20 AÑOS DE INNOVACIÓN AGRARIA

FIA
Fundación para la Innovación Agraria
MINISTERIO DE AGRICULTURA

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

CONVOCATORIA REGIONAL

PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL

GOBIERNO REGIONAL DE LA ARAUCANÍA

Bases Administrativas y Técnicas
Agosto 2016

UNIDAD ASESORIA JURIDICA

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN 4
2. BASES TÉCNICAS 6
2.1. ANTECEDENTES GENERALES 6
2.2. OBJETIVOS DE LA CONVOCATORIA 6
2.3. LINEAS TEMÁTICAS DE LA CONVOCATORIA 7
2.4. INSTRUMENTO PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL 7
2.5. EJECUCIÓN DE LOS PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL 8
2.6. PERÍODO DE EJECUCIÓN 9
2.7. CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO 9
2.7.1. Aporte de FIA y contraparte 9
2.7.2. Ítems de gastos financiables 10
3. BASES ADMINISTRATIVAS 13
3.1. PROCESO DE POSTULACION 13
3.1.1 Postulantes 13
3.1.2 Período de postulación 14
3.1.3 Documentos a presentar 14
3.1.4 Formas de presentación de la propuesta 14
3.1.5 Consultas 15
3.2. PROCESO DE ADMISIÓN, EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN DE PROPUESTAS 15
3.2.1 Admisión 15
3.2.2 Evaluación 16
3.2.3 Adjudicación 17
3.2.4 Comunicación de resultados 18
3.2.5 Aceptación de condiciones de adjudicación 18
3.2.6 Período de negociación 18
3.3. CONDICIONES PARA LA EJECUCIÓN 18
3.3.1 Carta de compromiso con entidad prestadora de servicio 18
3.3.2 Suscripción de contrato con FIA 19
3.3.3 Reunión de puesta en marcha 19
3.3.4 Garantía 19
3.3.5 Entrega de recursos 20

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA
FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

3.3.6 Entrega de informes a FIA 21
3.3.7 Seguimiento y supervisión 21
3.3.8 Difusión 21
3.3.9 Propiedades de bienes y equipos 22
3.3.10 Apropiabilidad de resultados 22
4. ANEXO I. PLAN DE MARKETING 23

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA
FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

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.

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.

Por su parte, el Gobierno Regional de La Araucanía (GORE La 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.

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA
FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

En el campo específico de la innovación, el GORE La Araucanía elaboró su Estrategia Regional de Innovación cuyo objetivo general es aumentar la competitividad de la Región de La Araucanía dentro de un contexto de sostenibilidad ambiental, bienestar social y económico mediante la innovación y en base a sus capitales naturales, humanos y sociales.

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 La 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.

En este marco, el GORE La Araucanía y FIA ponen a disposición de los distintos actores vinculados al sector agrario, agroalimentario y forestal de la región de La Araucanía la presente convocatoria de Proyectos de Innovación en Marketing agrario, agroalimentario y forestal.

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA

2. BASES TÉCNICAS

2.1. 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, los productores y empresas desarrollan dichos productos con lo que ellos tienen a disposición, observándose ciertas brechas de capacidades y recursos para aprovechar las oportunidades de mercado vinculadas a sus productos, ya sea por su calidad, presentación, canal de comercialización, política de precios, entre otros.

Considerando lo anterior, el enfoque de esta convocatoria es mejorar la competitividad del sector agrario agroalimentario y forestal de la Región de La Araucanía, a través del apoyo para la formulación e implementación de un plan de marketing que permita el posicionamiento de los productos de la Región.

Para los efectos de esta convocatoria, se entiende por Innovación en Marketing:

- El desarrollo y/o mejora de un Plan de Marketing
- La implementación de un Plan de Marketing innovador.

Para los fines de esta convocatoria, FIA pondrá a disposición **entidades prestadoras de servicios** que llevarán a cabo la mayor parte de las actividades descritas dentro de estas bases y que serán seleccionadas en la licitación denominada "Registro de entidades prestadoras de servicios para proyectos de innovación en Marketing Agrario, Agroalimentario y Forestal". Estas entidades deberán apoyar proyectos adjudicados, en el marco de esta convocatoria, liderados por pequeñas y microempresas[1] del sector agrario, agroalimentario y forestal, que requieran un mejoramiento de sus productos[2] 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. OBJETIVOS DE LA CONVOCATORIA

En el contexto anterior, la presente convocatoria tiene como objetivo apoyar la realización de proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal que generen impacto en la región de La Araucanía.

[1] Nota: En el marco de esta convocatoria, se considerará como empresas pequeñas a las que su nivel de ventas no exceda los $100.000.000 en los últimos 6 meses.

[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 nacional.

GOBIERNO DE CHILE FIA UNIDAD ASESORIA JURIDICA FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

2.3. LINEAS TEMÁTICAS DE LA CONVOCATORIA

Los proyectos que se presenten a esta Convocatoria deben estar orientados, 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.

2.4. INSTRUMENTO PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL

El objetivo de los **proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal,** en adelante "proyectos IMA", es diseñar e implementar estrategias de marketing innovadoras y efectivas de productos del sector agrario, agroalimentario y forestal nacional, de manera de contribuir a mejorar las condiciones de competitividad y acceso a los mercados locales, nacionales o internacionales.

Así mismo, los proyectos IMA deben cumplir con las siguientes características:

- Deben abordar problemáticas u oportunidades de mercado que enfrentan las unidades económicas de escala mediana, pequeña y micro, vinculadas al sector agrario, agroalimentario y forestal, asociada al posicionamiento del producto en el mercado.
- Deben poseer un grado de novedad en relación a las dimensiones socioeconómica, territorial, productiva y/o comercial en las cuales se enmarcan.
- Deben poseer un nivel de incertidumbre asociado a la implementación de la estrategia de marketing.
- Deben ser de carácter piloto, es decir que su tamaño corresponde al mínimo necesario para sentar las bases técnicas y de inversión en el postulante.
- Deben considerar el cumplimiento de normas y requisitos existentes dirigidos a la protección del medioambiente, la salud de los trabajadores y trabajadoras, y la higiene e inocuidad de los productos. Además de dar cumplimiento a la normativa ambiental vigente, las propuestas deben tener un impacto ambiental positivo o neutro.
- Deben abordar normativas específicas del mercado de destino del producto en el diseño e implementación de la estrategia de marketing.

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA
FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

2.5. EJECUCIÓN DE LOS PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL

La ejecución de proyectos IMA, se caracteriza por:

a. La participación en la ejecución de cada propuesta de entidades prestadoras de servicios, las que serán seleccionadas mediante la Licitación" Registro de entidades prestadoras de servicios para proyectos de innovación en Marketing Agrario, Agroalimentario y Forestal". FIA designará para cada uno de los proyectos que resulte adjudicado en el marco de la presente convocatoria, la entidad prestadora de servicios que llevará a cabo la elaboración e implementación del plan de marketing.

b. Realizarse en dos etapas, una para la elaboración del plan de marketing y otra para su implementación.

Etapas de ejecución de los Proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal

Etapa 1: Elaboración del Plan de Marketing:
El propósito del Plan de Marketing es investigar sobre los mecanismos que permitan mejorar el conocimiento de atributos de productos actuales o potenciales, los deseos del consumidor, comportamiento de la competencia, nuevo segmentos de consumidores, posicionamiento del producto en un mercado específico, entre otros (Anexo I, Bases de postulación). Es decir, este estudio 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 y plaza.

La aprobación del plan de marketing por parte de FIA constituye un hito crítico para la continuidad de la propuesta hacia la etapa 2.

Etapa 2: Implementación del Plan de marketing:
En esta etapa se pueden realizar las siguientes acciones:

a. **Análisis de laboratorios de características de los productos e inclusión en etiquetas[3]**
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 trasformación del producto, que permitan incrementar su valor, mejorar sus características organolépticas y mejorar o incrementar sus propiedades nutricionales.

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

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORÍA JURÍDICA
FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

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 rediseño 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

2.6. PERÍODO DE EJECUCIÓN

Los proyectos deberán tener una duración máxima de **12 meses** e iniciar su ejecución durante el último trimestre del año 2016, considerando la siguiente programación:

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

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

2.7. CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO

2.7.1. Aporte de FIA y contraparte

El monto que FIA dispondrá para la realización de los proyectos de innovación en marketing es de un máximo de **$14.000.000.** Este monto deberá cubrir la totalidad de los gastos de la elaboración del plan de marketing y la implementación de éste, lo cual será desarrollado por las **entidades prestadoras de servicios** que FIA dispondrá para su ejecución.

El costo definitivo de la prestación de servicios estará determinado por los valores que serán aprobados por FIA en la licitación que realizará para seleccionar estas entidades.

GOBIERNO DE CHILE UNIDAD ASESORIA JURIDICA FIA FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

FIA aportará un financiamiento máximo equivalente al 80% del costo total de la propuesta y la contraparte deberá hacer un aporte mínimo del 20%, de acuerdo a lo siguiente:

Etapa 1

	Aportes
FIA	Máximo $4.000.000 Hasta 80% costo total
Ejecutor (contraparte)	Mínimo 20% del costo total, compuesto por aportes **pecuniario[4] y no pecuniario[5].**

Etapa 2

	Aportes
FIA	Máximo $10.000.000 Hasta 80% costo total
Ejecutor (contraparte)	Mínimo 20% del costo total, compuesto por aportes **pecuniario[6] y no pecuniario[7].**

FIA podrá exigir mayores aportes de contraparte, tanto pecuniarios como no pecuniarios, y se reserva el derecho a reducir el monto solicitado por los postulantes si su costo se considera excesivo para los objetivos o actividades propuestas o bien a rechazar su solicitud, si no está relacionado directamente con la ejecución de la propuesta.

En casos excepcionales, el Consejo Directivo o la Dirección Ejecutiva de FIA, según el caso, podrá sancionar montos y/o porcentajes de aportes superiores.

2.7.2. Ítems de gastos financiables

En esta convocatoria se financiarán los siguientes ítems de gastos:

a. Recursos humanos: corresponden a gastos por contrato de personal incremental para la coordinación del proyecto. Su financiamiento será **sólo con cargo al aporte de contraparte.**

4 El aporte pecuniario es el aporte en dinero que realiza el ejecutor y/o agente asociado para las distintas actividades del proyecto, cuyo monto es evaluado de acuerdo con los criterios de evaluación de la propuesta, en función de la realidad presupuestaria del postulante y objetivos del proyecto.

5 El aporte no pecuniario corresponde a todo aquel gasto que se derive de la valorización por el uso de bienes y/o destinación de recursos humanos.

6 El aporte pecuniario es el aporte en dinero que realiza el ejecutor y/o agente asociado para las distintas actividades del proyecto, cuyo monto es evaluado de acuerdo con los criterios de evaluación de la propuesta, en función de la realidad presupuestaria del postulante y objetivos del proyecto.

7 El aporte no pecuniario corresponde a todo aquel gasto que se derive de la valorización por el uso de bienes y/o destinación de recursos humanos.

b. Equipamiento: Corresponden a gastos por **equipos menores**, como por ejemplo instrumentos de laboratorio, maquinaria relacionada con la implementación del plan de marketing, envasadoras, etiquetadoras, entre otros. No se considera en este ítem la adquisición ni arriendo de vehículos.

   Cabe señalar que la compra de equipamiento sólo podrá ser efectuada por el ejecutor, por lo cual no se aceptarán gastos en equipamiento realizadas por las entidades prestadoras de servicios.

   En esta convocatoria, FIA destinará un monto máximo de $1.000.000 para la adquisición de equipamiento.

c. Servicios de terceros: Corresponden a gastos por la contratación de los servicios de la entidad prestadora para la elaboración del plan de marketing y las actividades correspondientes a su implementación. FIA designará para cada uno de los proyectos que resulte adjudicado en el marco de la presente convocatoria, la entidad prestadora de servicios que llevará a cabo la elaboración e implementación del plan de marketing.

   Además, en este ítem, puede considerarse el gasto por elaboración y/o formulación de las propuestas cuando éstas sean presentadas por entidades que no cuenten en su equipo técnico con un profesional con las competencias para formular la propuesta. En este caso se podrá contemplar dentro de los costos el pago por formulación como aporte de FIA por un monto de hasta $400.000 (incluído impuestos).

   El pago de dicho gasto procederá sólo en la medida de que la propuesta sea adjudicada y el ejecutor deberá pagarlo con recursos provenientes del primer aporte que FIA entregue al Ejecutor y rendirse en el primer informe financiero comprometido. Cabe señalar que el documento de respaldo debe emitirse no antes de la fecha de puesta en marcha de la propuesta. No se aceptarán solicitudes de profesionales o empresas consultoras requiriendo a FIA el pago directo de sus honorarios.

d. Materiales e insumos: Corresponden a gastos por materiales, o insumos que sean necesarios para el desarrollo de la propuesta y estén directamente vinculados a ella (compra de envases, similares).

e. Gastos de administración: Corresponden al costo de la emisión de garantía. Este gasto se financiará sólo con cargo al **aporte de contraparte**.

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

UNIDAD ASESORÍA JURÍDICA

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.
- Adquisición o arriendo 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 la realización de inversiones en el mercado de capitales con fondos aportados por FIA.

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORÍA JURÍDICA
FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

3. BASES ADMINISTRATIVAS

3.1. PROCESO DE POSTULACION

Todas las propuestas que se presenten deberán ajustarse a las condiciones y requisitos establecidos en los documentos:

- "Bases de proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal, La Araucanía 2016"
- "Formulario postulación proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal, La Araucanía 2016"
- "Instructivo Financiero 2014" acorde a los ítems especificados en las presentes bases.

El conjunto de estos documentos contiene toda la reglamentación para postular a esta convocatoria y se encuentran en el sitio web de FIA, www.fia.cl.

3.1.1 Postulantes

Las propuestas podrán ser presentadas por:

a) **Personas naturales**, mayores de 18 años, que posean la calidad de empresarios individuales, que se dediquen a la producción o comercialización de bienes o prestación de servicios relacionados al sector agrario, agroalimentario y forestal que tengan la calidad de pequeños o microempresarios[8] de la región de La Araucanía.

b) **Personas jurídicas** constituidas legalmente en Chile, con o sin fines de lucro, que se dediquen a la producción o comercialización de bienes o prestación de servicios relacionados al sector agrario, agroalimentario y forestal, y que posean la calidad de pequeñas o micro empresas de la región de La Araucanía.

Otros requisitos para postular:

- Contar con RUT e iniciación de actividades en un giro acorde a las actividades que se describen en las letras a) y b) de este numeral (**Anexo 2** del formulario de postulación).

- Tener cuenta bancaria para la transferencia o depósito, y administración de los fondos adjudicados 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, pero deberá acreditar que ya cuenta con la cuenta bancaria dentro del plazo de 20 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 este requisito en el plazo señalado.

[8] En el marco de esta convocatoria, se considerará como empresas pequeñas a las que su nivel de ventas no exceda los $100.000.000 en los últimos 6 meses.

- Contar con capacidades técnicas y de gestión que permita llevar a cabo la iniciativa y designar un coordinador responsable de la organización y del cumplimiento de los compromisos establecidos en la propuesta.

- Además, sólo en el caso de persona jurídica, deberán acreditar que cuenta con personalidad jurídica vigente y que su(s) representante(s) legal(es) posee(n) facultad(es) suficiente(s) para suscribir el contrato de ejecución respectivo (ver **Anexo 1** del formulario de postulación).

La entidad postulante cuya propuesta sea adjudicada, será la contraparte de FIA para todos los efectos legales y actuará como ejecutor y único responsable de la realización de la propuesta ante FIA. Además, deberá contar con las garantías solicitadas por FIA para respaldar los recursos financieros que entregue al Ejecutor.

No pueden postular ni participar en esta convocatoria las entidades, personas o representantes que tenga situaciones pendientes con FIA, vinculadas al incumplimiento de obligaciones contraídas en los contratos de cualquiera de sus instrumentos.

3.1.2 Período de postulación

La presente convocatoria abre **25 de agosto de 2016** y cierra el **4 de octubre de 2016** a las **17:00 horas.**

3.1.3 Documentos a presentar

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

a) Un ejemplar de la propuesta original en papel, tamaño carta, en el formato "**Formulario postulación proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal, La Araucanía 2016**", Disponible en www.fia.cl.

b) Una copia digital de la propuesta en el formato Word del "**Formulario postulación proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal, La Araucanía 2016**" que se puede entregar en un pendrive o CD.

3.1.4 Formas de presentación de la propuesta

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

- Personalmente en las oficinas de FIA ubicadas en Santiago (Loreley 1582, La Reina) hasta las 17:00 horas del día 4 de octubre de 2016.

- Enviadas por correo certificado a las oficinas de FIA ubicadas en Santiago.

Las propuestas presentadas por correo certificado, deberán ser enviadas a más tardar el día **4 de octubre de 2016**. En este caso, será responsabilidad de la entidad postulante acreditar que la propuesta fue enviada dentro del plazo establecido en estas bases y recibida por FIA. Se aceptará

GOBIERNO DE CHILE UNIDAD ASESORIA JURIDICA FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

como medio de acreditación la presentación del comprobante de despacho emitido dentro del plazo de envío establecido anteriormente.

3.1.5 Consultas

Todas las consultas sobre esta convocatoria se deben hacer por escrito vía correo electrónico a imaraucania2016@fia.cl hasta el **29 de septiembre de 2016.**

3.2. PROCESO DE ADMISIÓN, EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN DE PROPUESTAS

3.2.1 Admisión

Durante el proceso de admisión se revisa que la propuesta se ajuste a los requisitos de presentación y disposiciones generales establecidas en las bases técnicas y administrativas de esta convocatoria.

Ingresarán al proceso de admisión las propuestas que hayan sido presentadas a FIA dentro del plazo y horario según en el caso, establecido en el punto 3.1.2 "Período de postulación".

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

- Que se presenten todos los documentos solicitados en el punto 3.1.3 "Documentos a presentar".
- Cumplir con los requisitos de entidad postulante señaladas en el punto 3.1.1 "Postulantes", letras a) y b), según corresponda.
- Que las propuestas estén relacionadas con el sector agrario, agroalimentario y forestal.
- Que los documentos solicitados contengan toda la información requerida en el "**Formulario postulación proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal, La Araucanía 2016**", incluyendo la firma del postulante o representante legal de la entidad, según corresponda.
- Que el "**Formulario postulación proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal, La Araucanía 2016",** cuente al menos con los siguientes anexos:
    - Certificado de vigencia de la entidad postulante, solo en el caso de personas jurídicas.
    - Carta de compromiso del coordinador de la propuesta, debidamente firmada.
    - Antecedentes curriculares del coordinador de la propuesta.
- Que los montos y porcentaje de aporte FIA y contraparte se ajusten a los señalados en el punto 2.6.1. "Aporte de FIA y contraparte".

La decisión sobre la admisión de las propuestas es inapelable.

Las propuestas no admitidas no serán enviadas al postulante, pero se pueden retirar directamente en FIA, dentro de un plazo máximo de 30 días corridos contados desde la fecha de comunicación de su no admisión. Pasado el plazo señalado anteriormente, los documentos serán destruidos, sin ninguna responsabilidad para FIA.

3.2.2 Evaluación

Las propuestas que pasen el proceso de admisión serán evaluadas en base a los siguientes criterios y subcriterios:

Criterio	Subcriterio	Ponderación
1. Problema y/u oportunidad	Relevancia del problema y/u oportunidad para la entidad postulante	10%
	Relevancia del problema y/u oportunidad para el objetivo de la convocatoria.	10%
Total Criterio 1		**20%**
2. Producto	Grado de novedad del producto en relación a las dimensiones socioeconómica, territorial, productiva	15%
Total Criterio 2		**15%**
3. Mercado	Clara identificación del mercado objetivo	10%
	Potencial de diferenciación y/o posicionamiento del producto en el mercado objetivo.	10%
Total Criterio 3		**20%**
4. Capacidad de implementación	Capacidad de ejecución de la entidad postulante con respecto a la proyección de la propuesta	15%
Total criterio 4		**15%**
5. Potencial de impacto (30%)	Relevancia y pertinencia de la propuesta para la estrategia de desarrollo de la entidad postulante.	15%
	Contribución de la propuesta para aumentar la competitividad del producto	15%
	Total criterio 5	**30%**
	TOTAL	**100%**

Los criterios señalados anteriormente, serán evaluados de acuerdo a la siguiente escala:

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

Etapas de la evaluación

El proceso de evaluación se realizará en dos etapas.

Etapa I

La primera etapa consiste en la evaluación individual de cada una de las propuestas de acuerdo a los criterios, ponderación y puntajes antes señalados. La etapa de evaluación individual de las propuestas será realizada por profesionales de FIA.

GOBIERNO DE CHILE UNIDAD ASESORIA JURIDICA

La nota de cada criterio será ponderada por el porcentaje asignado a cada uno de ellos de acuerdo con la tabla de evaluación anterior. De esta forma se obtendrá el resultado de cada evaluación individual.

Etapa II

La segunda etapa será llevada a cabo por un Comité Regional (panel de expertos), el cual estará integrado por un profesional de FIA, uno de la Secretaria Regional Ministerial de Agricultura, otro del GORE de la Región de La Araucanía y por expertos externos de acuerdo a la especificidad temática.

El Comité Regional se llevará a cabo en la región y en dicha oportunidad los postulantes deberán presentar sus propuestas a este panel de experto. La fecha y lugar de la presentación será comunicada oportunamente mediante carta dirigida a la entidad postulante.

En caso que la propuesta no sea presentada, el panel de expertos evaluará esta etapa con la nota mínima.

Posteriormente, este Panel emitirá su propia evaluación de cada propuesta, utilizando los mismos criterios, ponderación y puntaje señalados anteriormente. La nota de la evaluación del Comité Regional se agregará a la nota de las evaluaciones individuales, estableciendo una nota final que se determinará mediante un promedio, donde el promedio de la evaluación individual ponderará un 40% y la nota del Comité Regional un 60%.

Posteriormente, se elaborará un acta con la priorización de las propuestas de acuerdo a su nota final de evaluación para su recomendación de adjudicación.

Las propuestas que obtengan un puntaje promedio inferior a 3,0 no serán recomendadas para su aprobación por el Consejo Directivo o el Director Ejecutivo de FIA, según el caso.

3.2.3 Adjudicación

La decisión sobre la adjudicación de las propuestas es de responsabilidad del Consejo Directivo de FIA, quien sancionará, su aprobación o rechazo, así como la asignación de recursos y las condiciones de adjudicación, de manera inapelable. En casos excepcionales podrá sancionar el Director Ejecutivo, previa delegación de facultades por parte del Consejo Directivo.

Las condiciones de adjudicación podrán incluir modificaciones a las propuestas tales como: cambio de actividades, aportes, entre otros. En consecuencia, una propuesta calificada como "aprobada con condiciones", estará sujeta a la aceptación e incorporación de los cambios y entrega de los antecedentes solicitados por el Consejo Directivo o Director Ejecutivo para su adjudicación final.

Las propuestas no aprobadas no serán enviadas al postulante, pero se pueden retirar directamente en FIA, dentro de un plazo máximo de 30 días corridos contados desde la fecha de comunicación de su no aprobación. Pasado el plazo señalado anteriormente, los documentos serán destruidos, sin ninguna responsabilidad para FIA.

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA
FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

FIA se reserva el derecho de dejar sin efecto las adjudicaciones realizadas, en el caso que la licitación "Registro de entidades prestadoras de servicios para proyectos de innovación en marketing agrario, agroalimentario y forestal" fuera declarada desierta.

3.2.4 Comunicación de resultados

Los resultados de las propuestas aprobadas se comunicarán a la entidad postulante mediante carta de adjudicación y serán publicados en el sitio www.fia.cl, en un plazo de 10 días hábiles desde la sanción del Consejo Directivo o Director Ejecutivo, según el caso.

3.2.5 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 del Director Ejecutivo, según el caso.

Si el postulante no envía el formulario con la incorporación de las condiciones establecidas por el Consejo Directivo o del Director Ejecutivo, según el caso, en el plazo señalado, FIA podrá considerar la propuesta como desistida.

3.2.6 Período de negociación

Una vez que la entidad postulante acepte las condiciones de adjudicación se iniciará el período de negociación. Durante este período FIA entregará la información de la **entidad prestadora de servicios** designada y requerirá todos aquellos ajustes necesarios para el adecuado desarrollo y ejecución de la propuesta adjudicada.

Este período de negociación no podrá exceder 20 días hábiles desde la firma del Acta de negociación. Transcurrido este plazo sin que el ejecutor hubiese dado cumplimiento a los compromisos establecidos en dicha Acta, FIA podrá considerar la propuesta como desistida.

Una vez terminado el período de negociación y 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.

3.3. CONDICIONES PARA LA EJECUCIÓN

3.3.1 Carta de compromiso con entidad prestadora de servicio

La entidad postulante deberá obtener una carta de compromiso de la entidad prestadora de servicios, para la elaboración del Plan de Marketing y el precio convenido.

Antes del inicio de la etapa dos, la entidad postulante deberá obtener una carta de compromiso de la entidad prestadora de servicios con el detalle de las actividades y el precio convenido.

GOBIERNO DE CHILE UNIDAD ASESORIA JURIDICA FIA FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

3.3.2 Suscripción de contrato con FIA

La entidad postulante que se adjudica una propuesta se denomina **ejecutor,** quien deberá firmar un contrato con FIA, en el cual se establecerán las obligaciones de ambas partes para llevar a cabo su ejecución.

Formarán parte integrante del contrato de ejecución los siguientes documentos:

- Reglamento de condiciones generales de los contratos de aporte FIA.
- Instructivo de difusión y publicaciones.
- Instructivo Financiero de Proyectos FIA.
- Copia de carta de compromiso de la entidad prestadora de servicios para la elaboración del Plan de Marketing.

Dicho contrato será enviado por FIA al ejecutor al domicilio que se indicó en la propuesta. Debe ser devuelto firmado dentro de los siguientes 10 días hábiles, por correo certificado o entregado personalmente. Si transcurrido este plazo FIA no recibe el contrato firmado, se podrá considerar la propuesta como desistida por parte del ejecutor.

El ejecutor tiene la obligación de dar a conocer el contrato y plan operativo firmado al coordinador(a) de la propuesta, de manera de asegurar su cumplimiento.

La etapa 1 (plan de marketing), constituye un hito crítico del proyecto. Por lo tanto, en función de los resultados asociados a esta etapa, FIA evaluará y resolverá sobre la continuidad de su ejecución y eventuales modificaciones del proyecto para llevar a cabo las actividades correspondientes a la etapa 2 (Implementación del Plan de Marketing). Para la realización de la etapa 2, FIA podrá establecer nuevos términos y condiciones, los cuales quedarán estipulados en un *addendum* que se firmará en su oportunidad entre FIA y el ejecutor.

3.3.3 Reunión de puesta en marcha

Posterior a la firma del contrato se realizará una reunión de puesta en marcha junto con el ejecutor, coordinador y entidad prestadora de servicios, 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.

3.3.4 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]

[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.

GOBIERNO DE CHILE UNIDAD ASESORIA JURIDICA INNOVACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

- Depósitos a plazo[11]
- Pagaré con vencimiento a la vista autorizado ante notario[12]
- Certificado de fianza[13]

FIA determinará el monto y vigencia de la garantía antes de suscribir el contrato de ejecución. La garantía será devuelta al ejecutor una vez aprobados los informes finales de la iniciativa y restituidos a FIA los saldos, si los hubiere.

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. Si transcurrido este plazo no se envían los documentos de garantía, FIA podrá considerar como desistida la ejecución de la iniciativa.

Es responsabilidad del ejecutor obtener las garantías que se le solicite y enviarla a FIA en los plazos señalados.

En caso de incumplimiento del contrato de ejecución, FIA podrá hacer efectiva la garantía.

3.3.5 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 y si quedaran saldos, éstos se deberán restituir en el plazo que ésta indique.

Se procederá a la entrega de recursos sólo después de cumplidos los siguientes requisitos:

- Recepción conforme por parte de FIA de copia de carta de compromiso de la entidad prestadora de servicios para la elaboración del Plan de Marketing.
- Firma del contrato con FIA
- 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
- Entrega de la garantía correspondiente

---

[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, a pertinencia de FIA.**

[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

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

Los recursos FIA serán entregados en cuotas según lo establecido en el contrato.

3.3.6 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 establecidos en el contrato y/o 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 y de acuerdo a la reglamentación establecida en el instructivo financiero de rendición de gastos en línea correspondiente.

Sólo podrán declararse en el SDGL aquellos montos e ítems aprobados y establecidos en los 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.

3.3.7 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.

3.3.8 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.

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA
FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

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 de La Araucanía.

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.

3.3.9 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.

3.3.10 Apropiabilidad de resultados

La propiedad intelectual (patentes, modelo de utilidad, diseño industrial, marca registrada, Denominación de Origen e Indicación geográfica, derecho de autor, secreto industrial o registro de variedades) sobre los resultados generados en los proyectos financiados por FIA, pertenecerán a la entidad postulante quién deberá definir a quien pertenecerán los resultados tangibles e intangibles que se deriven de la propuesta de innovación, y cómo se gestionará la explotación comercial de estos.

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.

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 al ejecutor. En consecuencia, FIA podrá utilizar, sin costo alguno y en la forma que estime conveniente, los informes y el material de difusión desarrollado.

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORÍA JURÍDICA
FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

4. ANEXO I. PLAN DE MARKETING

Elaboración del Plan de Marketing: 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, entre otros.

Como referencia se adjunta índice de los contenidos mínimos que dicho plan de marketing debe contener:

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.

GOBIERNO DE CHILE UNIDAD ASESORIA JURIDICA

- 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.

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA
FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

D.E. Nº32 - 2016 25-08-2016 Se aprueba texto de bases y formulario de postulación de esta Convocatoria.

GOBIERNO DE CHILE
DIRECCION EJECUTIVA
FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

Dirección Ejecutiva

GOBIERNO DE CHILE
UNIDAD ASESORIA JURIDICA
FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA