innovación Agraria (FIA) es la agencia del Ministerio de Agricultura, cuya misión es 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, FIA busca apoyar el fortalecimiento de la competitividad a través de la innovación promoviendo iniciativas del 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); método de comercialización y marketing; y/o método organizacional; que sean valorados y reconocidos por el mercado.

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

- 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.
- Impulsar iniciativas que permitan incorporar innovaciones en productos, procesos productivos, comerciales y de gestión, que tengan impacto en la pequeña y mediana agricultura y en la pequeña y mediana empresa que participa de las distintas fases de la cadena de producción.
- Fortalecer las capacidades tecnológicas, comerciales, de recursos humanos y gestión, al interior del sector agrario.
- Difundir y transferir conocimiento y/o información en materia de innovación a los distintos actores del sector agrario, agroalimentario y forestal.

Para el logro de dichos propósitos, FIA y los Gobiernos Regionales de Atacama, O'Higgins y Biobío, han suscrito convenios de transferencia de recursos provenientes del Fondo de Innovación para la Competitividad – Regional (FIC-R), para el diseño y ejecución de los proyectos adjudicados en innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal (IMA).

En el marco de dichos convenios la FIA pone a disposición de los distintos actores el presente Registro de Entidades Prestadoras de Servicios para proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal”.

“Registro de entidades IMA 2018”.

2. BASES DE POSTULACIÓN

2.1 OBJETIVO DEL REGISTRO

El objetivo del presente llamado es formar un registro de entidades prestadoras de servicios para apoyar la ejecución de Proyectos IMA liderados por pequeñas y microempresas¹ del sector agrario, agroalimentario y forestal, que requieran mejorar sus productos² 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.

2.2 POSTULANTES

Pueden postular al presente registro:

- a) **Personas jurídicas**, constituidas legalmente en Chile, con o sin fines de lucro que se dediquen a la prestación de servicios o consultorías, relacionadas con el marketing y/o desarrollo de productos. Tales como: universidades, entidades tecnológicas (centros e institutos de investigación), entidades de transferencia, institutos profesionales o empresas afines.
- b) **Personas naturales**, mayores de 18 años, de nacionalidad chilena o extranjeros con residencia permanente en Chile, que se dediquen a la prestación de servicios asociado a gestión de negocios, marketing u otro relacionado.

2.2.1 Requisitos para postular al registro

- Contar con RUT e iniciación de actividades acordes a las actividades antes descritas (ver Anexo 2 del formulario de postulación).
- Sólo para persona jurídica, acreditar que cuenta con personalidad jurídica vigente (ver Anexo 1 del formulario de postulación).
- Acreditar experiencia de al menos 2 años en proyectos afines a la gestión de negocios, marketing u otro relacionado, mediante un portafolio de proyectos (de diseño u otros), el

1 Nota: 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 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.

2 En el marco de la convocatoria se consideran productos tales como: productos alimentarios, artesanías, productos cosméticos, productos de uso medicinal, flores, entre otros, siempre y cuando provengan del sector agrario, agroalimentario y forestal.

"Registro de entidades IMA 2018".

cual debe incluir al menos los siguientes contenidos: empresa solicitante, descripción del encargo, e imágenes del producto final.

- Debe contar con un equipo técnico con experiencia demostrable, de a lo menos 2 años, en la elaboración e implementación de planes de marketing. Para estos efectos deberá adjuntar el currículum de cada uno de los profesionales que conforman el equipo técnico, de acuerdo al anexo 4.

El no cumplimiento de alguno de los requisitos expuestos anteriormente, implicará la inadmisibilidad de la postulación.

No podrán postular ni participar en este registro de entidades, personas o representantes que tengan situaciones pendientes con FIA vinculadas al incumplimiento de las obligaciones contraídas en los contratos de cualquiera de sus instrumentos.

2.3 EQUIPO TÉCNICO

El postulante debe contar con un equipo técnico, o contar con las capacidades para conformar un equipo técnico multidisciplinario, que permita desarrollar e implementar el plan de marketing, donde se realizarán actividades como análisis de laboratorio, actividades de diseño y difusión, entre otros (ver Anexo 1 de las presentes bases “Actividades a realizar en los proyectos IMA”). En el caso de no contar con todos los requerimientos para la prestación de servicios, el postulante debe tener la capacidad de gestión para encontrar otros proveedores y articular una red que permita ejecutar todas las actividades de implementación, según las necesidades detectadas de cada iniciativa.

El postulante deberá tener flexibilidad y capacidad de adaptación para trabajar con pequeñas y microempresas que ejerzan una actividad económica de producción o comercialización de bienes o prestación de servicios proveniente de productos alimentarios, artesanías, productos cosméticos, productos de uso medicinal, flores, entre otros del sector agrario, agroalimentario y forestal

En el caso de las prestaciones de diseño de productos, gráficos o web, se deberá presentar un portafolio de proyectos que dé cuenta de la experiencia de la entidad postulante, o de la entidad que se propone subcontratar.

2.4 PROCESO DE POSTULACIÓN

Todos los postulantes que se presenten deberán ajustarse a las condiciones y requisitos establecidos en los documentos:

- Bases “**Registro de entidades IMA 2018**”.
- Formulario Postulación online “**Registro de entidades IMA 2018**”.

“Registro de entidades IMA 2018”.



El conjunto de estos documentos contiene la reglamentación para postular a este registro y se encuentran en el sitio web de FIA www.fia.cl.

2.4.1 Fechas de postulación

El presente registro abre el **10 de mayo** y cierra **25 de julio de 2018** hasta las 15:00.

2.4.2 Documentos a presentar

La postulación deberá contener los siguientes documentos:

Formulario de postulación online “**Registro de entidades IMA 2018**”, completo y enviado.

Anexo 1. Certificado de vigencia de la entidad postulante, si corresponde.

Anexo 2. Documento que acredite la iniciación de actividades.

Anexo 3. Portafolio que contenga los proyectos de la entidad postulante y/o del equipo técnico.

Anexo 4. Currículum Vitae (CV) del coordinador y los integrantes del equipo técnico.

Anexo 5. Antecedentes curriculares de la entidad postulante.

2.4.3 Formas de presentación de la postulación

La postulación se debe realizar a través del formulario online disponible en el siguiente link:

<https://es.surveymonkey.com/r/RegistroEntidadesIMA>

En esta dirección se encontrará el formulario de postulación donde deberá completar la información solicitada y luego **cargar en línea los documentos** indicados en el numeral 2.4.2 de las presentes bases.

2.4.4 Consultas

Todas las consultas sobre este registro se deben hacer por escrito vía correo electrónico a registroima@fia.cl hasta el día **20 de julio de 2018**.

2.5 PROCESO DE ADMISIÓN

2.5.1 Admisión

Entrarán al proceso de admisión las postulaciones que hayan ingresado dentro del plazo y horario establecido en el punto 2.4.1 “Fechas de postulación”.

Las postulaciones admitidas serán aquellas que cumplan cada uno de los siguientes requisitos:

- Que se presenten todos los documentos solicitados en el punto **2.4.2 “Documentos a presentar”**.

“Registro de entidades IMA 2018”.

- **Anexo 1.** Certificado de vigencia de la entidad postulante, si corresponde.
 - **Anexo 2.** Documento que acredite la iniciación de actividades.
 - **Anexo 3.** Portafolio de proyectos.
 - **Anexo 4.** Currículum Vitae (CV) del coordinador y los integrantes del equipo técnico.
 - **Anexo 5.** Antecedentes curriculares de la entidad postulante.
- Que el formulario online **“Registro de entidades IMA 2018”** contenga toda la información requerida.
 - Cumplir con los requisitos de entidad postulante en el punto **2.2 “Postulante”**.
 - Demostrar experiencia relevante, de al menos 2 años en proyectos relacionados a la gestión de negocios, marketing u otro relacionado.
 - Contar con un equipo técnico con experiencia demostrable, de a lo menos 2 años, en la elaboración e implementación de planes de marketing.
 - Contar con alianzas de prestación de servicios, si corresponde, para asegurar la realización de las actividades de la implementación del plan de marketing.

La decisión sobre la admisión es inapelable.

2.5.2 Comunicación de la admisión

El resultado de la admisión será publicado en el sitio web de FIA www.fia.cl.

2.6 INSCRIPCIÓN Y MANTENCIÓN EN EL REGISTRO DE ENTIDADES

Aquellas entidades que hayan sido admitidas serán ingresadas al **“Registro de entidades prestadoras de servicios para proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal”**.

La permanencia en el registro estará sujeta a evaluaciones de vigencia de los requisitos establecidos en las presentes Bases y el resultado obtenido tras la realización de las actividades comprometidas.

2.6.1 Obligaciones de las Entidades prestadoras de servicios registradas

a) Con FIA:

Entregar los antecedentes o informes que FIA requiera en el marco de los servicios que contrate con los ejecutores de proyectos IMA.

b) Con los Ejecutores:

“Registro de entidades IMA 2018”.

- Prestar íntegra y oportunamente los servicios de apoyo a la ejecución de Proyectos IMA que contraten los Ejecutores.
- Emitir la correspondiente factura o boleta de honorarios a nombre del Ejecutor que contrate sus servicios.

2.7 PROCEDIMIENTOS DE CONTROL

FIA podrá realizar evaluaciones cuando lo estime necesario, mediante las cuales se verificará el cumplimiento y vigencia de las obligaciones establecidas en las presentes bases y el cumplimiento de los siguientes criterios:

- a) Satisfacción de los Ejecutores a los cuales se les prestaron servicios y de FIA.
- b) Capacidad vigente del equipo de trabajo de la entidad registrada.

FIA resolverá si la entidad registrada mantiene o no su condición, de acuerdo al resultado de las evaluaciones que se realicen.

2.7.1 Causales de eliminación del Registro

- a) No proporcionar información solicitada, en calidad o plazos establecidos por FIA, para la evaluación de las entidades registradas u otras instancias de evaluación definidas por FIA.
- b) Incumplimiento de las obligaciones establecidas en estas bases.

FIA establecerá y aplicará a su juicio exclusivo si se configuran una o más de las causales antes referidas, notificando de ello a la entidad registrada.

3. ANEXO 1: PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL.

1. ANTECEDENTES GENERALES

Existen en las regiones unidades económicas de escala pequeña y micro, vinculadas al sector agrario, agroalimentario y forestal, que desarrollan productos con potencial de agregación de valor, ya sea por sus características, sus procesos innovadores, por su identidad territorial o por algún atributo específico.

Sin embargo, se ha constatado que los pequeños productores y empresas desarrollan dichos productos con los recursos y capacidades que ellos tienen a disposición, observándose ciertas brechas en estos aspectos para aprovechar las oportunidades de mercado vinculadas a sus productos, ya sea por su calidad, presentación, canal de comercialización, política de precios, entre otros.

En este contexto FIA ha realizado convocatorias regionales en las regiones de Antofagasta, Araucanía, Aysén y Tarapacá invitando a las pequeñas y microempresas del sector agrario, agroalimentario y forestal, a presentar propuestas con el objetivo de realizar proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal, en adelante “Proyectos IMA”, que generen impacto en dichas regiones.

El objetivo de la convocatoria “**Proyectos IMA**”, es apoyar la realización de proyectos de innovación en marketing en el sector agrario, agroalimentario y forestal, que generen impacto en el territorio.

La ejecución de Proyectos IMA se caracteriza por lo siguiente:

1.- Se realiza en 2 etapas: la primera corresponde a la elaboración del Plan de Marketing y la segunda etapa corresponde a su implementación.

La aprobación del plan de marketing por parte de FIA al Ejecutor del proyecto IMA respectivo, constituye un hito crítico para la continuidad de la proyecto hacia la etapa 2, de implementación del Plan de Marketing.

2.- Participan en la ejecución de cada iniciativa una entidad ejecutora y una entidad prestadora de servicios, que será seleccionada por el ejecutor IMA en el marco de este registro de entidades. Estas entidades deberán realizar las principales actividades de los Proyectos IMA.

“Registro de entidades IMA 2018”.

3.- Para la ejecución de los Proyectos IMA (ambas etapas), FIA entregará a los respectivos ejecutores un monto máximo de \$15.000.000 (\$5.000.000 para el desarrollo de la primera y \$10.000.000 para la segunda etapa)³. Este monto puede variar entre las distintas convocatorias regionales, dependiendo de la disponibilidad de recursos.

De acuerdo a lo anterior, FIA invita a entidades prestadoras de servicios que tengan las capacidades para ejecutar las actividades correspondientes a los Proyectos IMA, con el fin de estandarizar la calidad de los servicios y los costos de su ejecución.

2. ACTIVIDADES A EJECUTAR EN LOS PROYECTOS IMA

La entidad prestadora de servicios deberá realizar las siguientes actividades en los Proyectos IMA que le sean asignados:

Etapa 1: Elaboración del Plan de marketing

Un Plan de Marketing es un **documento formal de negocio** que tiene por finalidad conocer el estado actual, y tendencias, de variables y factores externos e internos que afectan el quehacer de una empresa, para determinar, a través de un análisis, sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenaza, las cuales constituyen el insumo básico para proponer estrategias y tácticas de mercadeo.

Al ser un documento formal de negocio, debe desarrollar tanto la parte cualitativa como **cuantitativa**, con un especial énfasis en esta última.

Básicamente, un plan de marketing se divide en 2 grandes partes: sección de análisis y sección de propuestas. En la sección de análisis se debe estudiar **detalladamente** los factores y variables externos e internos de la empresa para obtener **conclusiones** de este. Y en la sección de propuestas, se deben proponer estrategias y cursos de acción específicos y detallados sobre el mercadeo de el/los producto/s.

Los contenidos mínimos que dicho plan de marketing debe considerar son los siguientes:

- a) **Resumen Ejecutivo**, sección introductoria que presenta un resumen conciso de los principales resultados presentes del Plan.
- b) **Marco Teórico**, sección inicial que da cuenta de forma explicativa las herramientas e instrumentos utilizados para elaborar plan de marketing.

³ FIA podrá modificar los montos por etapa cuando se estime pertinente.

“Registro de entidades IMA 2018”.

- c) **Introducción**, sección introductoria que presenta y contextualiza a la empresa, dueños y productos.
- d) **Análisis Situacional**
 - El Análisis Externo (Político/Legal, Económico, Socio/Cultural, Tecnológico y Medioambiental).
 - El Análisis a la Industria (Clientes, Competencia y Proveedores).
 - El Análisis y Estudio de Mercado.
 - El Análisis Interno (Filosofía empresarial, estrategia competitiva, posicionamiento, cadena de valor, procesos productivos, costos, imagen corporativa, marketing mix, etc.).
- e) **FODA**, matriz que contiene las principales conclusiones del Análisis Situacional y que constituyen el insumo básico para determinar estrategias y tácticas.
- f) **Plan Futuro**, sección de propuestas:
 - Objetivo.
 - Estrategia genérica.
 - Identidad corporativa (Filosofía empresarial [Misión, visión y valores], eslogan, etc.).
 - Mercado objetivo, segmentación y posicionamiento.
 - Marketing Mix (Producto, precio, promoción y plaza).
 - Bases para arquitectura de marca (gama cromática, naming, etc.).
- g) **Principales indicadores de satisfacción, gestión y control**, sección que deberá proponer los principales indicadores para medir el desempeño de la empresa.
- h) **Presupuesto**, sección en que se detalla los costos de cada una de las actividades, servicios, materiales y equipos a implementar con el Plan.
- i) **Evaluación Financiera**, proceso mediante el cual se determina la rentabilidad de un proyecto.
 - Proyección de flujos.
 - Valor Actual Neto (VAN).
 - Tasa Interna de Retorno (TIR).
 - Payback.
 - Punto de equilibrio.
 - Retorno de la Inversión (ROI).
 - Análisis de escenarios.

Etapas 2: Implementación del plan de marketing

En esta etapa el postulante debe considerar disponer de las capacidades para realizar **las siguientes acciones:**

“Registro de entidades IMA 2018”.

a) Análisis de laboratorios de características de los productos e inclusión en etiquetas⁴

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.

b) Mejoramiento de procesos de elaboración o transformación de productos

Considera el mejoramiento de procesos de transformación del producto, que permitan incrementar su valor, mejorar sus características organolépticas y mejorar o incrementar sus propiedades nutricionales.

c) 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.)

d) Envases y etiquetas

Considera la impresión de etiquetas diseñadas en base a los resultados del Plan de marketing, y/o 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.

e) 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.

⁴ Los envases o etiquetas de los alimentos destinados al consumo humano deben cumplir con el Nuevo Reglamento Sanitario de Alimentos del Ministerio de Salud.

“Registro de entidades IMA 2018”.

3. PERFIL DEL EJECUTOR DE PROYECTO IMA

En el marco de la convocatoria de proyectos IMA, las entidades que solicitarán prestaciones de servicios corresponden a pequeñas y microempresas que ejerzan una actividad económica de producción o comercialización de bienes o prestación de servicios proveniente de productos alimentarios, artesanías, productos cosméticos, productos de uso medicinal, flores, entre otros del sector agrario, agroalimentario y forestal.

4. PERÍODO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO IMA

Los proyectos IMA deberán tener una duración máxima de **12 meses** e iniciar su ejecución a partir del segundo trimestre del año 2018, considerando la siguiente programación:

- **Etapa 1:** Elaboración o reformulación del plan de marketing: plazo máximo de ejecución 3 meses.
- **Etapa 2:** Implementación del plan de marketing: plazo máximo de ejecución 9 meses.

Se debe considerar, que entre la etapa 1 y etapa 2 puede haber un periodo para realizar ajustes al plan de marketing, solicitados por FIA, que puede extender el periodo de ejecución mencionado.

No obstante, FIA podrá prorrogar dichos plazos si lo estima conveniente, en casos calificados.

5. LÍNEAS TEMÁTICAS DE LOS PROYECTOS IMA

Los proyectos que se presenten a la convocatoria de Proyectos IMA se orientarán, a lo menos, a una de las siguientes líneas temáticas:

- Desarrollo e implementación de un plan de marketing de **productos que no existen en el mercado nacional**, y que requieran desarrollar su estrategia de marketing para ingresar al mercado local, nacional o internacional.
- Desarrollo e implementación de un plan de marketing de **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.
- Desarrollo e implementación de un plan de marketing de **productos que ya se comercializan y propongan innovaciones** en su estrategia de marketing, usabilidad, envases, u otros aspectos relacionados.

“Registro de entidades IMA 2018”.

D.E. N°08 - 2018 10-05-2018 Se aprueba texto de bases y formulario de postulación de esta Convocatoria.


Dirección Ejecutiva



Registro de entidades prestadoras de servicios para proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal 2018

