

## CONCURSO NACIONAL ESTUDIOS Y PROYECTOS DE INNOVACIÓN AGRARIA 2014-2015

### PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Estudio para optimizar la gestión comercial de los agricultores de la Región de Tarapacá, por medio de un Encadenamiento Productivo.
Ejecutor:	Corporación Nacional de Desarrollo Sostenible. CONADES
Código:	EST-2015-0236
Fecha:	11 de Marzo del 2015

*G. Castañeda*

Firma por Fundación para la Innovación Agraria

MARCELA ARCE MORALE,  
Ejecutiva Innovación Agraria  
UPP - FIA

Fecha: 13, 03, 15

*Marcelo*

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

LAURA MONTERO REGEASSE  
Asistente de Operaciones  
UPP - FIA

Fecha: 13, 03, 15



## Tabla de contenidos

Tabla de contenidos .....	2
I. Plan de trabajo.....	3
1. Configuración técnica del proyecto .....	3
2. Costos totales consolidados .....	18
3. Anexos .....	20
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	25





**I. Plan de trabajo**

**1. Configuración técnica del proyecto**

1.1. Objetivos del proyecto

1.1.1. Objetivo general<sup>1</sup>

Realizar un estudio para optimizar la gestión comercial de los agricultores de la Región de Tarapacá por medio de un encadenamiento productivo.

1.1.2. Objetivos específicos<sup>2</sup>

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Establecer la oferta agrícola en la Región de Tarapacá y su potencial.
2	Establecer la demanda agrícola en la Región de Tarapacá y su potencial.
3	Establecer la demanda agrícola en las Regiones XV, II, Metropolitana y su potencial.
4	Establecer la competencia agrícola potencial para la Región de Tarapacá.
5	Establecer el modelo más adecuado para incorporar valor a la producción agrícola de acuerdo a las exigencias del mercado.
6	Definir una estrategia de comercialización para los productos agrícolas de Tarapacá por medio de un encadenamiento productivo.
7	Definir una estrategia de producción agrícola para un encadenamiento productivo.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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.

N° OE	N° RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador de Resultados (IR) <sup>4</sup>				
			Nombre del indicador <sup>5</sup>	Fórmula de cálculo <sup>6</sup>	Línea base del indicador <sup>7</sup> (situación actual)	Meta del indicador <sup>8</sup> (situación final)	Fecha alcance meta <sup>9</sup>
1	1	Determinar el número de productores agrícolas de Tarapacá.	Productores agrícolas de Tarapacá.	N° de Agricultores actualizados	N° agricultores Tarapacá Censo Agropecuario 2007.	N° agricultores actualizados en función de bancos de datos posteriores a Censo Agropecuario 2007	30 Abril 2015
1	2	Determinar los productos agrícolas que se producen en la región.	Informe (listado y análisis) de los productos agrícolas producidos en la Región.	Informe de los productos agrícolas producidos actualmente en la región.	Productos agrícolas identificados en Tarapacá según Censo Agropecuario 2007.	Un (1) informe elaborado que determine los productos agrícolas actualizados en función bancos de datos posteriores a Censo Agropecuario 2007.	30 Abril 2015

<sup>3</sup> Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta.

<sup>4</sup> 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.

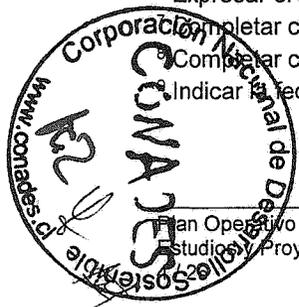
<sup>5</sup> Indicar el nombre del indicador en forma sintética.

<sup>6</sup> Expresar el indicador con una fórmula matemática.

<sup>7</sup> Completar con el valor que tiene el indicador al inicio de la propuesta.

<sup>8</sup> Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar en la propuesta.

<sup>9</sup> Indicar la fecha en la cual se alcanzará la meta del indicador de resultado.

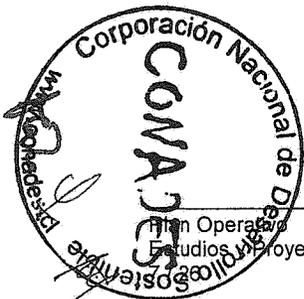


N° OE	N° RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador de Resultados (IR) <sup>4</sup>				Fecha alcance meta <sup>9</sup>
			Nombre del indicador <sup>5</sup>	Fórmula de cálculo <sup>6</sup>	Línea base del indicador <sup>7</sup> (situación actual)	Meta del indicador <sup>8</sup> (situación final)	
1	3	Determinar lugares geográficos de producción agrícola.	Identificación de los lugares geográficos producción Agrícola. (Número/lugar)	Informe de los lugares geográficos de producción agrícola regional.	Lugares geográficos de producción agrícola de Tarapacá según Censo Agropecuario 2007.	Un (1) informe elaborado que caracterice los lugares de producción agrícola de la región	30 Abril 2015
2	4	Determinar la demanda por productos agrícolas en Tarapacá.	Caracterizar y cuantificar los compradores de productos agrícolas de Tarapacá en la región (actuales y potenciales).	Un informe de análisis (característica y cuantificación) de los compradores de productos agrícolas Tarapacá actualizados en nuevos bancos de datos.	No existe análisis de los compradores de productos agrícolas de Tarapacá de la región.	Un (1) informe de análisis (característica y cuantificación) de los compradores de productos agrícolas de Tarapacá demandados en la región (actual y potencial) actualizados en nuevos bancos de datos.	31 Mayo 2015
2	5	Determinar los productos agrícolas demandados en Tarapacá.	Informe de análisis de los productos agrícolas demandados en Tarapacá.	Informe de análisis actualizado, de los productos agrícolas demandados en Tarapacá.	No existe análisis de productos agrícolas demandados en Tarapacá.	Un (1) informe de análisis de los productos agrícolas de Tarapacá demandados en región (actuales y potenciales) actualizados en nuevos bancos de datos.	31 Mayo 2015

N° OE	N° RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador de Resultados (IR) <sup>4</sup>				Fecha alcance meta <sup>9</sup>
			Nombre del indicador <sup>5</sup>	Fórmula de cálculo <sup>6</sup>	Línea base del indicador <sup>7</sup> (situación actual)	Meta del indicador <sup>8</sup> (situación final)	
3	6	Determinar la demanda por productos agrícolas de Tarapacá, en las Regiones XV, II y Metropolitana.	Caracterizar y cuantificar los compradores de productos agrícolas de Tarapacá en las Regiones XV, II y Metropolitana (actuales y potenciales).	Un informe de análisis (característica y cuantificación) de los compradores de productos agrícolas de Tarapacá en las Regiones XV, II y Metropolitana, actualizados en nuevos bancos de datos.	No existe análisis de los compradores de productos agrícolas de Tarapacá, en las Regiones XV, II y Metropolitana.	Un (1) informe de análisis (característica y cuantificación) de los compradores de productos agrícolas de Tarapacá demandados en las Regiones XV, II y Metropolitana (actuales y potenciales) actualizados en nuevos bancos de datos.	31 Julio 2015
3	7	Determinar los productos agrícolas de Tarapacá demandados en las Regiones XV, II y Metropolitana.	Informe de análisis de los productos agrícolas de Tarapacá demandados en las Regiones XV, II y Metropolitana.	Informe de análisis de los productos agrícolas de Tarapacá demandados en las Regiones XV, II y Metropolitana actualizados en nuevos bancos de datos.	No existe análisis de productos agrícolas de Tarapacá demandados en las Regiones XV, II y Metropolitana.	Un (1) informe de análisis de los productos agrícolas de Tarapacá demandados en las Regiones XV, II y Metropolitana (actuales y potenciales) actualizados en nuevos bancos de datos.	31 Julio 2015
		Determinar la competencia para los productores agrícolas de Tarapacá.	Informe de análisis de la competencia para los productos agrícolas de Tarapacá.	Un informe de análisis de la competencia de los productores agrícolas.	No existe informe de análisis de la competencia para los productores agrícolas.	Un (1) informe de análisis elaborado de la competencia para los productores agrícolas de Tarapacá.	30 Septiembre 2015



Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador de Resultados (IR) <sup>4</sup>				
			Nombre del indicador <sup>5</sup>	Fórmula de cálculo <sup>6</sup>	Línea base del indicador <sup>7</sup> (situación actual)	Meta del indicador <sup>8</sup> (situación final)	Fecha alcance meta <sup>9</sup>
5	9	Establecer el modelo de encadenamiento más adecuado para la región.	Definir el modelo de encadenamiento más adecuado para la región.	Un Modelo de encadenamiento establecido.	No existe un Modelo de encadenamiento actual para la región de Tarapacá.	Un (1) Modelo de encadenamiento establecido.	31 Octubre 2015
6	10	Establecer los actores claves que constituirán el encadenamiento.	Cuantificar y establecer las características de los actores claves para el encadenamiento.	Nº de actores claves seleccionados.	No existen actores seleccionados para el modelo de encadenamiento.	Nº de actores claves seleccionados.	30 Noviembre 2015
6	11	Elaboración estrategia de comercialización.	Una estrategia de comercialización elaborada.	Una estrategia de comercialización propuesta.	No existe una estrategia de comercialización.	Una (1) estrategia de comercialización elaborada.	31 Enero 2016
7	12	Elaboración estrategia productiva.	Una Estrategia productiva elaborada.	Una estrategia productiva propuesta.	No existe una estrategia productiva.	Una (1) estrategia productiva elaborada.	31 Enero 2016
7	13	Establecer formalmente el compromiso de integrar la cadena productiva.	Acta de compromiso firmada para la integración a la cadena con productores, clientes, actores complementarios.	Un acta de compromiso propuesta	No existen actores comprometidos en una cadena productiva.	Un acta de compromiso para integrar la cadena productiva, firmada por productores, clientes, actores complementarios.	29 Febrero 2016



1.3. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos <sup>10</sup>	Resultado Esperado <sup>11</sup> (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Establecer la Oferta y Competencia agrícola en Tarapacá junto a la demanda agrícola en Tarapacá y en las Regiones XV, II y Metropolitana	Resultados esperados N°1 al N°8	30 Septiembre 2015
Establecer el modelo de encadenamiento más adecuado para la Región, junto a sus correspondientes estrategias	Resultados esperados N°9 al N°13	29 Febrero 2016
Establecer formalmente el compromiso de integrar la cadena productiva.	Resultado esperado N° 13	29 Febrero 2016

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:** Establecer la oferta agrícola en la Región de Tarapacá y su potencial.

Se realizará una recopilación bibliográfica y de bancos de datos existente, ya sea regional o nacional, público y privado del ámbito agrícola, social, antropológico y productivo. Se visitaran los centros de almacenamiento de las fuentes de información, se concretaran reuniones, enviarán solicitudes de peticiones de la información.

Se visitarán a los actores de la oferta agrícola, donde se realizarán encuestas y entrevistas, se actualizarán antecedentes para posteriormente realizar análisis de la información con el fin de establecer una visión concreta de la oferta agrícola de Tarapacá, en forma cuantitativa y cualitativa.

<sup>10</sup> Un hito representa haber conseguido un logro importante en la propuesta, 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.

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

**Método objetivo 2 y 3:** Establecer la demanda por productos agrícola regionales en las Regiones de Tarapacá, XV, II, Metropolitana y su potencial.

Se confeccionará un listado de todos los actuales compradores de frutas y hortalizas regionales de la Región de Tarapacá, XV, II, Metropolitana. Se visitarán, entrevistarán y encuestarán para determinar los productos consumidos, cantidad, frecuencias, tipos de restricciones, normas, formatos, potenciales productos. Se acudirá a información existente en estudios o sondeos de mercado realizados por otras instituciones privadas o públicas. Se analizarán los datos para determinar cuánta demanda hay en el mercado para los productos de la cadena, determinar si el mercado para estos productos están creciendo fuertemente, creciendo lentamente, estable o disminuyendo. Se trabajará primero en los productos que tienen un crecimiento fuerte o moderado en el mercado ya que esto implica que éste puede asimilar una oferta adicional del producto. En el caso de productos nuevos, un sondeo de intención de compra servirá para identificar el tamaño del mercado potencial.

**Método objetivo 4:** Establecer la competencia agrícola potencial para la Región de Tarapacá.

La información se obtendrá a través de los estudios existentes de análisis de la competencia, entrevistas, encuestas y visitas a las zonas donde actúan los competidores para poder detectar las ventajas competitivas que presentan los actores de la cadena estudiada frente a sus competidores.

**Método objetivo 5:** Establecer el modelo más adecuado para incorporar valor a la producción agrícola de acuerdo a las exigencias del mercado.

Esta decisión puede ser tomada con base en diferentes criterios de selección que van desde el enfoque de una intervención existente en un territorio hasta el uso exclusivo de señales de mercado. No existe una manera única para hacer esta selección ya que es decisión de la entidad que implementará el proceso pero es importante reflexionar sobre el impacto que el uso de diversos criterios podría tener sobre el éxito o no de la estrategia.

Se utilizarán los siguientes Criterios de Selección: Demanda del mercado, Rentabilidad del producto, Cobertura o impacto, Factibilidad.



**Método objetivo 6:** Definir una estrategia de comercialización para los productos agrícolas de Tarapacá por medio de un encadenamiento productivo.

Inicialmente se realizará una identificación de actores claves para la elaboración de la estrategia de competitividad consta de dos pasos básicos: (a) un análisis por función de la cadena y (b) un análisis dentro de cada eslabón funcional. El primer paso busca identificar los participantes generales de la cadena por función (producción – manejo poscosecha – transformación – comercialización – prestación de servicios de apoyo), ubicarlos geográficamente y conseguir algunos datos sobre ellos. A final de este paso se termina con un listado de actores (personas, grupos, empresas, etc.) por función. Con base en esta información se revisa si hay diferencias tecnológicas, sociales, económicas, agro ecológicas, etc., de peso dentro de cada función para decidir si se puede trabajar con grupos únicos o si hay necesidad de segmentar más los actores. La diferenciación de actores constituye el segundo paso para la identificación de actores.

La identificación de actores se hace por las siguientes funciones:

- Producción – actores cuyas funciones se relacionan directamente con la producción agropecuaria básica – incluyendo la provisión de insumos – para la elaboración del producto final de la cadena. Puede incluir actividades de producción, cosecha o extracción de productos básicos.
- Poscosecha y transformación – actores cuyas funciones se relacionan directamente con el manejo poscosecha del producto (limpieza, clasificación, empaque) o su transformación en un producto de valor agregado (por ejemplo procesar leche en queso, caña de azúcar en panela u otro proceso de transformación). Estas funciones pueden estar en manos de actores individuales o empresas rurales o urbanas, dentro o por fuera del territorio.
- Comercialización – actores cuyas funciones se relacionan con la comercialización del producto de la cadena. En general estos actores son quienes mueven el producto desde el territorio hacia los mercados terminales (como intermediarios), pero pueden incluir también a mayoristas ubicados en centros urbanos. Pueden estar involucrados varios actores de comercialización dependiendo de la extensión de la cadena bajo análisis.
- Oferentes de servicios de apoyo - actores individuales, organizaciones o empresas que ofrecen servicios de apoyo a la cadena bajo estudio. Los servicios ofrecidos por estos actores pueden ser tangibles (transporte, maquinaria, acopio, entre otros) o intangibles (asistencia técnica, capacitación, etc.) y formales (organizaciones, empresas, etc.) o informales (transportistas, para técnicos, etc.).

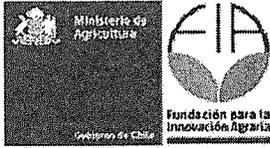
**Diferenciación de Actores dentro de la Cadena**

Una vez que la entidad facilitadora o grupo de trabajo cuenta con un listado de actores por funciones, se mira cuáles son las diferencias entre estos actores.

**Convocatoria de Actores**

Una vez identificados y analizados los actores de la cadena, la entidad facilitadora debe seleccionar un grupo de ellos para la elaboración de la estrategia de competitividad.





**Método objetivo 7:** Definir una estrategia de producción agrícola para un encadenamiento productivo.

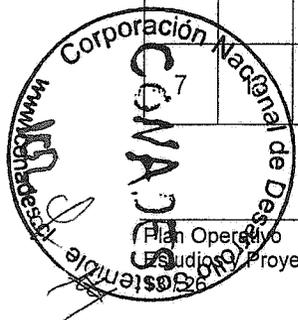
En conjunto con los actores cuyas funciones se relacionan directamente con la producción agropecuaria básica, incluyendo la provisión de insumos, para la elaboración del producto final de la cadena se trabajará en la definición de una estrategia productiva, donde se incluirán las actividades de producción, cosecha o extracción de productos básicos. Se incorporará una planeación y organización de los factores de producción, acceso a insumos y recursos, innovación en la producción, cosecha y traspaso del producto. Los usuarios jugarán un rol clave en sectores como el de los instrumentos científicos donde no sólo pueden percibir la necesidad de un nuevo instrumento, sino que también pueden llegar a inventarlo y diseñarlo, dejando para la Unidad de Valor Agregado, la realización del trabajo de ingeniería para mejorar su fabricación. Se realizarán entrevistas y analizarán las necesidades para establecer una estrategia de producción hacia el encadenamiento. Al final de este proceso se firmará un acta de compromiso entre los actores tanto productivos, valor agregado y compradores, manifestando su intención de conformar el encadenamiento productivo de acuerdo a las estrategias definidas en este objetivo.



1.5. Actividades: Indicar las actividades a llevar a cabo en el proyecto, asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados.

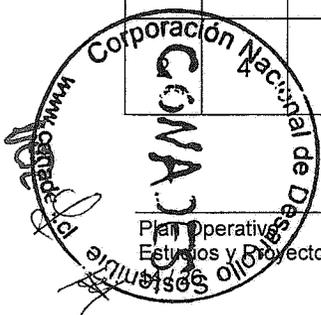
Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Actividades
1	1	Determinar el número de productores agrícolas de Tarapacá.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recopilación bibliográfica y de bancos de datos existente.</li> <li>• Visita a los centros de almacenamiento de las fuentes de información.</li> <li>• Aplicar encuestas y entrevistas a los actores de la oferta agrícola.</li> <li>• Análisis de la información cuantitativa y cualitativa.</li> </ul>
1	2	Determinar el número de productos agrícola que se producen en la Región	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confección de un listado frutas y hortalizas de la región.</li> <li>• Visitas, encuestas y entrevistas para determinar los productos.</li> <li>• Análisis de datos.</li> </ul>
1	3	Determinar lugares geográficos de producción agrícola.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recopilación bibliográfica y de bancos de datos existente.</li> <li>• Visita a los centros de almacenamiento de las fuentes de información.</li> <li>• Entrevistas y encuestas a los actores de la oferta agrícola en los distintos lugares geográficos.</li> <li>• Análisis de la información</li> </ul>
2	4	Determinar la demanda por productos agrícolas en Tarapacá.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de datos, cuantitativo y cualitativo, de la demanda de los productos agrícola de Tarapacá.</li> <li>• Confección de un listado de los actuales compradores de frutas y hortalizas de la región.</li> <li>• Entrevista y encuestas.</li> <li>• Análisis de los datos, cuantitativo y cualitativo, de la demanda para los productos agrícola de Tarapacá.</li> </ul>
2	5	Determinar los productos agrícolas demandados en Tarapacá.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de datos para determinar el número de productos agrícolas que se requieren en Tarapacá</li> </ul>

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Actividades
3	6	Determinar la demanda por productos agrícolas en las Regiones XV, II y Metropolitana.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de datos, cuantitativa y cualitativa para determinar compradores agrícolas en las Regiones XV, II y Metropolitana para los productos agrícola de Tarapacá.</li> </ul>
3	7	Determinar los productos agrícolas demandados en las Regiones XV, II y Metropolitana.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de datos, cuantitativo y cualitativo, de los productos hortofrutícola de la Región de Tarapacá, demandados en las Regiones XV, II y Metropolitana.</li> </ul>
4	8	Determinar la competencia para los productores agrícolas de Tarapacá.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de datos, cuantitativos y cualitativos de la competencia.</li> <li>• Entrevistas, encuestas y visitas a los competidores.</li> </ul>
5	9	Establecer el modelo de encadenamiento más adecuado para la Región.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis bibliográfico.</li> <li>• Reuniones con expertos.</li> <li>• Reuniones con productores y clientes.</li> <li>• Diseño de modelo de encadenamiento.</li> </ul>
6	10	Establecer los actores claves que constituirán el encadenamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de las bases de datos adecuándola al modelo de encadenamiento seleccionado.</li> <li>• Identificar participantes por función</li> </ul>
6	11	Elaboración estrategia de comercialización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis bibliográfico.</li> <li>• Reuniones con expertos.</li> <li>• Reuniones con productores y clientes.</li> <li>• Diseño de una propuesta de estrategia de comercialización.</li> </ul>
7	12	Elaboración estrategia productiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis bibliográfico.</li> <li>• Reuniones con expertos.</li> <li>• Reuniones con productores y clientes.</li> <li>• Diseño de una propuesta de estrategia productiva.</li> </ul>
		Establecer formalmente el compromiso de integrar la cadena productiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Firma de compromisos con productores, clientes, actores complementarios.</li> </ul>



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

N° OE	N° RE	Actividades	Año 2015								Año 2016							
			Trimestre								Trimestre							
			Ene - Mar		Abr - Jun		Jul - Sep		Oct - Dic		Ene - Mar							
1	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recopilación bibliográfica y de bancos de datos existente.</li> <li>Visita a los centros de almacenamiento de las fuentes de información.</li> <li>Aplicar encuestas y entrevistas a los actores de la oferta agrícola.</li> <li>Análisis de la información cuantitativa y cualitativa.</li> </ul>																
1	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Confección de un listado frutas y hortalizas de la región.</li> <li>Visitas, encuestas y entrevistas para determinar los productos.</li> <li>Análisis de datos.</li> </ul>																
1	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recopilación bibliográfica y de bancos de datos existente.</li> <li>Visita a los centros de almacenamiento de las fuentes de información.</li> <li>Entrevistas y encuestas a los actores de la oferta agrícola en los distintos lugares geográficos.</li> <li>Análisis de la información.</li> </ul>																
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de datos, cuantitativo y cualitativo, de la demanda de los productos agrícola de Tarapacá.</li> </ul>																







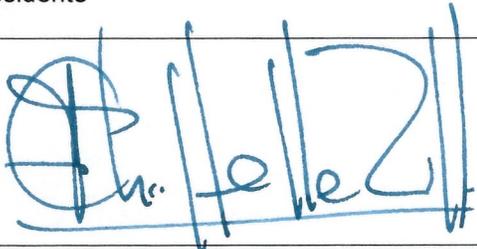
1.7. Actividades de difusión programadas:

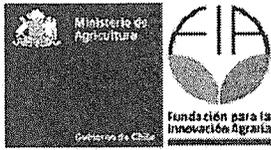
Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Perfil de los participantes	Medio de Invitación
Mar 2015	Seremía de Agricultura	Punto de Prensa	10	Periodistas	Escrita, telefónica, email.
Jul 2015	Prensa escrita	Artículo de prensa			
Oct 2015	Televisión Regional	Video			
Mar 2016	Por definir	Seminario	70	Autoridades Nacionales, Regionales, Agricultores, Proveedores, Compradores, Investigadores	Formal escrito, email.



### 3. Anexos

#### Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Corporación Nacional de Desarrollo Sostenible. CONADES	
Giro / Actividad	Servicios de Institutos de Estudios, Corporaciones de Desarrollo.	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Corporación
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	No corresponde	
Exportaciones, último año tributario (US\$)	No corresponde	
Número total de trabajadores	3	
Usuario INDAP (sí / no)	No	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Vivar 1153 Of.302. Iquique. Región de Tarapacá	
Teléfono fijo	(56-57)2422153	
Fax		
Teléfono celular	+56 9 78956475	
Email	chiffelle@gmail.com	
Dirección Web	www.conades.cl	
Nombre completo representante legal	Fernando Osvaldo Chiffelle Ruff	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Ingeniero Comercial	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente	
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	No hay	
Giro / Actividad		
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		





**Anexo 3.** Ficha identificación coordinador y equipo técnico. Esta ficha debe ser llenada por el coordinador y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	Fernando Osvaldo Chiffelle Ruff
RUT	
Profesión	Ingeniero Comercial
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	CONADES
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Director
Dirección <b>postal de la empresa/organización donde trabaja</b> (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Vivar 1153 Of.302. Iquique. Región de Tarapacá
Teléfono fijo	(56-57)2422153
Fax	
Teléfono celular	+56 9 78956475
Email	chiffelle@gmail.com
Firma	





Nombre completo	Rodrigo Fernando Blamey Cruz
RUT	
Profesión	Ingeniero Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	CONADES
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Secretario
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Vivar 1153 Of.302. Iquique. Región de Tarapacá
Teléfono fijo	(56-57)2422153
Fax	
Teléfono celular	+56 9 66274729
Email	<a href="mailto:rblamy@gmail.com">rblamy@gmail.com</a>
Firma	





Nombre completo	Vladimir Moreno Cruz
RUT	
Profesión	Ingeniero Ejecución Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	CONADES
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Tesorero
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Vivar 1153 Of.302. Iquique. Región de Tarapacá
Teléfono fijo	(56-57)2422153
Fax	
Teléfono celular	+56 9 56897430
Email	<a href="mailto:vladimir.vmc@gmail.com">vladimir.vmc@gmail.com</a>
Firma	

