

**PROYECTOS DE INNOVACION PARA PARA LA
AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA**

VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO AGRARIO Y AGROALIMENTARIO

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Valorización y promoción del patrimonio agroalimentario de iniciativas pertenecientes a la agricultura familiar campesina de Chiloé bajo denominación de "Sitio Importante del Patrimonio Agrícola Mundial", SIPAM
Ejecutor:	CENTRO DE EDUCACION Y TECNOLOGIA
Código:	PYT -2014-0302
Fecha:	08 de julio 2015

Firma por Fundación para la Innovación Agraria

Conforme con Plan Operativo
Firma por Ejecutor
(Representante Legal o Coordinador Principal)



Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo.....	3
1. Configuración técnica del proyecto	3
2. Costos totales consolidados	24
3. Anexos.....	26
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	37

I. Plan de trabajo

1. Configuración técnica del proyecto

1.1. Objetivos del proyecto

1.1.1. Objetivo general¹

Valorizar y promocionar a través de estrategias innovadoras, el patrimonio agroalimentario de iniciativas pertenecientes a la agricultura familiar campesina de la isla de Chiloé, que estén bajo denominación SIPAM, generando vínculos con el mercado y articulación con otros actores económicos locales, regionales y nacionales, estableciendo un modelo replicable de gestión de la identidad territorial de la AFC como un factor económico.

1.1.2. Objetivos específicos²

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Identificar y caracterizar una canasta de productos y servicios que están presentes en la red de agricultores asociados al proyecto, y que tengan características asociadas claramente a la identidad territorial, para desarrollar un proceso de gestión, marketing y comercialización.
2	Generar y sistematizar información de las características históricas y culturales de los productos y servicios que sustenten su relación con la identidad cultural territorial, para promover y reforzar la valorización y promoción de este patrimonio.
3	Generar información acerca de características organolépticas y de atributos especiales que les confieran atributos deseables y diferenciadores en los mercados.
4	Desarrollar un programa de apoyo técnico y de intercambio entre productores, para lograr que productos y servicios tengan un nivel y características de producción adecuadas, profundizando las normas de producción agroecológica que la Marca de certificación SIPAM resguarda y certifica.
5	Desarrollar una estrategia replicable de promoción, gestión y marketing y comercialización de la canasta de productos y servicios de la AFC relacionadas a la identidad territorial, en el contexto de la condición de Sitio SIPAM de Chiloé y la marca de Certificación SIPAM-Chiloé.
6	Desarrollo de una guía impresa de iniciativas locales de producción, turismo y artesanía asociadas a la identidad territorial y a la Marca de Certificación SIPAM – Chiloé, destinada a la difusión ampliada de esta estrategia de desarrollo de la AFC de la Isla de Chiloé.

¹ El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con el proyecto. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

² Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general del proyecto. Cada objetivo específico debe conducir a uno o varios resultados. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

1.2. Resultados esperados e indicadores: Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico de acuerdo a la siguiente tabla.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ³ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁴				
			Nombre del indicador ⁵	Fórmula de cálculo ⁶	Línea base del indicador ⁷ (situación actual)	Meta del indicador ⁸ (situación final)	Fecha alcance meta ⁹
1	1	Listado de 30 productos y servicios identificados y caracterizados en función de su relación con la identidad territorial y la cultura, presentes en la red de agricultores.	Número de Productos de la AFC identificados y caracterizados como parte de la Canasta de Bienes y Servicios con identidad cultural.				Julio 2015
2	2	Productos y servicios con características históricas y culturales definidas para cada uno de ellos en formato que permita la promoción y puesta en valor.	% de productos de la canasta de Bienes y Servicios con una historia que los vincule con claridad a la Identidad Cultural Territorial.				Febrero 2016

³ Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general del proyecto. Uno o más resultados pueden responder a un mismo objetivo específico.

⁴ Los indicadores son una medida de control y demuestran que efectivamente se obtuvieron los resultados. Pueden ser tangibles o intangibles. Siempre deben ser: cuantificables, verificables, relevantes, concretos y asociados a un plazo.

⁵ Indicar el nombre del indicador en forma sintética.

⁶ Expresar el indicador con una fórmula matemática.

⁷ Completar con el valor que tiene el indicador al inicio del proyecto.

⁸ Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar en el proyecto.

⁹ Indicar la fecha en la cual se alcanzará la meta del indicador de resultado.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ³ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁴				
			Nombre del indicador ⁵	Fórmula de cálculo ⁶	Línea base del indicador ⁷ (situación actual)	Meta del indicador ⁸ (situación final)	Fecha alcance meta ⁹
3	3	Descripción organoléptica y de atributos especiales de 12 productos de la canasta local, identificado e Incorporado en el valor agregado como atributos diferenciadores.	% de productos analizados que efectivamente tienen atributos especiales asociados a la composición química, antioxidantes u otros. *Se analizara un mínimo de 20 productos.				Mayo 2016
4	4	10 sistemas productivos funcionando bajo las normas agroecológicas diversificadas y resguardadas por la Marca de Certificación SIPAM.	% de sistemas productivos funcionando bajo modelo agroecológico sustentable y cumpliendo el reglamento de la Marca de Certificación SIPAM				Julio 2016
5	5	Plan estratégico de marketing y comercialización de la canasta de productos y servicios de la AFC relacionados a la identidad territorial diseñados y en funcionamiento.	% de la Estrategia definida y en funcionamiento para el marketing y comercialización de 20 productos provenientes de 10 iniciativas bajo				Julio 2016

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ³ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁴				
			Nombre del indicador ⁵	Fórmula de cálculo ⁶	Línea base del indicador ⁷ (situación actual)	Meta del indicador ⁸ (situación final)	Fecha alcance meta ⁹
			Marca de certificación SIPAM				
	6	Plataforma de promoción y difusión en páginas web de circuito nacional e internacional vinculadas a temáticas relacionadas a la AFC y en guías e informativos de turismo a nivel nacional y global.	Nº de sitios web, informativos y/ o plataformas donde se difunden los productos con identidad de la AFC representada en el proyecto.				Octubre 2016
	7	Desarrollo y gestión de una Ruta de aprendizaje y difusión vinculada a las experiencias de AFC involucradas en el proyecto, que visibilice y ponga en valor la canasta de productos y servicios.	% de la Ruta diseñada y con servicios de difusión, visitas, ventas y marketing en operación.				Julio 2016
	8	Material gráfico para difusión global de la red de iniciativas y de cada uno de los casos, diseñado y editado, y vinculado a páginas relacionadas a la AFC, a la promoción del turismo, y a la	% de casos con los materiales gráficos de apoyo realizados y en plena distribución.				Mayo 2016

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ³ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁴				
			Nombre del indicador ⁵	Fórmula de cálculo ⁶	Línea base del indicador ⁷ (situación actual)	Meta del indicador ⁸ (situación final)	Fecha alcance meta ⁹
		comercialización de productos especiales.					
6	9	3000 ejemplares de la guía de difusión de iniciativas de la AFC Chilota bajo certificación SIPAM, impresas y con un sistema de distribución a nivel local, regional y nacional.	Nº de ejemplares distribuidos en sitios clave para la difusión de los productos y servicios de la AFC de Chiloé bajo denominación SIPAM				Octubre 2016
	10	Versión digital de la guía de difusión de iniciativas con identidad cultural de la AFC Chilota bajo certificación SIPAM, elaborada y con un sistema de distribución a través de medios informáticos.	Nº de contactos que reciben la versión digital de la Guía de difusión elaborada.				Octubre 2016
6	11	Evaluación del funcionamiento del sistema por parte de los productores y ejecutores del proyecto	Evaluación de agricultores y técnicos				Agosto 2016
6	12	Evaluación del funcionamiento del sistema por parte de los operadores, productores y clientes en	Evaluación de operadores				mayo 2017

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ³ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁴				
			Nombre del indicador ⁵	Fórmula de cálculo ⁶	Línea base del indicador ⁷ (situación actual)	Meta del indicador ⁸ (situación final)	Fecha alcance meta ⁹
		las diferentes etapas del proyecto	Evaluación de agricultores Evaluación de clientes				

1.3. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos ¹⁰	Resultado Esperado ¹¹ (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Constitución de la red de productores con identidad cultural de la AFC de Chiloé bajo denominación SIPAM y definición de una canasta de 30 productos y servicios.	1	Octubre 2015
Evaluación de los productos integrantes de la canasta de 30 productos por parte de FIA, en base al envío de un informe de avance a FIA de manera que se verifique el cumplimiento de las bases de la convocatoria.	1	Enero 2016
Sistematización y edición de la historia cultural global del conjunto de iniciativas y definición de la historia cultural específica de cada uno de los productos y servicios de la canasta de bienes en etapa de valorización.	2	Septiembre 2016
Identificación de valores químicos, organolépticos y de características especiales de al menos 5 productos que integren la canasta de bienes en proceso de valorización.	3	Diciembre 2016
15 Productos y servicios de la AFC chilota asociados a la identidad cultural insertos en circuitos de comercialización locales y regionales. Acompañado del correspondiente plan de negocios	4	Marzo 2017

1.4. Método: identificar y describir los procedimientos que se van a utilizar para alcanzar cada uno de los objetivos específicos del proyecto. (Incluir al final, las actividades de difusión y transferencia de los resultados del proyecto) (máximo 8.000 caracteres para cada uno).

Método objetivo 1: Identificar y caracterizar una canasta de productos y servicios que están presentes en la red de agricultores asociados al proyecto, y que tengan características asociadas claramente a la identidad territorial, para desarrollar un proceso de gestión, marketing y comercialización.

Este objetivo se alcanzará a través de los siguientes procedimientos:

¹⁰ Un hito representa haber conseguido un logro importante en el proyecto, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

¹¹ Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

Visitas de diagnóstico a todas las iniciativas participantes, para levantar toda la información acerca de productos y/o servicios relacionados a la identidad local, generados en los sistemas. Se utilizará una encuesta predial y una entrevista orientada a la descripción del sistema en relación a prácticas tradicionales, manejos agroecológicos, tradición productiva de la familia a través de distintas generaciones.

Con los resultados obtenidos del conjunto de iniciativas se hará un primer acercamiento a la definición de la canasta de bienes y servicios que se valorizarán a través de las acciones del proyecto.

Realización de un taller con todos los asociados para presentar los resultados de esta actividad y resolver la composición final y definitiva de los 30 productos y servicios que se incluirán en la canasta de bienes y servicios con identidad local.

Se acordará el procedimiento y la programación para desarrollar la etapa siguiente relacionada a la construcción de las historias que fundamenten el vínculo de estos productos con la cultura y la identidad.

Se generará un documento simple que dé cuenta del acuerdo del colectivo de trabajo en función de la composición final de la canasta de productos y servicios con identidad y del cronograma futuro de trabajo.

Método objetivo 2: Generar y sistematizar información de las características históricas y culturales de los productos y servicios que sustenten su relación con la identidad cultural territorial, para promover y reforzar la valorización y promoción de este patrimonio.

En base a un trabajo realizado en cada una de las iniciativas, que contempla entrevistas, encuestas, observación participante, se avanzará en la construcción de una historia local común a todas las iniciativas.

En base revisión de la información histórica disponible en el archipiélago se recopilarán los antecedentes que expliquen de forma atractiva y muy concreta, el origen y las características de los rasgos principales de los sistemas productivos de la Isla. Se indagará también en los componentes principales de la cultura de la madera, cultura de la papa, la cultura asociada al bordemar y la cultura de la cooperación, entre otras manifestaciones, captando los elementos distintivos que con adaptaciones todavía son los que determinan las formas de trabajo rural y la densa trama cultural que en general sostiene las dinámicas productivas de las comunidades.

Realización de un trabajo asociado a cada producto destinado a precisar las características históricas y culturales que lo asocian a una identidad territorial. De esta manera se dará forma a un relato ordenado y atractivo, destinado a generar esta capa de valor agregado que será la promovida a través de los sistemas innovativos de gestión y marketing que serán desarrollados.

Paralelamente se irá trabajando con cada grupo familiar extendido, identificando testimonios y relatos que pongan en el centro del trabajo a las familias, de modo de incorporar una historia cultural con matices actuales, de forma de ligar producto/consumidor/comunidad/identidad de una manera muy actualizada. El objetivo es crear un vínculo del mercado y los consumidores, no con el pasado, sino con comunidades actuales que recogen la tradición y desde esa perspectiva siguen haciendo contribuciones a la alimentación, a la mantención de la cultura y a la sustentabilidad.

Método objetivo 3: Generar información acerca de características organolépticas y de atributos especiales que les confieran atributos deseables y diferenciadores en los mercados.

El procedimiento será seleccionar los productos que tengan mejores posibilidades de demostrar características diferenciadoras, y se enviarán muestras a servicios de laboratorio especializado que identifiquen o califiquen; calidad nutricional, características organolépticas, contenido de antioxidantes, perfil de ácidos grasos, etc. Esta analítica será especialmente relevante en las papas nativas de pulpa coloreada oscura, quinoa, oca y topinambur; carne de cordero producida a pastoreo en pradera natural, entre otras.

El conjunto final de los productos a analizar dependerá de la determinación final de la canasta de productos y servicios determinados en el objetivo 1 del proyecto.

La idea es que muchos productos que se producen en condiciones campesinas de Chiloé, debido a la gama de diversidad producida, a las características de los sistemas, o a las adaptaciones al clima, pueden demostrar características especiales, deseables en los mercados y que se sumarían al valor diferenciador generado por el vínculo directo a una identidad cultural local o a las particulares condiciones de los sistemas productivos tradicionales del archipiélago.

Método objetivo 4: Desarrollar un programa de apoyo técnico y de intercambio entre productores, para lograr que productos y servicios tengan un nivel y características de producción adecuadas, profundizando las normas de producción agroecológica que la Marca de certificación SIPAM resguarda y certifica.

Este es uno de los objetivos relevantes del proyecto pues es el que apoyara la mantención y proyección del tipo de manejo de los sistemas productivos de las iniciativas certificadas. Los sistemas necesitan actualización equilibrada de sus formas de trabajo dando respuesta a los problemas y necesidades en los ámbitos del diseño predial, manejo de la fertilidad, sanidad vegetal y manejo de malezas, sanidad animal, en el contexto de producción agroecológica. El método consistirá en talleres de capacitación y actividades grupales de asistencia técnica, además de la organización de talleres de intercambio de experiencias y de biodiversidad entre los propios agricultores, incentivando la implementación de prácticas y formas de trabajo propias del conocimiento tradicional. Con este Objetivo se apoyara el concepto de Conservación Dinámica que es fundamento esencial de los sistemas SIPAM.

Método objetivo 5: Desarrollar una estrategia replicable de promoción, gestión y marketing y comercialización de la canasta de productos y servicios de la AFC relacionadas a la identidad territorial, en el contexto de la condición de Sitio SIPAM de Chiloé y la marca de Certificación SIPAM-Chiloé.

La estrategia a desarrollar está relacionada a las siguientes dimensiones:

Generación de una red articulada de las 10 iniciativas que contarán con materiales gráficos de apoyo, sistematización de los componentes de los sistemas y una programación anual de actividades de difusión: Visitas guiadas a toda la red o a fragmentos ordenados de ella, diseñados para que representantes de sitios de mercado y operadores de servicios turísticos, locales, regionales y nacionales puedan conocer las experiencias y los productos asociados de forma directa. La red generará una oferta directa destinada al público local y a la alta concentración de turistas que visita Chiloé, consistente en días de campo, visitas guiadas, rutas de aprendizaje, experiencias de degustación, etc. todos formatos para los cuales desarrollarán contenidos que serán entregados en tiempos específicos, y los cuales tendrán un valor

Las iniciativas organizadas en red dispondrán de material gráfico de apoyo que presente las generalidades del sistema SIPAM de Chiloé, explicando el sustento histórico y cultural de los productos y servicios, el que será distribuido en sitios y contactos estratégicos. Este material será realizado en alta calidad y será común a toda la red de iniciativas participantes del proyecto.

Se generará gráfica, trípticos, etiquetas, stickers específicos, gráfica de la marca de Certificación SIPAM, para cada una de las iniciativas incluyendo los productos y servicios ofrecidos. Estos materiales destacarán de manera atractiva los contenidos culturales y los atributos especiales que hayan sido elaborados en las primeras fases del proyecto.

Participación en Ferias Provinciales, regionales y Nacionales presentando productos y servicios y sus materiales de apoyo. (Feria de la Biodiversidad de Chiloé; Expo Mundo Rural)

Articulación con Operadores Turísticos y Empresas Turísticas y Hoteleras para generar vínculos comerciales concretos, en lo posible regulados por la reglamentación de la Marca de certificación SIPAM.

Diseño y elaboración de trípticos en formato digital, indicando el contexto de los productos, fichas de cada producto y servicio y sistemas de contacto, para hacer una distribución a través de todas las posibilidades ofrecidas por las redes informáticas.

Método objetivo 6: Desarrollo de una guía impresa de iniciativas locales de producción, turismo y artesanía asociadas a la identidad territorial y a la Marca de Certificación SIPAM – Chiloé, destinada a la difusión ampliada de esta estrategia de desarrollo de la AFC de la Isla de Chiloé.

Todas las iniciativas asociadas al proyecto, más otras que en el transcurso del segundo año se puedan integrar, se incluirán en una ***Guía de iniciativas locales de producción, turismo y artesanía, que presente a la Isla de Chiloé como un Sitio Ingenioso del Patrimonio Agrícola Mundial, SIPAM/FAO***. En segundo lugar que introduzca al concepto de productos y servicios asociados a una identidad territorial, relevando de una manera atractiva y de muchas imágenes, la potencialidad de este tipo de producción, y que finalmente presente una imagen de cada iniciativa con sus particularidades y sus atractivos especiales, poniendo énfasis en la red de productores, las formas de contacto y una información muy clara proponiendo circuitos de visita, incluyendo mapas e información de referencia para incentivar a actores económicos que puedan establecer convenios y acuerdos económicos, consumidores que quieran usar un circuito corto de compra, instituciones que vean una posibilidad de estudio y formación, operadores turísticos y también otros campesinos y/o comunidades de Chiloé que se interesen por este modelo de trabajo asociativo. Se publicarán 3000 ejemplares que se distribuirán en Sitios y Contactos estratégicos. Se publicará en formato digital para hacer una distribución masiva a través de las redes y de páginas web de instituciones que tienen una amplia cobertura relacionada a la AFC en Chile y en el mundo.

1.5. Actividades: Indicar las actividades a llevar a cabo en el proyecto, asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados. Considerar adicionalmente en este cuadro, las actividades que permitirán la difusión de los resultados del proyecto.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Actividades
1	1	Listado de 30 productos y servicios identificados y caracterizados en función de su relación con la identidad territorial y la cultura, presentes en la red de agricultores.	Visitas de terreno y encuestas de identificación y selección de productos y servicios con identidad cultural presentes en las iniciativas participantes. Caracterización inicial de productos y servicios con identidad territorial identificados para el proceso de gestión, marketing y comercialización Sistematización de la información obtenida en el conjunto de los sistemas productivos de los asociados Taller de trabajo con los asociados para conocer el resultado de la sistematización y acordar productos y servicios que se incluirán en la Canasta de bienes y Servicios con identidad Cultural del territorio SIPAM – Chiloé.
2	2	Productos y servicios con características históricas y culturales definidas para cada uno de ellos en formato que permita la promoción y puesta en valor.	Construcción y sistematización de la historia cultural global del territorio asociada a la identidad territorial de los productos y servicios y su vínculo con los sistemas agroecológicos locales. Sistematización de los aspectos culturales, históricos y relacionados a la identidad correspondiente específicamente a cada producto y servicio incluido en la estrategia de valorización. Desarrollo de un taller participativo de conocimiento y validación de los resultados para consensuar la base cultural de los productos y servicios. Desarrollo de un sistema de difusión local de los contenidos culturales que se vinculan los productos y servicios considerados.

3	3	Descripción organoléptica y de atributos especiales de 12 productos de la canasta local, identificando e incorporando en el valor agregado atributos diferenciadores.	Análisis de laboratorio para identificar las características organolépticas, composición químicas y atributo especiales que apoyen la diferenciación de los productos bajo denominación SIPAM.
			Sistematizar y socializar los atributos y características diferenciadoras de los productos agrícolas bajo denominación SIPAM, para uso promocional y marketing.
			Identificar segmentos de mercado que tengan afinidad e interés por las características especiales detectadas en estos productos.
			Taller de socialización de los resultados con los agricultores asociados y actores locales, especialmente ligados a la gastronomía para identificar nuevos usos y difundir el valor adicional de estos productos en sitios de mercado específicos.
4	4	10 sistemas productivos funcionando bajo las normas agroecológicas diversificadas y resguardadas por la Marca de Certificación SIPAM.	Capacitación y Apoyo técnico para el diseño, planificación, ejecución y manejo de las superficies de cultivo, y el funcionamiento agroecológico de los sistemas agro-culturales.
			Desarrollo de un sistema de intercambio de productos, semillas y experiencia entre los agricultores participantes, destinado a profundizar los nexos culturales de los integrantes de la red y la ampliación de la Biodiversidad manejada.
			Programa de incorporación de semillas e insumos necesarios para mejorar el manejo productivo del sistema. (Fertilizantes naturales, concentrados de algas, controladores de plagas, etc.) e impulsar el criterio de conservación dinámica de los sistemas agro-culturales.
			2 Talleres de capacitación en producción, manejo y diseño agroecológico.
			Giras de aprendizaje locales que fortalezcan el proceso y talleres de intercambio de conocimiento tradicional de la AFC.
			Evaluación del funcionamiento del proyecto por parte de los productores.

5	5	Plan estratégico de marketing y comercialización de la canasta de productos y servicios de la AFC relacionados a la identidad territorial diseñados y en funcionamiento.	Apoyar la estrategia de difusión, marketing y comercialización a través del diseño y elaboración de medios gráficos y digitales de difusión masiva y también selectiva que difunda productos y proceso y al sello SIPAM y a la Marca de Certificación SIPAM Chiloé.
			Generar plataforma estratégica de comercialización de la canasta de productos y servicios establecida con actores privados y públicos.
			Asistencia a ferias regionales y nacionales de alto impacto, desarrollando una muestra de las experiencias y de las características de los fundamentos de la marca de Certificación SIPAM Chiloé.
			Desarrollo de Muestra SIPAM Chiloé en dos Ferias provinciales de alto impacto.
			Organización y ejecución de 2 seminarios de difusión y promoción en Castro y Ancud.
			Generación de estrategia de articulación con medios e instituciones de difusión turística regionales y nacionales, difundiendo información relacionada a los productos y servicios y a las características de la red de iniciativas SIPAM en funcionamiento.
			Realización de un Taller de difusión Promocional de los productos y servicios y resultados del proyecto en Santiago.
	6	Plataforma de promoción y difusión en páginas web de circuito nacional e internacional vinculadas a temáticas relacionadas a la AFC y en guías e informativos de turismo a nivel nacional y global.	Insertar información y material de difusión de las iniciativas de AFC-SIPAM-Chiloé, y de los productos y servicios en: páginas web de instituciones vinculadas a la alimentación y el turismo de base campesina (www.chiloepatrimonioagricola.cl www.solwfood.org www.rimisp.org/dtr www.diversidadyterritorios.org) Informativos y guías turísticas de reconocimiento nacional.

		Desarrollo y gestión de una Ruta de aprendizaje y difusión vinculada a las experiencias de AFC involucradas en el proyecto, que visibilice y ponga en valor la canasta de productos y servicios.	Mapeo de los sistemas productivos y sistematización de la información generando una guía para los agricultores que permita orientar ordenadamente las visitas, vinculando fuertemente productos y servicios con elementos culturales propios de la identidad local.
			Diseño y sistematización de contenido vinculado a los productos, incorporado en los materiales gráficos para promoción de la ruta.
			Elaboración y construcción de señalética en el predio de cada agricultor asociado al proyecto, que esté bajo la denominación SIPAM para la identificación de la ruta.
8		Material gráfico para difusión global de la red de iniciativas y de cada uno de los casos, diseñado y editado, y vinculado a páginas relacionadas a la AFC, a la promoción del turismo, y a la comercialización de productos especiales.	Diseñar maqueta de material gráfico de difusión de productos y servicios SIPAM para páginas relacionada a la AFC
			Impresión material gráfico elaborado para ser utilizada en ferias, giras y seminarios.
6	9	3000 ejemplares de la guía de difusión de iniciativas de la AFC Chilota bajo certificación SIPAM, impresas y con un sistema de distribución a nivel local, regional y nacional.	Elaboración de textos globales y específicos de cada iniciativa SIPAM considerada para ser integrada en la guía de difusión de iniciativas con identidad cultural de la AFC Chilota bajo certificación SIPAM.
10		Versión digital de la guía de difusión de iniciativas con identidad cultural de la AFC Chilota bajo certificación SIPAM, elaborada y con un sistema de distribución a través de medios informáticos.	Elaboración de material fotográfico para ser incorporado en la guía de difusión de iniciativas con identidad cultural de la AFC Chilota bajo certificación SIPAM.
			Diseño y edición de la Guía de difusión de iniciativas de la AFC Chilota bajo certificación SIPAM
			Impresión y distribución de la Guía de difusión de iniciativas de la AFC Chilota bajo certificación SIPAM.

1.6. Carta Gantt: Indicar la secuencia cronológica para el desarrollo de las actividades señaladas anteriormente de acuerdo a la siguiente tabla:

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2015 –Año 2016												Año 2016 – Año 2017													
			Trimestre												Trimestre													
			Jul-ago			Sep-nov			Dic-feb			Mar-may			Jun-ago			Sep-nov			Dic-feb			Mar-may			Jun Ago	
1	1	Visitas de terreno y encuestas de identificación y selección de productos y servicios con identidad cultural presentes en las iniciativas participantes.	X	X	X																							
1	1	Caracterización inicial de productos y servicios con identidad territorial identificados para el proceso de gestión, marketing y comercialización.		X	X																							
1	1	Sistematización de la información obtenida en el conjunto de los sistemas productivos de los asociados.		X	X	X																						
1	1	Taller de trabajo con los asociados para conocer el resultado de la sistematización y acordar productos y servicios que se incluirán en la Canasta de bienes y Servicios con identidad Cultural del territorio SIPAM – Chiloé.			X																							

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

2. Costos totales consolidados

2.1. Estructura de financiamiento.

		Monto (\$)	%
FIA	Ejecutor		
	Asociado(s)		
	Total FIA		
Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	Total Contraparte		
Total			

2.2. Costos totales consolidados.

Ítem	Sub Ítem	Total (\$)	Aporte FIA (\$)	Aporte contraparte (\$)		
				Pecuniario	No Pecuniario	Total
Recursos humanos	Coordinador: Bárbara Gómez Montenegro					
	Coordinador Alterno: Andrés Lagarrigue Ibañez					
	Equipo Técnico: Carlos Venegas Valdebenito					
	Equipo Técnico: Héctor Cárcamo Cárcamo					
	Monto genérico (profesionales por definir)					

	Personal Apoyo y técnico					
	Mano de Obra					
Equipamiento						
Infraestructura (menor)						
Viáticos y movilización						
Materiales e insumos						
Servicios de terceros						
Difusión						
Capacitación						
Gastos generales						
Gastos de administración						
Imprevistos						
Total						

Conforme con Costos Totales Consolidados
Firma por Ejecutor
(Representante legal o Coordinador Principal)

3. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	CENTRO DE EDUCACION Y TECNOLOGIA		
Giro / Actividad	CORPORACION SIN FINES DE LUCRO		
RUT			
Tipo de organización	Empresas		
	Personas naturales		
	Universidades		
	Otras (especificar)	CORPORACION SIN FINES DE LUCRO	
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA			
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)			
Exportaciones, último año tributario (US\$)			
Número total de trabajadores			
Usuario INDAP (sí / no)			
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)			
Teléfono fijo			
Fax			
Teléfono celular			
Email			
Dirección Web			
Nombre completo representante legal	RAUL VENEGAS VALDEBENITO		
RUT del representante legal			
Profesión del representante legal	MÉDICO VETERINARIO		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	REPRESENTANTE Y DIRECTOR		
Firma representante legal			

Anexo 2. Ficha identificación de los asociados. Esta ficha debe ser llenada para cada uno de los asociados al proyecto.

Nombre completo o razón social	Rafael Alfredo Maripán Aguilera	
Giro / Actividad	Productor agrícola	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	Chilozabal
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Centro Artesanal Pufolil	
Giro / Actividad	Artesanía	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	Pufolil
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Yolanda Andrade Navarro	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Representante legal	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Luis Alberto Gallardo Gallardo	
Giro / Actividad	Agricultor	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	X
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Gicella Saldivia González	
Giro / Actividad	Agroturismo	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	X
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Rosa Alicia Pérez Guentelacán	
Giro / Actividad	Productor agrícola	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	X
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Adino Melato Marcolongo	
Giro / Actividad	Productor agrícola	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	X
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Rosa Andina Curiñan Ayancán	
Giro / Actividad	Agricultora	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	X
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Morelia Haydeé Cuyul Nain	
Giro / Actividad	Agricultora	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Myrna Galicia Saldivia Pérez	
Giro / Actividad	Agricultora	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	X
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Ercira del Carmen Díaz	
Giro / Actividad	Agricultora	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

II. Detalle administrativo (Completado por FIA)

- Los Costos Totales de la Iniciativa serán (\$):

Costo total de la Iniciativa		
Aporte FIA		
Aporte Contraparte	Pecuniario	
	No Pecuniario	
	Total Contraparte	

- Período de ejecución.

Período ejecución	
Fecha inicio:	01 de julio 2015
Fecha término:	30 de junio 2017
Duración (meses)	24 meses

- Calendario de Desembolsos

Nº	Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
1		Firma contrato		
2	18/03/2016	Aprobación Informes Técnico y Financiero N°1		
3	16/09/2016	Aprobación Informes Técnico y Financiero N°2		
4	17/03/2017	Aprobación Informes Técnico y Financiero N°3		
5	06/10/2017	Aprobación Informes Técnico y Financiero Finales	hasta	
	Total			

(*) El informe financiero final debe justificar el gasto de este aporte

- Calendario de entrega de informes

Informes Técnicos	
Informe Técnico de Avance 1:	15/01/2016
Informe Técnico de Avance 2:	14/07/2016
Informe Técnico de Avance 3:	13/01/2017

Informes Financieros	
Informe Financiero de Avance 1:	15/01/2016
Informe Financiero de Avance 2:	14/07/2016
Informe Financiero de Avance 3:	13/01/2017

Informe Técnico Final:	14/07/2017
Informe Financiero Final:	14/07/2017

- Además, se deberá declarar en el Sistema de Declaración de Gastos en Línea los gastos correspondientes a cada mes, a más tardar al tercer día hábil del mes siguiente.

Conforme con Detalle Administrativo
Firma por Ejecutor
(Representante legal o Coordinador Principal)