

GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA



PLAN OPERATIVO P UFF 73 01

Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

NOMBRE INICIATIVA:	Diseño y desarrollo de canal HORECA para merquén Etnia
EJECUTOR:	Comercial Sur Ltda.
CODIGO:	IMA-2009-0363
FECHA:	28 de julio de 2009

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL

OFICINA DE PARTES - FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	01 OCT. 2009
Hora	15:30
N° Ingreso	7692

CODIGO (Uso interno)	IMA-2009-0363
----------------------	---------------

I. ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1. LINEA(S) DE FINANCIAMIENTO:

PLAN DE MARKETING	X	SONDEO DE MERCADO	X	DISEÑOS	X
-------------------	---	-------------------	---	---------	---

2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

Diseño y desarrollo de canal HORECA para merquén Etnia.

3. SECTOR:

Agroalimentos

4. PRODUCTO(S):

Merquén

5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

REGION	LOCALIDAD
Metropolitana	Santiago

6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	1 de Agosto 2009
FECHA DE TÉRMINO	30 de Enero 2010
DURACIÓN (Máximo 6 meses)	6 meses

7. RESUMEN DE COSTOS Y APORTES:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

8. IDENTIFICACION DE LAS EMPRESAS POSTULANTES (Completar Anexos I y II)

NOMBRE EMPRESA	GIRO / ACTIVIDAD	RUT EMPRESA	REPRESENTANTE LEGAL	FIRMA
Comercial SUR Limitada	Comercialización de productos alimenticios		Sebastián Dib Ruiz	

9. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE (En el caso de postulaciones de más de una empresa, identifique la responsable):

NOMBRE EMPRESA	Comercial SUR Limitada
----------------	------------------------

10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

NOMBRE	Sebastián Dib Ruiz
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

11. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA INICIATIVA (Completar Anexo III)

NOMBRE	Sebastián Dib Ruiz
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

--	--

12. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

General:

El objetivo general de la propuesta es aumentar las ventas del Merquen Etnia, desarrollando el Canal Food Service, Hotel, Restaurantes y Catering (HoReCa) a través del estudio de las necesidades del canal y diseñando y desarrollando un envase, etiqueta y material promocional adecuado.

Específicos: (Máximo 3)

1. Desarrollar el Plan de Marketing que nos entregue una Estrategia de Penetración y Venta
2. Hacer un Estudio de Mercado para poder entender las Necesidad del Canal HoReCa y con esa información poder desarrolla un producto.
3. Diseñar y Desarrollo de Envases, Etiquetado y material de apoyo, especifico para el Canal HoReCa, que incluye literatura y envases para entrega de muestra.

II. PARA CADA LINEA DE FINANCIAMIENTO

II.1 PLAN DE MARKETING

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	1 de Agosto de 2009
FECHA DE TÉRMINO	30 de Agosto de 2009
DURACIÓN	1 mes

3. OBJETIVOS:

General:
El plan de marketing será diseñando para dirigir las actividades de la empresas para satisfacer las necesidades del Merquen Etnia en el mercado Horeca. Determinar las necesidades de los clientes, desarrollar los productos incluyendo el diseño de packaging, para satisfacer dichas necesidades, y desarrollar una estrategia para que los productos lleguen a mano de los clientes
Específicos: (Máximo 3)
<ol style="list-style-type: none">1. Descripción del Producto2. Determinar el Mercado Objetivo3. Desarrollo de Estrategia de Venta

4. METODOLOGÍA (Detalle el proyecto de Plan de Marketing a desarrollar)

Plan de Marketing

- Resumen
- Introducción
- Mercado Objetivo
- Demanda del Mercado
- Precio del Producto
- Canales de Distribución
- Promoción
- Publicidad
- Ventas

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Plan de Marketing	Documento Impreso	1

6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Sebastián Dib Ruiz	a. Coordinador	Reuniones con el Consultor, entregando información sobre la empresa y las expectativas del mercado
Sonia Laguna	b. Consultor	Trabajar con el Coordinador y desarrollar y escribir el Plan de Marketing

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

Tipo de actividad	Tiempo de Ejecución	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10
Desarrollo del Plan de Marketing	4 Semanas	■ ■ ■ ■					
Desarrollar la Encuesta y Selección de Restaurantes	2 Semanas		■ ■				
Conducir las Reuniones y Encuestas	6 Semanas		■ ■ ■ ■ ■ ■				
Desarrollo del resultados de Sondeo de Mercado e Informe Final	2 Semanas				■ ■		
Desarrollo y Aprobación de la Línea de Productos HORECA	4 Semanas				■ ■ ■ ■		
Desarrollo y Aprobación de la Línea de Muestreo y Material Promocional	4 Semanas					■ ■ ■ ■	
Producción y Entrega de los productos	4 Semanas						■ ■ ■ ■

II. 2 SONDEO DE MERCADO

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	1 de Septiembre de 2009
FECHA DE TÉRMINO	30 de enero de 2010
DURACIÓN	5 meses

3. OBJETIVOS

General:
Entender los requerimientos del producto merquén en los restaurantes de 1era categoría en Chile, principalmente Santiago
Específicos: (Máximo 3)
1. Saber los requerimientos necesarios de los clientes. 2. Tipo de envase y tamaño requerido. 3. Estudio de precios.

4. METODOLOGÍA

Se visitan los principales restaurantes de Santiago Se concertarán reuniones con los Chef y se encuestarán Se realizarán focus groups Se tabularán los resultados Y se generarán las conclusiones

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Encuesta y Selección de Restaurantes		1
2	Reuniones		2
3	Resultado del Estudio		3

6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Sebastián Dib	A. Coordinador	Reuniones con el Consultor, ayudar en para ayudar en la configuración de la encuesta y las actividades del estudio
Sonia Laguna	B. Consultor	Desarrollar la Encuesta, hacer las entrevistas y escribir el informe

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

Tipo de actividad	Tiempo de Ejecución	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10
Desarrollo del Plan de Marketing	4 Semanas	■ ■ ■ ■					
Desarrollar la Encuesta y Selección de Restaurantes	2 Semanas		■ ■				
Conducir las Reuniones y Encuestas	6 Semanas		■ ■ ■ ■ ■ ■				
Desarrollo del resultados de Sondeo de Mercado e Informe Final	2 Semanas				■ ■		
Desarrollo y Aprobación de la Línea de Productos HORECA	4 Semanas				■ ■ ■ ■		
Desarrollo y Aprobación de la Línea de Muestreo y Material Promocional	4 Semanas					■ ■ ■ ■	
Producción y Entrega de los productos	4 Semanas						■ ■ ■ ■

II.3 DISEÑOS

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	16 de Noviembre 2009
FECHA DE TÉRMINO	30 de Enero 2010
DURACIÓN	2 1/2 meses

3. OBJETIVOS

General:
Diseñar y desarrollar la línea de envase para canal HORECA (Foodservice) y envases muestras. Incorporando también material promocional
Específicos: (Máximo 3)
1. Diseño envases (foodservice y muestras) 2. Diseño material promocional (Folletos, catálogos y fotos) 3. Diseño etiqueta para envases (foodservice y muestras)

4. METODOLOGÍA

<ol style="list-style-type: none">a. Análisis de los resultados del Sondeo de Mercadob. Desarrollo de Diseño que incluye bocetos del producto, desarrollo de tipografía, estudios cromáticos, desarrollo de imagenc. Presentación de Alternativas de Diseñod. Presentación de Línea de Productoe. Presentación de Diseños Finalesf. Confección de Originales para imprentag. Supervisión VB de producción de muestras.
--

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Desarrollo de la Línea de Producto		1 y 3
2	Desarrollo de Material Promocional		2 y 3

6. ESTRUCTURA DE COSTOS Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Sebastián Dib Ruiz	A. Coordinador	Reuniones con el Consultor, entregando información sobre los resultados del estudio de mercado y las expectativas del cliente
Luis Piano	B -Consultor Externo	Diseñar y Desarrollar el envase, etiqueta y material promocional

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

Tipo de actividad	Tiempo de Ejecución	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10
Desarrollo del Plan de Marketing	4 Semanas	■ ■ ■ ■					
Desarrollar la Encuesta y Selección de Restaurantes	2 Semanas		■ ■				
Conducir las Reuniones y Encuestas	6 Semanas		■ ■ ■ ■ ■ ■				
Desarrollo del resultados de Sondeo de Mercado e Informe Final	2 Semanas				■ ■		
Desarrollo y Aprobación de la Línea de Productos HORECA	4 Semanas				■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■	
Desarrollo y Aprobación de la Línea de Muestreo y Material Promocional	4 Semanas					■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■	
Producción y Entrega de los productos	4 Semanas						■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

ANEXOS

ANEXO I: FICHA DE DATOS DE LA(S) EMPRESA(S) POSTULANTE(S)

Ficha Empresa(s) Postulante(s)

NOTA. Si participan varias empresas, cada una deberá llenar su ficha de datos.

Nombre de la organización, institución o empresa	Comercial SUR Limitada		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web	www.etnia.cl		
Tipo entidad (A)	Empresas productivas y/o de procesamiento		

(A) Ver notas al final de este anexo

(A) Tipo de entidad

Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas
Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores pequeños
Organización o Asociación de Productores mediano-grande
Empresas productivas y/o de procesamiento
Sin clasificar

ANEXO II: FICHA DE DATOS PERSONALES REPRESENTANTE LEGAL

Ficha Representante(s) Legal(es)

NOTA: Se deberá completar esta ficha tantas veces como números de representantes legales participen.

Nombres	Sebastián		
Apellido Paterno	Dib		
Apellido Materno	Ruiz		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Comercial SUR Limitada		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente Comercial		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	www.etnia.cl		
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
Etnia (A)			
Tipo (B)	Sin clasificar		

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO III: FICHA DE DATOS PERSONALES COORDINADOR

Ficha Coordinador

Nombres	Sebastián			
Apellido Paterno	Dib			
Apellido Materno	Ruiz			
RUT Personal				
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Comercial SUR Limitada			
RUT de la Organización				
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada	<input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente Comercial			
Profesión	Comunicador Audiovisual			
Especialidad	Cine y Televisión			
Dirección (laboral)				
País	Chile			
Región	Metropolitana			
Ciudad o Comuna				
Fono				
Fax				
Celular				
Email				
Web	www.etnia.cl			
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
Etnia (A)				
Tipo (B)	Sin clasificar			

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO IV: FICHAS EQUIPO TECNICO

Complete esta ficha para cada integrante del Equipo Técnico por línea de financiamiento.

ANEXO V: CURRICULUM VITAE Y COTIZACIONES DE CONTRATACION DE SERVICIOS A TERCEROS.

Plan de Marketing

Sonia Laguna

Ejecutiva Internacional, Bilingüe, especialidad en organización, planificación, gestión, mercadeo y desarrollos de negocios internacionales, con más de 15 años de experiencia, estos logros incluyen desde el diseño, creación, desarrolla y cierre de negocios para formación de nuevas unidades comerciales y de negocios.

Experiencia Laboral

Octubre 2007 a la fecha

Emprendedora con especialidad en Desarrollo Empresarial:

- 1. Chile Pacific Ltda.**
- 2. Sociedad de Profesionales Elegua Ltda.**
- 3. Asociación de Productores y Exportadores de Productos Gourmet A.G.**

1. Chile Pacific Ltda.

Gerente General

- Proyecto Innovador, ganador de Capital Semilla CORFO.
- Producto Sal de Mar Ahumada
- Responsable del diseño del producto, desarrollo de la estrategia comercial, el plan de negocios, marketing, promoción y ventas.
- Preparación de propuestas y proyectos de CORFO, Prochile Silvoagropecuario
- Participación en Feria: Fancy Food San Diego enero 2008 y Feria de Alimentos Sial, Francia octubre 2008 como visitante y Fancy Food New York en junio 2008 como exhibidor.

2. Sociedad de Profesionales Elegua Ltda.

Consultor

- Consultor de desarrollo de negocios
- Proyectos de Consultaría:

- Formulación de Proyecto de Instrumentos de Fomento:
 - Proyecto Plataforma de Mercado para la Innovación Corfo
 - Desarrollo de Proyecto de Capital Semilla Línea 1 y 2 - Corfo
 - Misiones Tecnológicas - Corfo
 - Concurso Estudio de Mercado Corfo
 - Concurso Nodo Tecnológico - Corfo
 - IMA – Innovación Marketing Agroalimentario – FIA
 - Proyecto Pymexport – Prochile
 - Concurso Silvoagropecuario – Prochile
 -
- Estudios de Mercado:
 - Estudio de Mercado del Mercado Gourmet en EEUU
 - Estudio de Mercado de Vinagres Gourmet en EEUU
 - Estudio de Mercado de Barras de Cereales en EEUU
 - Estudio de Mercado de Miel de Abeja en EEUU

3. AsoGourmet AG.

Directora Fundadora

- La Asociación Gremial de Productores y Exportadores de Productos Gourmet fue instituida en el mes de Abril del presente año (2008) por siete pequeños empresarios con los objetivos de Representar a las empresas productoras y exportadoras de productos gourmet o delicatessen frente a lo Organismos Gubernamentales del Estado de Chile y Organizaciones Internacionales

Abril 2006 - Septiembre 2007

ASEXMA Chile A.G., Santiago, Chile

Gerente de Negocios

- Responsable de las actividades comerciales de la asociación
- A cargo de los Departamentos de Captación de Nuevos Asociados, Mantención de Socios, Marketing, y Negocios Internacionales.
- Desarrollo de Misiones Comerciales
- Liderar y Formular el Proyecto de Misiones Tecnológicas de CORFO a la Feria de Cantón, China octubre 2006, Feria Fancy Food San Francisco enero 2007, Feria Anuga octubre 2007
- Coordinar la red de Contrapartes de Asexma en el extranjero
- Administrar la Relaciones con los Agregados Comerciales de las diferentes Embajadas en Chile

Nov. 2003 - Diciembre 2005

SL Holdings Chile S.A. Santiago Chile

Gerente General

- Franquicia Internacional **Haagen Dasz Café**
- Negociadora de contrato con la Multinacional General Mills (compañía propietaria de Haagen Dasz) y de contratos de espacio con mayores centros comerciales de Santiago

- Supervisa construcción y habilitación de dos restaurantes, desde planeación hasta compra de equipamiento y mobiliario, contratación de personal, capacitación y operación del negocio
- Negociación y venta de acciones de la compañía a nuevo inversionista en 2005.

Junio 2000 – Septiembre 2003

EPIK Communications, Miami, FL

Director de Desarrollo de Negocios Internacionales

Vicepresidente para Latinoamérica

- Responsable de desarrollo de estrategia internacional de ventas y mercadeo
- A cargo de negociar e implementar ventaja competitiva única de EPIK, a través de negociar contratos operativos con todos los operadores de cables de telecomunicaciones submarinos, con estaciones en Florida.
- Establecí alianzas estratégicas con diversos operadores internacionales de telecomunicaciones, con base en los cuales se minimizaron los fondos invertidos por EPIK aseguraron flujos de financiamiento de largo plazo.
- Administra y dirige unidad de negocios para Latinoamérica, con responsabilidades de de resultados ("P&L").
- Responsable de dirigir y entrenar ejecutivos de negocios senior

Noviembre 1995 – Octubre 1999

CHILESAT S.A. Santiago, Chile

Gerente de Relaciones Internacionales

- Responsable de dirigir departamento de negocios internacionales de la compañía.
- A cargo de negociar e implementar acuerdos bilaterales de servicio de telecomunicaciones internacionales para servicios de voz, datos y télex, en América y Europa.
- Responsable directa de negociación de tarifas estratégicas para enrutamiento de tráfico telefónico y conciliación de cuentas mensuales respectivas.
- Establece tarifas de tránsito telefónico y terminación de llamadas.
- Dirección de asignación ancho de banda y aprovisionamiento para capacidad de cable submarinos y vía satelital.
- A cargo de planear y llevar a cabo renegociaciones de deuda internacional de Chilesat, con diferentes operadores.

Educación

Trinity College, Washington, DC

BA, Business Administration, 1985

Thomas J Watson Fellow, 1985

Universidad Católica, Santiago, Chile
Postgrado de Administración de Empresas, 1991 (ESAE)

Lenguaje

Inglés / Español

Tecnología

Procesa, maneja y ejecuta herramientas de computación en Windows, Excel, Word, Access, Project, E-mails e Internet, Flash, PPoint, software especializados para procesos de negocios.

Referencias

1. Marcelo Abrigo

Gerente General
ASEXMA Chile A.G.

2. Marcos Illesca Campos

Gerente Proyecto - Operador de CORFO
ASEXMA Multiservicios

3. Francisco Hurtado Sotomayor

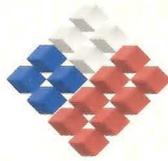
Director Magíster en Dirección. y Gestión Tributaria
Universidad Adolfo Ibáñez
Abogado Socio de Menchaca y Cía.

4. Ericka Cuevas V

Subdirectora Capacitación Proyectos y Desarrollo
Fundación de Egresados EAO – UTE USACH
Universidad de Santiago de Chile

Consultora Espacio Empresarial – www.espacioempresarial.cl

Sonia Laguna



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

III. DETALLES ADMINISTRATIVOS

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

Costo total de la Iniciativa	
Aporte FIA	
Total Contraparte	

Período ejecución	
Fecha inicio:	01 de agosto de 2009
Fecha término:	30 de enero de 2010
Duración (meses)	6 meses

- Calendario de Desembolsos

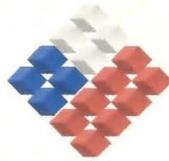
Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
03/08/2009	Firma de Contrato		
03/11/2009	Aprobación informes técnico y financiero N°1 (Plan de Marketing)		
12/04/2010	Aprobación informes técnico y financiero finales		
Total			

* El Informe Financiero Final debe justificar el gasto de este aporte

- Calendario de Entrega de Informes

Informes Técnicos	
Informe técnico de avance N°1:	10 de septiembre de 2009

Informes Financieros	
Informe financiero de avance N°1	10 de septiembre de 2009



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

INFORME TECNICO FINAL:	12 de febrero de 2010
INFORME FINANCIERO FINAL:	12 de febrero de 2010

CONFORME CON PLAN OPERATIVO

EJECUTOR O COORDINADOR PRINCIPAL