

CÓDIGO  
(uso interno)

COC-2017-0314

# FORMULARIO DE POSTULACIÓN

CONSULTORIAS PARA LA INNOVACIÓN  
CONVOCATORIA NACIONAL 2017



## Contenido

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA .....	3
1. Nombre de la consultoría para la innovación .....	3
2. Sector, subsector en que se enmarca.....	3
3. Lugares donde se realizará la consultoría para la innovación .....	3
4. Pilar y/o tema que abordará la consultoría para la innovación .....	3
5. Fecha de inicio y término del programa de actividades .....	3
6. Estructura de costo de la consultoría para la innovación .....	4
SECCIÓN II: ANTECEDENTES DE LOS PARTICIPANTES DE LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN.....	5
7. Entidad postulante.....	5
8. Compromiso de ejecución de participantes .....	7
9. Coordinador de la consultoría para la innovación .....	7
10. Participantes de la consultoría para la innovación .....	4
SECCIÓN III: DESCRIPCION DE LA CONSULTORIA PARA LA INNOVACIÓN.....	5
11. Identificación del problema y/u oportunidad .....	5
12. Solución innovadora .....	6
13. Objetivo de la consultoría para la innovación.....	9
14. Programa de actividades de la consultoría para la innovación .....	10
15. Potencial de implementación de las soluciones innovadoras .....	11

**SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA****1. NOMBRE DE LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN****Transferencia de Alternativas para Mejoramiento de Comercialización de Productos Agrícolas en Ferias Libres****2. SECTOR, SUBSECTOR EN QUE SE ENMARCA**

Ver identificación sector, subsector y rubro en Anexo 11

Sector	<b>Alimento</b>
Subsector	<b>General para el Sector Alimentos</b>
Especie (si aplica)	

**3. LUGARES DONDE SE REALIZARÁ LA CONSULTORIA PARA LA INNOVACIÓN**

Región (es)	Metropolitana
Provincia (s)	Santiago
Comuna (s)	Santiago y Providencia

**4. PILAR Y/O TEMA QUE ABORDARÁ LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN**De acuerdo a lo establecido en las bases de postulación, la gira debe estar directamente vinculada a los pilares y/o temas indicados a continuación:

Pilar (marcar con una X)		Tema (marcar con una X)	
Recursos Naturales		Apicultura	
Productividad y sustentabilidad		Berries	X
Alimentos saludables	X	Cereales y quínoa	
		Frutales	X
		Frutos secos y deshidratados	
		Hortalizas y papas	X
		Leguminosas	X
		Pecuario	
		Plantas medicinales, aromáticas y especias	
		Flores y follajes	
		Productos forestales no madereros	
		Vitivinícola	

**5. FECHA DE INICIO Y TÉRMINO DEL PROGRAMA DE ACTIVIDADES****INICIO Y TÉRMINO DEL PROGRAMA DE ACTIVIDADES**

(Incluye la preparación y realización de la consultoría)

<b>Inicio:</b>	<b>01/03/2017</b>	<b>Término:</b>	<b>28/04/2017</b>
----------------	-------------------	-----------------	-------------------

**INICIO Y TÉRMINO DE LA CONSULTORÍA**

<b>Inicio:</b>	<b>07/04/2017</b>	<b>Término:</b>	<b>10/04/2017</b>
----------------	-------------------	-----------------	-------------------

## SECCIÓN II: ANTECEDENTES DE LOS PARTICIPANTES DE LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN

### 7. ENTIDAD POSTULANTE

Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Adicionalmente, se debe adjuntar como anexo los siguientes documentos:

- Certificado de vigencia de la entidad postulante en Anexo 1.
- Certificado de iniciación de actividades en Anexo 2

Nombre Entidad Postulante: Why Research Group SPA

RUT Entidad Postulante:

Identificación cuenta bancaria de la Entidad postulante <sup>1</sup>	Tipo de cuenta:	
	Banco:	
	Nro. Cuenta:	

Dirección comercial: Padre Mariano 391 oficina 905 Providencia

Ciudad: Santiago

Región: Metropolitana

Teléfono:

Correo electrónico:

Clasificación (público o privada): Privada

Giro: Asesorías a empresas

Breve reseña de la entidad postulante:

Why Research Group ([www.whyresearchgroup.com](http://www.whyresearchgroup.com)) surge de la necesidad de utilizar técnicas de frontera para enriquecer el análisis de mercado de los alimentos en Chile, y en particular, de los alimentos saludables con énfasis en la pequeña y mediana agricultura. En nuestro entender, la pequeña y mediana agricultura necesitan información de mercado cuantitativa relevante para la innovación del sector alimento. Especialmente, la pequeña y mediana agricultura sufre de falta de análisis en información de mercado relevante para su toma de decisiones, lo cual, representa una brecha relevante con las grandes empresas agrícolas.

Como se puede revisar en la pagina web, Why Research Group SPA es una sociedad chilena conformada por Andrés Silva (representante legal) y que tiene cuatro colaboradores. Estas cinco personas se conocieron en extranjero, tienen en común, ser doctores de algún área de la economía, tener amplia experiencia en el sector alimentos y estar a la vanguardia en su disciplina (por ello, publican en journals internacionales y asisten a conferencias internacionales regularmente). Además, a los cinco colaboradores, los une una relación de respeto y amistad. Entre los colaboradores de la empresa, hay un compromiso explícito por la rigurosidad de los análisis. Por ello, que más que otra consultora, Why Research Group es grupo de investigación aplicado que utiliza metodologías de frontera para ayudar a la toma de decisiones de los agricultores, empresas agrícolas e instituciones afines de la agricultura en Chile.

Representante legal de la entidad postulante:

Nombre completo: Andrés Silva Montes

Cargo: Gerente General

RUT:

Fecha de nacimiento: 10/04/1975

Nacionalidad: Chileno

Dirección: Padre Mariano 391 oficina 905

- 
- <sup>1</sup> No se aceptará utilizar para estos efectos una cuenta bancaria personal del representante legal o socio, coordinador o de otro tercero.

Ciudad y comuna: Providencia - Santiago
Región: Metropolitana
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Profesión: Ingeniero Agrónomo
Género (Masculino o Femenino): Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): No
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande): No
Rubros a los que se dedica: Consultor/Académico/Investigador

### 8. COMPROMISO DE EJECUCIÓN DE PARTICIPANTES

La entidad postulante manifiesta su compromiso con la ejecución de la consultoría y a entregar los aportes comprometidos en las condiciones establecidas en este documento.

Nombre Representante Legal	Andrés Silva Montes
RUT	
Aporte total en pesos:	
Aporte pecuniario	0
Aporte no pecuniario	



Firma Representante Legal

### 9. COORDINADOR DE LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN

Nombre completo: Andrés Silva Montes

RUT: 9.982.991-5

Pertenece a la entidad postulante:	Si	X	Cargo en la entidad postulante:	Gerente General
	No		Institución a la que pertenece:	Why Research Group SpA
				Vinculación a la entidad postulante:

Teléfono de contacto (fijo o celular):

Correo electrónico:

Breve reseña del coordinador, considerando su experiencia en los últimos 5 años.

(Máximo 1.500 caracteres, con espacios incluidos)

Andrés Silva es ingeniero agrónomo de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Masters en Agricultural Economics de Texas A&M University en Estados Unidos, doctorado en Management de University of Kent en Reino Unido, y ha trabajado en Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) en Francia. Actualmente, se desempeña como coordinador de Why Research Group, consultor de proyectos en el Instituto de Tecnología de los Alimentos (INTA) de la Universidad de Chile y profesor del curso "Comportamiento del Consumidor y Evaluación de Políticas Públicas" en la

Universidad Central de Chile. Además, es responsable del análisis de mercado para el proyecto FIA PYT-2015-0399: "Revalorización del Patrimonio Quesero de la Agricultura Familiar del Camino Real de la Región de Los Lagos" y encargado de análisis económico del proyecto "Evaluating New Chilean National Regulations on the Food Supply" para evaluar la nueva ley de alimentos en Chile. Como investigador, tiene una docena de publicaciones académicas incluyendo la prestigiosa *American Agricultural Economics* y *Empirical Economics*.

Con respecto a coordinación de proyectos, Andrés Silva trabajó tres años en el proyecto "Traceback" de la Unión Europea (Sixth Framework Program). Este proyecto incluyó 28 partners de 11 países. Entre sus responsabilidades estuvo el apoyo a la coordinación de los programas pilotos de trazabilidad de tomate en España y leche en Italia.

## 10. PARTICIPANTES DE LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN

Se debe:

- Considerar en la lista a todos los participantes de la gira, incluido al coordinador.
- Adjuntar carta de compromiso y fotocopia de la cédula de identidad de todos los participantes de la consultoría en anexo 3.
- Completar la ficha de antecedentes de los participantes de la gira en anexo 5.
- En caso que el participante pertenezca a una institución pública, se debe presentar la autorización del director de la misma en el anexo 6.

N°	Nombre completo	RUT	Lugar o entidad donde trabaja	Región	Actividad que realiza	Explicar su vinculación con la pequeña y mediana agricultura y pequeña y mediana empresa
1	Héctor Enrique Tejada		ASOF A.G	Metropolitana	Presidente y Representante Legal de la ASOF A.G.	En el evento de cierre se comprometen al menos 30 a 40 socios de la ASOF A.G. y la dirigencia. La ASOF representa a 60% de los 86.000 comerciantes feriantes que se estiman de Arica a Coyhaique.
2	Andrés Silva		Why Research Group	Metropolitana	Coordinador de Proyectos	Ingeniero Agrónomo, trabajo en INRA (Francia) y con más de diez años de experiencia en investigación y coordinación de proyectos en el área agroalimentaria.
3	Michael Lau		Capital Cultivators LLC	California, US	Consultor	Doctor en economía agrícolas de Texas A&M University. He trabajado en numerosos proyectos de emprendimiento en el sector agroalimentario.

### SECCIÓN III: DESCRIPCIÓN DE LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN

#### 11. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y/O OPORTUNIDAD

Se debe describir claramente el problema y/u oportunidad que da origen a la consultoría para la innovación e indicar cuál es la relevancia en el cual se enmarca la consultoría para:

- El(los) tema(s) y/o pilar(es);
- La pequeña y mediana agricultura y pequeña y mediana empresa
- El grupo participante.

(Máximo 2.500 caracteres, con espacios incluidos)

La pequeña y mediana agricultura que abastece al mercado doméstico, lo realiza principalmente por el canal ferias libres (USACH, 2008; ODEPA, 2013). En particular el subsector hortícola, en base a estadísticas del Censo Agropecuario del 2007, es dominado por pequeños productores. Según resultados del Reporte del Observatorio de Ferias Libres (2013), en Chile existen 933 ferias libres que abastecen 70% del mercado de frutas y verduras, lo que indica la importancia de este canal para la seguridad alimentaria tanto como para el ingreso de pequeños y medianos productores.

Sin embargo, la creciente competencia con el *retail* amenaza a las ferias libres, y con ello, la comercialización de la producción de productos de la pequeña y mediana agricultura (ODEPA, 2013). El *retail* (supermercados e hipermercados para los efectos de esta propuesta), entre otros factores, ofrecen facilidades de pagos a sus clientes (tarjetas de crédito bancarias y propias), tienen acceso a lugares de alto tráfico de personas y ofrecen mayor amplitud de horarios. Al menos en la región metropolitana, el *retails* (a diferencia de las ferias libres) han seguido la expansión urbana (USACH, 2008). Como resultado, las ferias libres han visto disminuida su participación de mercado y los consumidores han visto incrementado el precio de frutas y verduras frescas relativo al precio de la comida alto en grasas azucar, sal y grasas resultado de la industrialización de procesos productivos (Fundación Chile, 2012).

Esta creciente competencia con el *retail*, en muchos aspectos, es similar a problemas que han enfrentado ferias libres en otras partes del mundo. Sin embargo, barreras de idioma, falta de redes de contacto y la falta de contrapartes técnicas han resultado en un relativo aislamiento de las ferias libres en Chile con sus pares en Estados Unidos y Europa. Nuestra propuesta se sustenta en generar análisis cuantitativo para fortalecer las ferias libres en Chile, aprender de experiencias en el extranjero y difundir nuestros resultados en medios afines. Entre las experiencias del extranjero, vamos a trabajar con instituciones que contactamos en la "Gira a Francia para Mejoramiento de Comercialización de Productos Agrícolas en Ferias Libres" que fue financiada por FIA y realizada en octubre 2016. A ello, sumaremos experiencias en Estados Unidos. De esta forma, buscamos ayudar a establecer una agenda de trabajo entre la ferias libres de Chile y el extranjero.

Referencias:

Fundación Chile, GFK, Elige Vivir Sano y Fundación de la Familia. 2012. Chile Saludable: Oportunidades y Desafíos para la Innovación. Volumen 1: 1-47

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA). 2013. Observatorio Canal Feria Libre por Teodoro Rivas: 1-6

Universidad de Santiago de Chile (USACH), Departamento de Tecnología, Departamento de Gestión Agraria. 2008. Estudio para la Caracterización del Canal Feria para la Distribución de Productos Hortofrutícolas en la Región Metropolitana: 1-82

Observatorio Feria Libre. 2013. Características Económicas y Sociales de Ferias Libres de Chile": Encuesta Nacional de Ferias Libres. Proyecto de Cooperación Técnica FAO – ODEPA – ASOF TCP CHI/3303: "Fortalecimiento de las Ferias Libres para la Comercialización Agroalimentaria".

## 12. SOLUCIÓN INNOVADORA

12.1. Identificar claramente las soluciones innovadoras que se pretenden conocer a través de la consultoría y su contribución para abordar o resolver el problema y/u oportunidad identificado.

(Máximo 3.500 caracteres, con espacios incluidos)

Nuestra propuesta se sustenta en tres ejes:

Generar Análisis Estratégico: En base a los datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), vamos a caracterizar y cuantificar al consumidor de ferias libres en Chile. Además, usando la VI EPF y VII EPF, vamos a identificar las tendencias existentes en los consumidores con respecto a ferias libres. Este análisis es clave a la hora de visibilizar las necesidades del sector (sustentado en evidencia) e informar a feriantes/comercializadores y feriantes/agricultores de las tendencias del mercado que se deberían ir reflejando en sus productos. Este análisis servirá tanto de forma interna como externa. Internamente, servirá para alinear las necesidades de los feriantes y mostrarles las tendencias de largo plazo. En especial, dirigentes de la ASOF han expresado su interés en mostrar a sus asociados la necesidad de asociarse para abordar las demandas de los consumidores. Externamente, el análisis propuesto servirá para generar contenido de difusión. Este contenido permitirá sensibilizar a las autoridades y la opinión pública de la relevancia de las ferias libres como punto de encuentro de la pequeña y mediana agricultura con el consumidor y para una alimentación saludable. En ambos casos, estaremos ayudando al debate de ideas informado en base a evidencia.

La EPF del INE contiene información de gastos de cerca de diez mil hogares en Chile. Por ejemplo, el análisis preliminar de los datos para escribir esta propuesta nos mostró que a más edad el jefe de hogar, mayor es el gasto en ferias libres. Por el contrario, jefes de hogares más jóvenes gastan menos en ferias libres. A futuro esto puede significar que: ¿Al envejecer el jefe de hogar cambiará su gasto a ferias libres?, o quizás, ¿los actuales jefes de hogares jóvenes al envejecer seguirán evitando las ferias libres (lo que implicaría una futura contracción de las ferias libres como canal de distribución)?

Experiencia Internacional: Nuestro objetivo en este sentido es aprender de experiencias en Estados Unidos y Francia. Esta propuesta de "Consultoría para la Innovación" se complementa con la "Gira para la Innovación" que fue realizada en octubre 2016. Esta gira permitió establecer contactos en París respecto a nuevos formatos de distribución de frutas y verduras. En esta consultoría, vamos a volver a reunirnos con la Municipalidad de París y con la Fédération Nationale des Marchés de France (simil a la ASOF) para tener más información con respecto:

**Marco de Cooperación entre Ferias Libres y Municipios:** La Federación Nacionales de Marchés de France (simil francés de la ASOF en Chile) desarrolló un acuerdo de cooperación con los municipios en Francia. Este acuerdo creó un marco de entendimiento para resolver conflictos y trabajar en conjunto. En la consultoría buscamos analizar en detalle este acuerdo de forma que la ASOF vea la forma de adaptarlo a la realidad chilena.

**Apoyo de la Municipalidad de París para Facilitar el Acceso a Frutas y Verduras:** La Municipalidad de París apoya iniciativas como AMAPs, la Ruche Qui Dit Oui, y recientemente, un

supermercado comunitario. Estos son canales de comercialización para facilitar el acceso a frutas y verduras. Con este consultoría, queremos presentar y analizar estos formatos. De esta forma, la ASOF podrá analizar la forma de adaptarlo a la realidad chilena.

Finalmente, vamos a complementar esta información con la experiencia de California. En Estados Unidos, California es uno de los estados con mayor énfasis en la alimentación saludable y el consumo de frutas y verduras. Es por ello, que buscaremos presentar a la ASOF otros formatos de comercialización de frutas y verduras, y la forma, que el Estado de California apoya a los feriantes.

Difusión: Al final de la consultoría, proponemos organizar un evento de difusión de medio día en las dependencias de FAO en Santiago de Chile. En este evento, vamos a tener videoconferencia con personas en Francia y Estados Unidos que han estado relacionadas a esta consultoría.

## 12.2. Identificación de los consultores

Se debe adjuntar los siguientes documentos:

- Curriculum vitae y fotocopia de identificación de él o los consultores en Anexo 7
- Cartas de compromiso de cada consultor en Anexo 7
- Términos de referencia del contrato que suscribirá la entidad postulante con él o los consultores en Anexo 10

<b>Nombre consultor 1:</b>	Andrés Silva
<b>Nacionalidad:</b>	Chile
<b>Entidad donde trabaja:</b>	Why Research Group/Consultor INTA/Investigador Universidad Central
<b>Cargo o actividad principal que realiza:</b>	Coordinador e Investigador Asociado
<b>Correo electrónico de contacto</b>	
<b>Nombre consultor 2</b>	Michael Lau
<b>Nacionalidad:</b>	Estados Unidos
<b>Entidad donde trabaja:</b>	Capital Cultivators LLC
<b>Cargo o actividad principal que realiza:</b>	Gerente General
<b>Correo electrónico de contacto</b>	

## 12.3. Describir el por qué los consultores son los más apropiados para identificar y/o facilitar la implementación de la(s) solución(es) innovador(as).

(Máximo 2.500 caracteres, con espacios incluidos)

Andrés Silva, PhD vivió por más de diez años entre Estados Unidos y Europa. Sus trabajos y sus estudios son el temas agrícolas y relacionado con alimentos. Dr. Silva, como coordinador de Why Research Group, tiene interés de establecer una agenda de largo plazo con la ASOF. Dr. Silva fue el coordinador en terreno de la gira de la ASOF a Francia en octubre 2016. Por ello, esta consultoría es una oportunidad para seguir generando las confianzas, y comenzar a diseñar un plan de trabajo de largo plazo para fortalecer las ferias libres y agricultores en Chile. Además, en la consultoría participa Sophie Coeur (ingeniera comercial, francesa y con experiencia en instituciones galas) para apoyar el contacto con instituciones en Francia y Nicolás Von Hausen-Villablanca (economista con experiencia en análisis cuantitativo) para apoyar en análisis cuantitativo con la EPF. Dr. Silva y Sophie hablan inglés, francés y castellano y tienen un interés de largo plazo en el sector alimentos, y en particular, la alimentación saludable.

Michael H. Lau, PhD ha trabajado toda su vida ligado al sector agropecuario, comercialización y emprendimientos a fines en Estados Unidos. El Dr. Lau tiene experiencia en aplicar conocimientos de la academia a soluciones concretas para la toma de decisiones de las empresas. En su trabajo como consultor ha trabajado en una variedad de proyectos del sector agroindustrial por un total de USD 900 mil. Andrés y Michael se conocen desde hace casi una década, lo cual, facilita el trabajo conjunto. Dr. Lau ha vivido la mayor parte de su vida en California y esta altamente familiarizado con los circuitos de distribución de frutas y verduras en su Estado.

Dr. Silva pone al servicio de la consultoría su conocimiento del análisis de datos (avalado por sus publicaciones en journals internacionales) y su experiencia en Francia (INRA). Ello, con el apoyo de Sophie Coeur, Nicolás Von Hausen-Villablanca y se complementa a la experiencia de Dr. Lau en innovación (en comercialización de frutas y verduras en California) y en el sector agroindustrial en Estados Unidos. De esta forma, la ASOF tendrán acceso a análisis de datos y experiencias internacionales para fortalecer las ferias libres en Chile.

### 13. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN

(Máximo 500 caracteres, con espacios incluidos)

Objetivo General: Fortalecer a las ferias libres.

Objetivos Específicos: **Analizar** los datos de la VI y VII EPF del INE con respecto a ferias libres para generar análisis de ayuda a evaluar de iniciativas innovadoras. **Presentar** experiencias de Estados Unidos y Francia con respecto al trabajo conjunto entre autoridades y organizaciones de ferias libres. **Difundir** los resultados en un evento de medio día en las dependencias de la FAO en Santiago, el cual permita compartir los resultados de la consultoría con 30-50 dirigentes o personas relacionadas a la ASOF.

**14. PROGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN**

Fecha (día/mes/año)	Actividades a realizar	Objetivo de las actividades a realizar	Lugar de realización
07/04/2017	Reporte de Consultoría	Entregar el documento escrito con los resultados de la consultoría según los objetivos especificados. La entrega de este documento se complementa con una presentación en extenso de los metodología y resultados de la consultoría este mismo día.	Oficinas de la ASOF, Santiago
10/04/2017	Evento de Cierre de Consultoría	Difundir los resultados de la consultoría.	FAO, Santiago
28/04/2017	Artículo de difusión en castellano.	Enviar artículo de difusión (en castellano) a revisión para publicación. El objetivo es difundir los resultados de la consultoría en un medio escrito de alcance nacional. Esta publicación establece un registro del trabajo realizado.	
28/04/2017	Entrega de informes financiero y técnico a FIA	Entregar de informes según se especifica en las bases de la consultoría (punto 3.3.4).	Oficinas de FIA, Santiago

## 15. POTENCIAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS SOLUCIONES INNOVADORAS

Describir las posibilidades de implementar las soluciones innovadoras que se conocerán en la consultoría en el corto y mediano plazo.

Considere aspectos técnicos, de gestión, recursos humanos, organizacionales, financieros, entre otros.

(Máximo 3.500 caracteres, con espacios incluidos)

Hoy la ASOF tienen muchos proyectos en carpeta. El análisis de datos que se propone (en base a bases de datos públicas) y el aprendizaje de experiencias del extranjero, permitirá (i) mejorar la evaluación de factibilidad de los proyectos futuros, con ello, facilitar el proceso de innovación, (ii) identificar socios extranjeros para posibles alianzas, y (iii) aprender de proyectos exitosos, y otros no tanto, que se han implementado en el extranjero.

La consultoría propuesta está en línea con la gira a Francia realizada en octubre 2016. Andrés Silva, consultor principal en esta propuesta, fue el coordinador en terreno de la gira a Francia. En la gira, quedó de manifiesto que hay muchas áreas de potencial colaboración entre la ASOF y las instituciones en Francia. En esta consultoría nos focalizamos en dos áreas: (i) las formas de cooperación entre La Fédération Nationale des Marchés de France (simil de la ASOF) y las municipalidades y (ii) las formas de apoyo a la comercialización que la Municipalidad de París tiene para facilitar el acceso a frutas y verduras. Ambas áreas abren oportunidades para adaptar soluciones a la realidad en Chile.

Sin embargo, antes de seguir discutiendo ideas para mejorar la comercialización de frutas y verduras, y con ello, fortalecer las ferias libres y la distribución de productos de la pequeña y mediana agricultura, es necesario conocer el comportamiento de los consumidores de ferias libres. Ello, permitirá sustentar futuros proyectos, dimensionar desafíos presentes y adelantar soluciones a futuros desafíos del sector. Los tres objetivos específicos presentados, en el punto 13 de esta propuesta, se complementan para fortalecer a las ferias libres, y con ello, la comercialización de frutas y verduras de la pequeña y mediana agricultura.

# Andrés SILVA

## DATOS PERSONALES

---

DIRECCIÓN: Lord Cochrane 417 Torre A 3er Piso, Santiago, Chile

## EDUCACIÓN

---

- 2012 PhD en BUSINESS MANAGEMENT  
Kent Business School, Canterbury, Reino Unido
- 2007 Master en el Departamento de AGRICULTURAL ECONOMICS  
Texas A&M University, College Station, Texas, Estados Unidos
- 1998 INGENIERO AGRÓNOMO: Especialidad Economía  
Pontificia Universidad Católica, Santiago, Chile

## EXPERIENCIA EN INVESTIGACIÓN

---

- 2016- **Escuela de Ingeniería en Agronegocios, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Central - Chile**  
*Profesor/Investigador*
- 2016- **Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA), U. de Chile**  
*Investigador*
- Evaluating New Chilean National Regulation on the Food Supply
- 2015- **Why? Research Group - Chile**  
Plataforma para facilitar la toma de decisiones de asociaciones de productores en base a investigación académica  
*Investigador Asociado*
- Determinantes de la Seguridad Alimentaria en Mexico
  - Child-directed food advertising regulation en el Reino Unido
- 2013-2014 **Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) - France**  
SEPT-DEC 2012 *Investigador Programa Agreenskills*  
*Ingeniero Investigador*
- Proyecto:** Medición del impacto de Políticas Nutricionales con el foco en comportamiento del consumidor y la calidad de los alimentos
- Medir el impacto de la campaña "5 al día" en Francia, usando la base de datos Kantar (base de datos externa con información de más de 5 mil hogares).
  - Cuantificar los efectos en cantidad y calidad de bebidas de la aplicación a un impuesto a las bebidas azucaradas en Francia usando la base de datos Kantar (base de datos externa con información de más de 5 mil hogares).
  - Evaluar el impacto del acuerdo voluntario entre industriales y el Ministerios de la Salud y de la Agricultura en Francia para disminuir el contenido de nutrientes críticos (azúcar, grasas y sal) en los cereales para el desayuno, usando una base de datos interna de INRA (OQALI).

## EXPERIENCIA EN ENSEÑANZA

---

2016 – | **Escuela de Agronegocios, Facultad de Ciencias Economicas y Administrativas, Universidad Central - Chile**  
*Profesor*  
• Comportamiento del Consumidor y Evaluación de Políticas Públicas

2009 – 2010 | **School of Economics, University of Kent - UK**  
*Graduate Teaching Assistant*

## EXPERIENCIA EN CONSULTORÍAS

---

2014- | **Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA), U. de Chile**  
• Proyecto “International Network for Food and Obesity/non-communicable Diseases Research, Monitoring and Action Support (INFORMAS)”  
• Programa de Optimización de la Alimentación y Bienestar del Trabajador (PROAT)

2011 | **The Food and Environment Research Agency – UK**  
• Proyecto “Understanding Quality Determinants in Pea Seeds” An Econometric Market Analysis

## HABILIDADES

---

LANGUAGES Idiomas Castellano (nativo), inglés (avanzado), francés (intermedio)  
SOFTWARE Manejo avanzado en Stata, SAS, Eviews, SPSS and Simetar (simulación estocástica)  
Familiar con MathLab, R and GAMS (programación lineal)

## RECONOCIMIENTOS

---

- 2007 Primer Lugar en Competencia de Casos de Estudio en la International Food and Agribusiness Management Association Conference. Parma, Italia (equipo de tres personas)
- 2008-10 Scholarship European Union Traceback Project (Framework 6, trazabilidad de los alimentos)
- 2012 Agreenskills Scholarship para trabajar en INRA.
- 2015 CJAE Outstanding Article Award *Journal of Agricultural Economics/Revue Canadienne D'Agroeconomie*.

## REVISOR

---

*Artículos en Journals:* European Review of Agricultural Economics, the Journal of Advertising, International Food and Agribusiness Management Review, the African Journal of Agricultural Research, Journal of Agricultural Economics, Pan American Journal of Public Health

*Artículos en Conferencias:* (American) Agricultural and Applied Economic Association Meeting (Demand and Price Analysis Section), International Society For Pharmacoeconomics and Outcomes Research Annual International Meeting

## INTERESES Y ACTIVIDADES

---

### *Running*

- Media Maratones: Austin (2008 y 2013), Brighton (2010), Paris (2011, 2013, 2014)
- Maratón Completas: Paris (2010)

## PUBLICACIONES ACADÉMICAS

---

- | 1 | A. Silva and S. Dharmasena. "Considering Seasonal Unit Root in a Demand System: An Empirical Approach" 2016. *Empirical Economics*. 51(4): 1443-1463
- | 2 | A. Silva, L. Higgins and M. Kulesz. "Nutritional Effect of Child-Directed TV Food Advertising Regulation: Are We Rearranging the Deck Chairs on the Titanic?" 2016. *Journal of the Association for Consumer Research*. 1(3): 422-444
- | 3 | A. Silva, C. Caro and D. Magana. "Household Food Security: Perceptions, Behavior and Nutritional Quality of Food Purchases". *Journal of Economic Psychology*. 55: 139-148
- | 4 | A. Silva, L. Higgins and M. Hussein. "An Evaluation of the Effect of Child-Directed Television Food Advertising Regulation in The United Kingdom" 2015. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue Canadienne D'Agroeconomie*. 63(4): 583-600 \*\*CJAE Outstanding Article Award\*\*
- | 5 | M. Hussein, A. Silva and I. Fraiser. "Linking Intrinsic Quality Attributes to Revealed Consumer Preferences" 2015. *Food Quality and Preference*. 41: 180-188
- | 6 | A. Silva, R.M. Nayga, Jr., B.L. Campbell, and J.L. Park "Revisiting Cheap Talk with New Evidence from a Field Experiment" 2011. *Journal of Agricultural and Resource Economics*. 36(2):280-291
- | 7 | B.L. Campbell, R.M. Nayga, Jr., J.L. Park and A. Silva "Does the National School Lunch Program Improve Children's Dietary Outcomes?" 2011. *American Journal of Agricultural Economics*. 94(4): 1099-1130
- | 8 | A. Silva, R.M. Nayga, Jr., B.L. Campbell, and J.L. Park "Can Perceived Task Complexity Influence Cheap Talk's Effectiveness in Reducing Hypothetical Bias in Stated Choice Studies?" 2012. *Applied Economics Letters*. 19(17): 1711-1714
- | 9 | M. Garcia, A. Silva and J. R. O'Hanley "Using Stochastic Simulation to Evaluate the Cost-Effectiveness of Traceability Systems: The Case of Quality Control in a Fresh Produce Supply Chain" in *Food Chain Integrity: A Holistic Approach to Food Traceability, Safety, Quality and Authenticity*. 2011. Woodhead Publishing Series in Food Science, Technology and Nutrition
- | 10 | A. Silva, R.M. Nayga, Jr., B.L. Campbell, and J.L. Park "On the Use of Valuation Mechanisms to Measure Consumers' Willingness to Pay for Novel Products: A Comparison of Hypothetical and Non-Hypothetical Values" 2007. *International Food and Agribusiness Management Review*. 10(2):165-180
- | 11 | J.L. Park, B.L. Campbell, A. Silva and R.M. Nayga, Jr. "Fruit and Vegetables Go Back to School" 2007. *Choices*. 22(2):129-132
- | 12 | D.W. Shaw, R.M. Nayga, Jr. and A. Silva "Health Benefits and Uncertainty: An Experimental Analysis of the Effects of Risk Presentation on Auction Bids for a Healthful Product" 2006. *Economics Bulletin*. 4(20):1-8

## ARTÍCULOS EN CURSO

---

- | 13 | A. Silva, L. Higgins and I. Parada. "Impact of Child-Directed TV Food Advertising Regulation on Money Pocket Allowances" *en revisión en Journal*, Agosto 2016
- | 14 | A. Silva, N. Von Hausen and D. Magana. "Household Food Security in the Era of Food Away from Home: Evidence from Mexico" *en revisión en Journal*, Septiembre 2016
- | 15 | F. Etilé and A. Silva. "Consequences of the 5-a-Day Campaign: Evidence from French Panel Data".
- | 16 | A. Correa and A. Silva. "Welfare Effects on Food Taxes: A Demand System Approach".

## **Curriculum Vitae, Michael H. Lau, Ph.D.**

### **Educación**

---

Posgrado:	Texas A&M University Ph.D. en Economía Agraria	2004
Superior:	California Polytechnic State University Licenciatura en Agroindustrias	1999

### **Experiencia Docente**

---

<b>Profesor Adjunto, Sam Houston State University</b> Departamento de Ciencias Agrícolas	2005-2011
<b>Profesor, Texas A&amp;M University</b> Departamento de Economía Agraria	2004-2009
<b>Ayudante Docente, Texas A&amp;M University</b> Departamento de Economía Agraria	2001-2003

### **Experiencia Profesional en Negocios**

---

<b>Capital Cultivators LLC, Director de Operaciones</b>	2006-Presente
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Investigación de mercado, análisis de datos, de riesgo y de estrategia para clientes</li> <li>◆ Análisis de impacto económico, planificación comercial y paquetes de incentivos para inversionistas</li> <li>◆ Encuestas, focus groups y prueba de mercado de productos</li> </ul>	

<b>Cuatro Empresas Emergente Independientes de Responsabilidad Limitada en Gastronomía, Vinos y Tecnología</b> <b>Fundador y Financiamiento Externo</b>	2011-Presente
--	---------------

<b>Yosemite Meat Company Inc., Consultor Estratégico</b>	2004- Presente
--	----------------

<b>Subsidios y Financiamiento Externo Obtenido</b>	<b>\$863.786 (12)</b>
--	-----------------------

<b><u>Publicaciones Académicas y Documentos Profesionales</u></b>	<b>(13)</b>
<b><u>Presentaciones Profesionales y Académicas</u></b>	<b>(57)</b>
<b><u>Servicio para Comités Universitarios y Facultades</u></b>	<b>(45)</b>
<b><u>Servicio para Comités de Organizaciones Profesionales</u></b>	<b>(12)</b>

## **Selección de Proyectos, Publicaciones y Presentaciones**

1. **Lau, Michael**, Michelle Santiago, Luis Ribera y Lindsey Higgins. “Aumento del Potencial de Márketing Directo para Agricultores Socialmente Desfavorecidos.” Programa Estatal-Federal para el Mejoramiento del Marketing, Departamento de Agricultura de EE.UU. Financiado en septiembre de 2011.
2. York, Mary, Roger Hanagriff, **Michael Lau** y Constance Douglas. “Identificación de las Barreras de Entrada al Mercado Orgánico y Posibles Estrategias para Aumentar la Probabilidad de Éxito de Potenciales Productores Orgánicos.” Programa Estatal-Federal para el Mejoramiento del Márketing, Departamento de Agricultura de EE.UU. Financiado desde octubre de 2006 hasta diciembre de 2007.
3. **Lau, Michael**, Roger Hanagriff, Douglass Constance, Mary York, Brian VanDelist y Lindsey Higgins. “Discernimiento de las Diferencias entre Grupos de Productores y Barreras a la Aceptación de [Productos] Orgánicos en Texas.” *Journal of Food Distribution Research*. Volumen XLI, Número 2, (julio de 2010): 124-136.
4. **Lau, Michael**, Marcy Beverly, Stanley Kelley y Roger Hanagriff. “Valores Económicos y Sociales Dados por los Consumidores a Todos los Productos Cárnicos de Bovinos y Cómo Esta Materia Prima con Valor Agregado Afecta la Demanda: Una Revisión Bibliográfica.” *The Business Review*, Cambridge, Volumen 9, Número 1, (Dic. 2007): 159-164.
5. Hanagriff, Roger, Tim Murphy, Marcy Beverly y **Michael Lau**. “Evaluación de un Programa de Márketing Estatal: Estudio de Caso Utilizando la Evaluación del Programa de Márketing GO TEXAN.” *The Business Review*, Cambridge, Volumen 9, Número 1, (Dic. 2007): 42-48.
6. Roucan-Kane, Maud, **Michael Lau**, Corinne Alexander, Michelle Santiago, Art Wolfskill y Allen Gray. “Segmentación de Grandes Productores Agrícolas Basado en su Comportamiento de Compra.” Documento presentado ante Clute Research Institute, Nueva Orleans, LA, marzo de 2011.
7. **Lau, Michael**, Roger Hanagriff, Douglass Constance, Mary York y Brian Vandelist. “Evaluación de las Barreras a la Aceptación de [Productos] Orgánicos Entre Grupos de Productores en Texas.” Presentación de documento seleccionado en NEC-63, Spring 2009 Conference, San Diego, CA, 2-3 de febrero de 2009.
8. **Lau, Michael** y Roger Hanagriff. “Una Evaluación Empírica de Programas Genéricos de Promoción Patrocinados por el Estado.” Presentación oral en NEC-63 Annual Spring Conference, Hilton Head, SC, 14-15 de marzo de 2008.



**ANEXO 5: FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES PARTICIPANTES EN LA CONSULTORÍA PARA LA INNOVACIÓN**

Esta ficha debe ser llenada por cada uno de los participantes de la Consultoría, incluido el coordinador.

<b>FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES</b>			
<b>Tipo de participante (Marque con una X)</b>			
<b>Coordinador</b>	<b>X</b>		<b>Participante</b>
<b>ANTECEDENTES PERSONALES</b>			
Nombre completo	Andrés Silva Montes		
RUT			
Fecha de Nacimiento	10.04.1975		
Nacionalidad	Chileno		
Dirección particular	Av. Pedro de Valdivia 755 departamento 504		
Comuna	Providencia		
Región	Metropolitana		
Fono particular			
Celular			
E-mail			
Profesión	Ingeniero Agrónomo, MSc, PhD		
Género (Masculino o femenino)	Masculino		
Indicar si pertenece a alguna etnia	No aplica		
Actividades desarrolladas durante los últimos 5 años	Investigador académico, profesor, apoyo a actividades de coordinación.		
<b>ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL</b>			
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Why Research Group SpA		
Rut de la Institución o Empresa			
Nombre y Rut del Representante Legal de la Institución o Empresa	Andres Silva Montes		
Cargo del Participante en la Institución o Empresa	Investigador Asociado/Coordinador		
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	Padre Mariano 391 oficina 905 Providencia		
Fono			
E-mail			
Clasificación de público o privado	Privado		

## FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES

Tipo de participante (Marque con una X)

Coordinador	<input type="checkbox"/>	Participante	<input checked="" type="checkbox"/>
-------------	--------------------------	--------------	-------------------------------------

### ANTECEDENTES PERSONALES

Nombre completo	Héctor Enrique Tejada
RUT	
Fecha de Nacimiento	19/09/1934
Nacionalidad	Chilena
Dirección particular	Maturana 428 Piso 4 oficina B
Comuna	Santiago
Región	Metropolitana
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Profesión	Contador
Género (Masculino o femenino)	Masculino
Indicar si pertenece a alguna etnia	Ninguna
Actividades desarrolladas durante los últimos 5 años	Comerciante

### ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL

Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	ASOF A.G
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la Institución o Empresa	Héctor Enrique Tejada
Cargo del Participante en la Institución o Empresa	Presidente
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	Maturana 428 Piso 4 oficina B
Fono	
E-mail	
Clasificación de público o privado	Privado