



PLAN OPERATIVO F UPP 73 01

MODIFICACION N°1

| | |
|--------------------|---|
| NOMBRE INICIATIVA: | Producción y comercialización de té de zanahoria del Valle de Lasana, Provincia de El Loa |
| EJECUTOR: | Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa - (PROLOA) |
| CODIGO: | PYT-2012-0125 |
| FECHA: | 08.01.2014 |

OFICINA DE PARTES FIA
RECEPCIONADO

Fecha 30-01-14

Hora 16⁴⁰

Nº Ingreso 11757



CONTENIDO

| | | |
|----|--|----|
| I. | PLAN DE TRABAJO TÉCNICO | 3 |
| A. | Antecedentes Generales..... | 3 |
| B. | Plan de Trabajo..... | 5 |
| C. | Dedicación | 19 |
| D. | Fichas curriculares | 21 |
| E. | Indicadores Solicitados por el Ministerio de Agricultura | 30 |



I. PLAN DE TRABAJO TÉCNICO

A. Antecedentes Generales

1. Nombre Ejecutor (Entidad Responsable)

| Nombre | Giro / actividad | RUT | Representante(s) Legal(es) |
|---|--------------------------------------|-----|------------------------------|
| Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa | Administración de proyectos sociales | | Víctor Darío Realini Saldaña |

2. Identificación de Agentes Asociados

| Nombre | Giro / actividad | RUT | Representante(s) Legal(es) |
|---|---|-----|------------------------------|
| Sociedad Contractual Minera El Abra | Minería | | Joshua Olmsted |
| Asociación Indígena Atacameña de Mujeres de Lasana Quillantay | Elaboración de artesanías y producción agrícola | | Luciana Victoria Pérez Yufla |

3. Coordinadores Principal y Alterno

| Nombre | Formación / grado académico | Empleador | Función dentro del proyecto |
|--------------------------------|-----------------------------|-----------|-----------------------------|
| Ximena Abigail Martel Zambrano | Asistente Social | Proloa | Coordinadora Principal |
| Jorge Orlando Cabezas Aguilar | Licenciado en Sociología | Proloa | Coordinador Alterno |

4. Duración y ubicación del Proyecto

| Duración | | Período de ejecución | |
|-------------|----------|----------------------|-------------------------|
| Meses | 18 meses | Fecha de inicio | 03 de junio de 2013 |
| | | Fecha de término | 14 de noviembre de 2014 |
| Territorio | | | |
| Región (es) | | Comuna (as) | |
| Antofagasta | | Calama | |



5. Resumen ejecutivo (máximo 400 palabras)

El proyecto tiene por objetivo producir y comercializar té de zanahorias, el cual será elaborado por un grupo de mujeres pertenecientes a la etnia Atacameña, residentes en el valle de Lasana, Provincia de El Loa, II Región de Antofagasta.

Durante un periodo total de 18 meses, un equipo de trabajo interdisciplinario desarrollará un conjunto de etapas y actividades destinadas a implementar una agroindustria y producir el producto té de zanahorias, el cual se orientará a nivel comercial, hacia un segmento de mercado de tipo gourmet, es decir, compuesto por consumidores que privilegian la calidad y exclusividad por sobre la variable precio.

Entre las principales etapas y actividades de trabajo a ser desarrolladas durante el periodo se destacan.

- Estudio de viabilidad técnica y económica para la producción del producto
- Implementación de la planta piloto de producción del producto
- Obtención de permisos para funcionamiento y comercialización
- Desarrollo de la marca y formatos de venta del producto
- Producción, promoción y comercialización

Para lograr el posicionamiento y comercialización del producto, el proyecto considera la utilización de canales cortos y el aprovechamiento de plataformas tales como hoteles y restaurantes de la región. También se considera la participación en ferias y eventos promocionales tales como Feploa, Ferias de Innovación Indap y ferias de la Biodiversidad.

En general, los esfuerzos se encaminan a lograr una innovación productiva que sea competitiva en el corto plazo respecto de su competencia directa y sustituta, así como permita el aprovechamiento y valor agregado a la producción de zanahorias del valle de Lasana, la cual permitirá generar una fuente de ingresos estables a partir de la venta del producto en sus diferentes variedades y formatos.



6. Propiedad Intelectual

| | | | | |
|--|--------------------|---|----|--|
| ¿Existe interés por resguardar la propiedad intelectual? | Si | X | No | |
| Nombre institución que la protegerá | % de participación | | | |
| Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa | 100% | | | |

B. Plan de Trabajo

7. Objetivos

| Objetivo general | |
|--|--|
| Producir y comercializar té de zanahorias, elaborado por mujeres Atacameñas del Valle de Lasana. | |
| Nº | Objetivos específicos (OE) |
| 1 | Completar un estudio de la viabilidad técnica y económica de la producción de té de zanahoria en el Valle de Lasana. |
| 2 | Identificar las propiedades organolépticas y nutricionales del té de zanahoria. |
| 3 | Estandarizar el proceso de producción e implementar la planta elaboradora a escala piloto. |
| 4 | Desarrollar e implementar estrategia de marketing para el té de zanahoria. |
| 5 | Comercializar el té de zanahoria. |
| 6 | Capacitar a las beneficiarias en las materias de administración, marketing y de funcionamiento legal, necesarias para manejar el negocio de manera autónoma. |

8. Resultados esperados (RE)

| N° OE | Resultado Esperado (RE) | Indicadores de Resultados | | | | Fecha de Cumplimiento |
|-------|--|---|--------------------|---|---|-----------------------|
| | | Nombre del indicador | Fórmula de cálculo | Línea base del indicador (situación actual) | Meta del indicador (al final del proyecto) | |
| 1 | Los resultados del estudio de viabilidad justifican la implementación y validación de la producción de té de zanahoria | Estudio de viabilidad del té de zanahoria | | No existe el estudio de viabilidad | Estudio de viabilidad aprobado por FIA | 30.09.2013 |
| 2 | Propiedades organolépticas y nutricionales del producto identificadas | Análisis organoléptico y nutricional | | El análisis organoléptico y el nutricional se determinarán según el Reglamento sanitario de los alimentos, según la información obtenida del estudio de viabilidad y los resultados obtenidos en el análisis de laboratorio | El té de zanahoria cumple con lo indicado en el Reglamento sanitario de los alimentos y recoge características deseables según el estudio de viabilidad | 15.11.2013 |
| 3 | Planta de producción establecida, con permiso municipal y autorización sanitaria | Habilitación de planta de producción | | 60% del cumplimiento del plan de obras menores | 100% de la planta habilitada, con permiso municipal y autorización sanitaria | 15.01.2014 |
| 3 | Protocolo de producción definido | Protocolo de producción | | No existe un protocolo de producción | El té de zanahoria se elabora mediante la aplicación del protocolo de producción | 15.04.2014 |



| | | | | | | |
|---|--|--------------------------------|--|--|---|------------|
| 4 | Marca comercial registrada | Inscripción de marca comercial | | No se cuenta con la inscripción de una marca comercial | Una marca comercial inscrita | 15.05.2014 |
| 4 | Sociedad constituida legalmente | Constitución de sociedad | | La Asociación no cuenta con iniciación de actividades | La Asociación puede realizar ventas | 15.05.2014 |
| 4 | Diseño participativo de imagen corporativa | Imagen corporativa | | No se cuenta con una imagen corporativa para la Asociación | La Asociación cuenta con una imagen representativa | 15.05.2014 |
| 4 | Plan de marketing | Plan de marketing | | No existe un plan de marketing para el té de zanahoria | Plan de marketing para el té de zanahoria elaborado | 15.05.2014 |
| 4 | Envase y formatos de venta definidos | Envases | | No existen diseños de envase para los productos | Se tienen 2 formatos de venta con sus respectivos envases | 15.05.2014 |
| 4 | Actividades de promoción realizadas | Promoción | | 0 | 2 eventos con un mínimo de 100 asistentes | 30.09.2014 |
| 4 | Punto de ventas implementado | Punto de venta | | 0 | 1 punto de venta operativo | 14.11.2014 |
| 5 | Comercialización del té de zanahoria | Comercialización | | No hay órdenes de compra | 3 clientes envían orden de compra | 14.11.2014 |
| 6 | Las beneficiarias cuentan con los conocimientos y herramientas para manejar y administrar su negocio | Capacitación | | Las beneficiarias no cuentan con los conocimientos y herramientas mínimas para manejar de manera autónoma el negocio | Las beneficiarias tienen los conocimientos necesarios para manejar y administrar sus negocios | 14.11.2014 |

9. Actividades

| Nº OE | Nº RE | Actividades | Fecha de inicio | Fecha de término |
|-------|-------|---|-----------------|------------------|
| 1 | 1 | <ul style="list-style-type: none"> - Contratar estudio de viabilidad - Reuniones de trabajo y monitoreo del servicio - Revisión y aceptación del informe por parte de FIA | 01.06.2013 | 30.09.2013 |
| 2 | 2 | <ul style="list-style-type: none"> - Contratar servicio de análisis nutricional y organoléptico - Elaborar y despachar muestras del producto - Analizar el informe y verificar que el producto cumpla con lo establecido en el reglamento sanitario de los alimentos | 14.10.2013 | 14.11.2013 |
| 3 | 3 | <ul style="list-style-type: none"> - Contratar y supervisar servicios de construcción - Obtener permiso municipal y autorización sanitaria | 14.11.2013 | 14.02.2014 |
| 3 | 4 | <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el protocolo de producción | 14.02.2014 | 14.04.2014 |
| 4 | 5 | <ul style="list-style-type: none"> - Inscribir la marca comercial en INAPI | 14.02.2014 | 14.04.2014 |
| 4 | 6 | <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar la imagen corporativa representativa para la Asociación | 14.03.2014 | 14.06.2014 |
| 4 | 7 | <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el plan de marketing | 14.02.2014 | 15.07.2014 |
| 4 | 8 | <ul style="list-style-type: none"> - Definir y diseñar los 2 formatos de venta del té de zanahoria de forma que recojan la identidad de la Asociación y los atributos del producto | 14.02.2014 | 15.07.2014 |
| 4 | 9 | <ul style="list-style-type: none"> - Realizar eventos de promoción (FEPLOA, Feria de la Biodiversidad en Antofagasta y ferias INDAP). | 14.06.2014 | 30.09.2014 |
| 4 | 10 | <ul style="list-style-type: none"> - Realizar reuniones con potencial red de distribución (hoteles, restaurantes y tiendas especializadas en productos gourmet) - Implementar punto de venta (aeropuerto, centros comerciales, etc.) | 14.05.2014 | 14.11.2014 |
| 5 | 11 | <ul style="list-style-type: none"> - Obtener al menos 3 órdenes de compra por té de zanahoria | 14.05.2014 | 14.11.2014 |
| 6 | 12 | <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de plan de capacitación y asistencia formativa | 14.02.2014 | 14.11.2014 |

10. Hitos Críticos

| Nº RE | Hitos críticos | Fecha Cumplimiento |
|-------|--|-------------------------|
| 1 | Estudio de viabilidad aprobado por FIA | 30 septiembre 2013 |
| 2 | Planta de producción habilitada y con permisos que permitan su funcionamiento | 15 de enero de 2014 |
| 3 | El té de zanahoria cumple con lo establecido en el reglamento sanitario de los alimentos | 15 de abril de 2014 |
| 4 | Elaboración de 2 formatos de venta del producto | 15 de mayo de 2014 |
| 5 | Plan de marketing elaborado | 15 de mayo de 2014 |
| 6 | Acreditar ventas de té de zanahoria | 14 de noviembre de 2014 |



11. Método

| | |
|---|---|
| Objetivo N° 1 | Completar un estudio de la viabilidad técnica y económica de la producción de té de zanahoria en el Valle de Lasana |
| <p>El estudio de la viabilidad técnica y económica de la producción de té de zanahoria será realizado por una entidad independiente a Proloa, que tenga competencia en esta materia y contratada para tal efecto por el ejecutor. No obstante lo anterior, FIA se reserva el derecho de proponer, revisar y aprobar los términos de referencia del estudio de viabilidad, previo a su realización.</p> <p>El costo del estudio será con cargo al aporte FIA al proyecto, por un monto máximo de El plazo máximo para la realización del estudio de viabilidad es de tres meses.</p> <p>El estudio se entiende como de pre-factibilidad, por lo que, debe validar la viabilidad del proyecto en sus aspectos de mercado, técnico, financiero y económico.</p> <p>Específicamente, las conclusiones del estudio tienen que demostrar a nivel de pre-factibilidad que la producción de té de zanahoria es viable desde el punto de vista de las productoras del Valle de Lasana y de Proloa, de acuerdo a lo estipulado en los objetivos, resultados esperados e hitos críticos del plan operativo del proyecto y según lo estipulado en los términos de referencia aprobados por FIA.</p> | |

| | |
|--|---|
| Objetivo N° 2 | Identificar las propiedades organolépticas y nutricionales del té de zanahorias |
| <p>Se contempla la contratación del laboratorio Cesmec, con amplia experiencia realizando este tipo de análisis, el cual permitirá establecer las características y composición nutricional del producto y que estas se ajusten a la normativa sanitaria vigente de composición nutricional y rotulado del envase.</p> <p>Actividades asociadas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Contratar servicio de análisis nutricional- Elaborar y despachar muestras del producto- Análisis del informe y verificación de cumplimiento de normativa sanitaria de los alimentos | |



| | |
|--|---|
| Objetivo N° 3 | Estandarizar el proceso de producción e implementar la planta elaboradora a escala piloto |
| <p>Con la asistencia técnica del ingeniero en alimentos contratado en el proyecto, se realizará la estandarización del proceso de elaboración de los productos de la agroindustria. A nivel operativo, esto se concreta por medio de la elaboración de manuales de procedimiento productivo para cada producto elaborado por la empresa.</p> <p>Los procedimientos para la estandarización del productos son:</p> <p><u>Materia prima e insumos a usar</u>: definir características, maduración, variedad, y otras características de la materia prima.</p> <p><u>Proceso de elaboración</u>: entregar procedimiento para realizar la etapa de selección de la materia prima, pesado, lavado, pelado, rallado, tostado y las maquinarias requeridas.</p> <p><u>Envasado</u>: forma en que se debe envasar el producto y utensilios empleados para ello.</p> <p><u>Etiquetado</u>: Forma de realizar el etiquetado, el cual incluye la información nutricional del producto.</p> <p><u>Almacenaje</u>: Definición de los procedimientos para un correcto almacenaje y características que se deben cumplir para garantizar la conservación del producto.</p> <p>En paralelo se debe concretar la implementación física del negocio, lo cual incluye el acondicionamiento de los espacios para las diferentes etapas del proceso de producción. Dichas obras serán realizadas por un contratista externo con amplia experiencia en el rubro (por definir según cotizaciones).</p> <p>Se considera contratar servicios en modalidad de obra vendida para la habilitación física del negocio y adquirir directamente las maquinarias e implementos necesarios para hacer funcionar la empresa.</p> | |



| | |
|---|--|
| Objetivo N° 4 | Desarrollar e implementar estrategia de marketing para el té de zanahorias |
| <p>Se realizará un plan de marketing para definir aspectos relevantes para el desarrollo del proyecto.</p> <p>El plan de marketing será implementado a través de la asistencia técnica aportada por el equipo profesional incorporado en el proyecto, quien desarrollará la imagen corporativa de la empresa y del producto, la cual debe ser adecuada para posicionarse exitosamente en el segmento de mercado de interés. En este mismo sentido, cobra particular relevancia la información aportada por el estudio de mercado desarrollado para el producto, el cual aportará información relevante en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Modelo de negocios a implementar- Análisis de potenciales clientes- Análisis de competencia- Análisis de viabilidad económica del producto. <p>La identidad visual del producto, se articulará a partir de las consideraciones realizadas por las integrantes del negocio en relación a la búsqueda de una identidad visual para el producto que refleje atributos diferenciadores tales como: calidad superior, origen natural, elaboración artesanal y sello étnico ancestral.</p> <p>La identidad visual del producto se expresa por medio de la elaboración del manual corporativo, etiquetado y formatos de venta.</p> <p>Entre los principales aspectos que serán definidos en el manual de imagen de marca se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none">- Concepto de marca- Logotipo- Tipografía- Paleta de colores <p>A partir de estos elementos, de los antecedentes aportados en la fase de estudio realizada y el plan de marketing, se concretará la participación de la empresa en ferias destinadas a promocionar productos locales tales como FEPLOA, Feria de la Biodiversidad en Antofagasta y ferias de promoción de productos agrícola organizadas por INDAP.</p> <p>También se contempla la implementación de un punto de venta directa del producto en el Mall Plaza de la ciudad de Calama.</p> <p>En relación a la estrategia de marketing a implementar, esta estará diseñada en función de dos objetivos principales:</p> <ol style="list-style-type: none">1.- Dar a conocer el producto2.- Captar el mayor número de clientes <p>PÚBLICO OBJETIVO: Segmento de mercado compuesto por personas con hábitos de consumo sofisticados del tipo gourmet y que disfrutan y buscan productos de calidad y por tanto con precios altos. A nivel local existe un importante grupo de consumidores de productos Premium dado el alto poder adquisitivo</p> | |



con el cual se dispone, operando además un tipo de consumo vinculado a estatus social.

En general, se define a los consumidores de productos Gourmet como personas mayores de 45 años, con un nivel socioeconómico y educativo alto. Además, las personas de 25 a 34 años de edad, con buen poder adquisitivo, también tienden a comprar alimentos Gourmet de regalo para ellos mismos, como recompensa por sus logros. Asimismo, los alimentos Gourmet, particularmente aquellos certificados como orgánicos, son vistos como un aporte para un estilo de vida saludable.

PRODUCTO:

Infusión de zanahorias del valle de Lasana, elaborada a través de receta ancestral desarrollada por mujeres indígenas de comunidad perteneciente a la etnia Atacameña.

El producto se elabora de manera artesanal, conservando características naturales así como altos estándares de calidad. Del mismo modo, a nivel del envasado y los formatos de venta, estos enfatizarán la dimensión étnico cultural del producto, así como su sello natural y alto valor nutricional.

PLAZA:

Se considera adecuado, dadas las características de exclusividad del producto, la implementación de una estrategia de distribución selectiva dirigida principalmente a hoteles y restaurantes de la región. También se considera la venta directa del producto en local perteneciente a la comunidad ubicado en el Valle de Lasana. Esta estrategia permitirá la diferenciación al situar al producto solo en sitios seleccionados, es decir, los principales hoteles y restaurantes del territorio, con lo cual se produciría una aproximación directa al segmento de mercado de interés para él te de zanahorias.

La acción de la distribución será desarrollada por las propias mujeres atacameñas, dado el interés por priorizar canales cortos de comercialización.

PRECIO:

En el marco de la importancia que tiene la definición del precio, y considerando el hecho de que es un producto nuevo que como tal busca penetrar el mercado y captar potenciales clientes, proponemos inicialmente una estrategia para establecer el precio del producto a partir de una calidad e imagen que sostengan y justifiquen su mayor valor. Del mismo modo, los costos por producir un volumen más pequeño no deben ser tales que afecten sensiblemente los beneficios y, por último, los competidores no deben poder ingresar fácilmente en el mercado. La estrategia escogida fija el precio más alto con el fin de obtener ingresos máximos según la alta capacidad de pago existente en el segmento seleccionado.

Según lo anterior un precio adecuado para penetrar el mercado estaría dado por un rango que se movilizaría entre los y por cada 100 gramos del producto.

PROMOCIÓN:

Dado los objetivos de dar a conocer el producto y captar dentro del segmento de interés a la mayor cantidad posible de clientes, se propone informar a los potenciales consumidores por medio de la participación en ferias y a través de la implementación de puestos de degustación. Se considera también diseñar y utilizar material gráfico como afiches, folletos y catálogos que releven las características del producto y la forma de acceder a él. También se tiene contemplado el regalo de muestras y la realización de descuentos por cantidad.



| | |
|--|-------------------------------|
| Objetivo N° 5 | Comercialización del producto |
| <p>Desarrollo de la gestión comercial y de promoción del negocio a cargo del gerente de la agroindustria:</p> <p>1.- Visitas comerciales a hoteles y restaurantes de la región. Gestiones comerciales desarrolladas en los principales hoteles y restaurantes de la región. Tienen como propósito presentar el producto y lograr que este se incorpore en las respectivas cartas. Considera la entrega de muestras gratis y material gráfico. Además se solicitará poner a la venta los productos en estos lugares, ofreciendo un porcentaje de ganancia.</p> <p>2.- Visitas comerciales a empresas mineras de la región para promocionar el producto. Gestiones comerciales desarrolladas con los departamentos de gestión comunitaria de las principales empresas mineras de la Provincia de El Loa. Tienen como objetivo presentar el producto, el cual podría servir como regalo o recuerdo institucional personalizado a las necesidades de los potenciales clientes.</p> <p>3.- Implementación de punto de ventas. Gestiones desarrolladas para implementar un punto de venta en plataforma ofrecida por Mall Plaza Calama. Dicha plataforma surge en el marco del desarrollo del programa de comercio justo, donde tiene participación como ejecutor PROLOA y se cuenta con el apoyo financiero de Minera El Abra.</p> <p>Precisamente el programa en cuestión apunta a implementar una plataforma temporal de venta para la producción artesanal del Alto Loa, y dar un sello formativo a dicha experiencia.</p> | |



| | |
|---|---|
| Objetivo N° 6 | Capacitar a las beneficiarias en las materias de administración , marketing y de funcionamiento legal , necesarias para manejar el negocio de manera autónoma |
| <p>Considera la implementación del plan de capacitación y asistencia formativa para las mujeres que integran la agroindustria.</p> <p>Se trata de transferir los conocimientos y herramientas necesarias para que las integrantes del negocio queden habilitadas para su conducción de manera autónoma, es decir, sin apoyos o asistencias externas. En el marco de dicho objetivo, los especialistas adscritos al proyecto desarrollaran las siguientes funciones:</p> <p><u>Abogado</u> Realización de relatoría en 4 talleres de formación de 2 horas de duración cada uno, donde se desarrollarán los siguientes ejes temáticos:</p> <p>Taller 1: Organización legal y obligaciones tributarias Taller 2: Permisos y patentes Taller 3: Aspectos laborales Taller 4: Trámites específicos</p> <p><u>Licenciado en diseño</u> Prestación de servicios en dos líneas de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Servicios profesionales de asesoría personalizada a la organización, a ser desarrollada en la comunidad de Lasana, para diseño de manual de imagen de marca, diseño de página web, elaboración de estrategia de marketing y elaboración y diseño de formatos de venta del producto. La asesoría personalizada se realizara a través 18 visitas que el profesional efectuara durante el periodo de trabajo, destinadas a proveer su trabajo de diseño y desarrollar participativamente los diversos aspectos de los productos indicados.• Realización de relatoría en 4 talleres de formación de 2 horas de duración cada uno, donde se desarrollarán los siguientes ejes temáticos: <p>Taller 1: Importancia de la identidad visual de un producto Taller 2: Construcción de Imagen comercial Taller 3: Difusión de un producto y publicidad Taller 4: Comercialización y venta</p> | |



Contador general

Prestación de servicios en dos líneas de trabajo:

- Servicios profesionales de contabilidad para el negocio durante un periodo de 6 meses
- Realización de relatoría en 6 talleres de formación de 2 horas de duración cada uno, donde se desarrollaran los siguientes ejes temáticos:

Taller 1: Sistema contable (2 sesiones)

Taller 2: Libros de registro contable (2 sesiones)

Taller 3: Control de inventario

Taller 4: Remuneraciones

Todas las capacitaciones se realizaran en la localidad de Lasana, en dependencias de la Asociación de Mujeres, y utilizaran un enfoque lúdico, con un lenguaje simple, directo y enfatizando aspectos prácticos. Se utilizara apoyo de material audiovisual y se entregara material de apoyo.



12. Carta Gantt (Trimestral)

| N° OE | N° RE | Actividad | 2013 | | | | 2014 | | | |
|-------|-------|--|------|---|---|---|------|---|---|---|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | 1 | Contratar estudio de viabilidad | | | X | | | | | |
| 1 | 1 | Reuniones de trabajo y monitoreo del servicio | | | X | | | | | |
| 1 | 1 | Revisión y aceptación del informe por parte de FIA | | | X | | | | | |
| 2 | 2 | Contratar servicio de análisis nutricional y organoléptico | | | | X | | | | |
| 2 | 2 | Elaborar y despachar muestras del producto | | | | X | | | | |
| 2 | 2 | Analizar el informe y verificar que el producto cumpla con lo establecido en el reglamento sanitario de los alimentos | | | | X | | | | |
| 3 | 3 | Contratar y supervisar servicios de construcción de la planta de producción piloto | | | | X | X | | | |
| 3 | 3 | Obtener permiso municipal y resolución sanitaria | | | | | X | | | |
| 3 | 4 | Elaborar el protocolo de producción | | | | | | X | | |
| 4 | 5 | Inscribir la marca comercial en INAPI | | | | | | X | | |
| 4 | 6 | Constituir legalmente la sociedad | | | | | | X | | |
| 4 | 7 | Diseñar la imagen corporativa representativa para la Asociación | | | | | | X | | |
| 4 | 8 | Elaborar plan de marketing | | | | | | X | | |
| 4 | 9 | Definir y diseñar los 2 formatos de venta del té de zanahoria de forma que recojan identidad de la Asociación y los atributos del producto | | | | | | X | | |
| 4 | 10 | Realizar eventos de promoción (degustaciones, ferias, etc.) | | | | | | | X | |
| 4 | 11 | Realizar reuniones con potencial red de distribución (hoteles, restaurantes y tiendas especializadas en productos gourmet) | | | | | | | X | X |
| 4 | 12 | Implementar punto de venta | | | | | | | X | X |
| 5 | 12 | Obtener al menos 3 órdenes de compra por té de zanahoria | | | | | | | X | X |
| 6 | 13 | Ejecución plan de capacitación para beneficiarias | | | | | | X | X | X |

13. Función y responsabilidad del ejecutor(es) y asociado(s) en el desarrollo del proyecto

| Ejecutor(es) / Asociado(s) | Función y responsabilidad |
|---|--|
| Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa | Ejecutar técnicamente el proyecto. Relacionarse con FIA y garantizar el cumplimiento del proyecto según los objetivos comprometidos. Administrar y rendir los recursos traspasados para la ejecución del proyecto. Elaborar los informes de avance y final solicitados por FIA. |
| Sociedad Contractual Minera El Abra | Aportar cofinanciamiento |
| Asociación Indígena Atacameña de Mujeres de Lasana Quillantay | Aportar la Mano de obra necesaria para desarrollar el proyecto. Facilitar la infraestructura en el poblado de Lasana, necesaria para implementar el negocio. Aportar la materia prima necesaria (300 kilos de zanahoria) para producir el producto durante el desarrollo del proyecto. |

14. Actividades de Difusión Programadas

| Fecha | Lugar | Tipo de Actividad | Nº participantes | Perfil de los participantes | Medio de Invitación |
|---------------------------|-------------------|---|------------------|--|---------------------|
| 4ta semana de mayo 2014 | Poblado de Lasana | Inauguración de agroindustria | 50 personas | Autoridades locales Representantes de las instancias involucradas en la realización del proyecto Miembros de la comunidad de Lasana y prensa | Invitación impresa |
| 2da semana noviembre 2014 | Poblado de Lasana | Presentación de resultados del proyecto | 50 personas | Autoridades locales Representantes de las instancias involucradas en la realización del proyecto Miembros de la comunidad de Lasana y prensa | Invitación impresa |

C. Dedicación

15. Tiempos de dedicación del equipo técnico*.

| Nombre | Rut | Cargo dentro del proyecto | Nº de resultado sobre el que tiene responsabilidad | Nº de Meses de dedicación | Período dd/mm/aa - dd/mm/aa | Horas/Mes |
|---|-----|--|--|---------------------------|-----------------------------|-----------|
| Ximena Martel Zambrano | | Coordinadora Principal | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13 | 13 | 01/06/2013 - 14/11/2014 | 12 |
| Jorge Orlando Cabezas Aguilár | | Coordinador Alterno | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13 | 13 | 01/06/2013 - 14/11/2014 | 12 |
| María Antonieta Chacano Aguilera | | Director agroindustria | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13 | 12 | 04/11/2013 - 14/11/2014 | 160 |
| Giovanni Diego Sebastián Rojas Alvarado | | Asesor de diseño y relator de capacitaciones | 7,8,9,13 | 3 | 01/01/2014 - 31/03/2014 | 100 |

*Equipo Técnico: Todo el recurso humano definido como parte del equipo de trabajo del proyecto. No incluye RRHH de servicios de terceros.



16. Flujo de horas de dedicación al proyecto por trimestre del equipo técnico

| Recurso Humano | 2013 | | | | 2014 | | | |
|---|------|---|----|-----|------|-----|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| María Antonieta Chacano Aguilera | 0 | 0 | 0 | 320 | 480 | 480 | 480 | 240 |
| Giovanni Diego Sebastián Rojas Alvarado | 0 | 0 | 0 | 0 | 300 | 0 | 0 | 0 |
| Ximena Abigail Martel Zambrano | 0 | 0 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 18 |
| Jorge Orlando Cabezas Aguilar | 0 | 0 | 36 | 36 | 36 | 36 | 36 | 18 |



D. Fichas curriculares

17. Ficha del Ejecutor (entidad responsable)

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| Nombre o razón social | Corporación de Desarrollo de la Provincia de El Loa (PROLOA) | | | |
| Giro / Actividad | Administración de proyectos sociales | | | |
| RUT | | | | |
| Tipo de entidad (1) | Corporación sin fines de lucro | | | |
| Ventas totales (nacionales y exportaciones) de la empresa durante el año pasado, indique monto en UF en el rango que corresponda | Micro empresa menos de 2400 UF/año | Pequeña 2.401 a 25.000 UF / año | Mediana 25.001 a 100.000 UF / año | Grande más de 100.001 UF / año |
| Exportaciones, año 2010 (US\$) | | | | |
| Número total de trabajadores | | | | |
| Usuario INDAP (sí / no) | | | | |
| Dirección (calle y número) | | | | |
| Ciudad o Comuna | | | | |
| Región | Antofagasta | | | |
| País | Chile | | | |
| Teléfono fijo | | | | |
| Fax | | | | |
| Teléfono celular | | | | |
| Email | | | | |
| Dirección Web | www.proloa.cl | | | |

(1) Tipo de entidad

| |
|---|
| Empresas productivas y/o de procesamiento |
| Personas Naturales |
| Universidades Nacionales |
| Universidades Extranjeras |
| Instituciones o entidades Privadas |
| Instituciones o entidades Públicas |
| Instituciones o entidades Extranjeras |
| Institutos de investigación |
| Organización o Asociación de Productores |
| Otras (especificar) |



18. Ficha representante(s) Legal(es) del Ejecutor (entidad responsable)

| | |
|---|---------------------------|
| Nombre | Víctor Darío |
| Apellido paterno | Realini |
| Apellido materno | Saldaña |
| RUT | |
| Cargo en la organización | Presidente del Directorio |
| Género | Masculino |
| Etnia (2)(clasificación al final del documento) | |
| Tipo (3) (clasificación al final del documento) | Técnico |
| Firma del representante legal | |



19. Ficha del Asociado N°1. (Repetir esta información por cada asociado)

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| Nombre o razón social | Sociedad Contractual Minera El Abra | | | |
| Giro / Actividad | Minería | | | |
| RUT | | | | |
| Tipo de entidad (1) | Empresa Minera | | | |
| Ventas totales (nacionales y exportaciones) de la empresa durante el año pasado, indique monto en UF en el rango que corresponda | Micro empresa (menos de 2400 UF/ año) | Pequeña (2.401 a 25.000 UF / año) | Mediana (25.001 a 100.000 UF / año) | Grande (más de 100.001 UF / año) |
| Exportaciones, año 2010 (US\$) | | | | |
| Número total de trabajadores | | | | |
| Usuario INDAP (sí / no) | | | | |
| Dirección (calle y número) | | | | |
| Ciudad o Comuna | | | | |
| Región | Antofagasta | | | |
| País | Chile | | | |
| Teléfono fijo | | | | |
| Fax | | | | |
| Teléfono celular | | | | |
| Email | | | | |
| Dirección Web | www.elabra.cl | | | |



Ficha del Asociado N°2.

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| Nombre o razón social | Asociación Indígena Atacameña de Mujeres de Lasana Quillantay | | | |
| Giro / Actividad | Elaboración de artesanías y producción agrícola | | | |
| RUT | | | | |
| Tipo de entidad (1) | Asociación Indígena | | | |
| Ventas totales (nacionales y exportaciones) de la empresa durante el año pasado, indique monto en UF en el rango que corresponda | Micro empresa (menos de 2400 UF/ año) | Pequeña (2.401 a 25.000 UF / año) | Mediana (25.001 a 100.000 UF / año) | Grande (más de 100.001 UF / año) |
| | | | | |
| Exportaciones, año 2010 (US\$) | | | | |
| Número total de trabajadores | | | | |
| Usuario INDAP (sí / no) | | | | |
| Dirección (calle y número) | | | | |
| Ciudad o Comuna | | | | |
| Región | Antofagasta | | | |
| País | Chile | | | |
| Teléfono fijo | | | | |
| Fax | | | | |
| Teléfono celular | | | | |
| Email | | | | |
| Dirección Web | | | | |



20. Ficha representante(s) Legal(es) de Asociado(s) N°2.

| | |
|--|-----------|
| Nombre | Joshua |
| Apellido paterno | Olmsted |
| Apellido materno | |
| RUT | |
| Cargo en la organización | Gerente |
| Género | Masculino |
| Etnia (2) (clasificación al final del documento) | |
| Tipo (3) (clasificación al final del documento) | Técnico |
| Firma del representante legal | |

| | |
|--|------------------------------|
| Nombre | Luciana Victoria |
| Apellido paterno | Pérez |
| Apellido materno | Yufla |
| RUT | |
| Cargo en la organización | Presidenta |
| Género | Femenino |
| Etnia (2) (clasificación al final del documento) | |
| Tipo (3) (clasificación al final del documento) | Productor individual pequeño |
| Firma del representante legal | |



Fichas de los Coordinadores

| | | |
|--|-------------------------------------|---|
| Nombres | Ximena Abigail | |
| Apellido paterno | Martel | |
| Apellido materno | Zambrano | |
| RUT | | |
| Profesión | Asistente Social | |
| Empresa/organización donde trabaja | Proloa | |
| RUT de la empresa/organización | | |
| Cargo o actividad que desarrolla en ella | Gerente | |
| Si es investigador responde | Horas totales dedicadas al proyecto | Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$) |
| | | |
| Dirección laboral (calle y número) | | |
| Ciudad o Comuna | | |
| Región | Antofagasta | |
| País | Chile | |
| Teléfono fijo | | |
| Fax | | |
| Teléfono celular | | |
| Email | | |
| Género | Femenino | |
| Etnia (2) (clasificación al final del documento) | | |
| Tipo (3) (clasificación al final del documento) | Técnico | |
| Firma | | |



| | | |
|--|-------------------------------------|---|
| Nombres | Jorge Orlando | |
| Apellido paterno | Cabezas | |
| Apellido materno | Aguilar | |
| RUT | | |
| Profesión | Licenciado en Sociología | |
| Empresa/organización donde trabaja | PROLOA | |
| RUT de la empresa/organización | | |
| Cargo o actividad que desarrolla en ella | Coordinador de proyectos | |
| Si es investigador responda | Horas totales dedicadas al proyecto | Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$) |
| | | |
| Dirección laboral (calle y número) | | |
| Ciudad o Comuna | | |
| Región | Antofagasta | |
| País | Antofagasta | |
| Teléfono fijo | | |
| Fax | | |
| Teléfono celular | | |
| Email | | |
| Género | Masculino | |
| Etnia (2) (clasificación al final del documento) | | |
| Tipo (3) (clasificación al final del documento) | Técnico | |
| Firma | | |



21. Ficha Equipo Técnico. Se deberá repetir esta información por cada profesional del equipo técnico

| | | |
|--|-------------------------------------|---|
| Nombres | María Antonieta | |
| Apellido paterno | Chacano | |
| Apellido materno | Aguilera | |
| RUT | | |
| Profesión | Ingeniero en agro negocios | |
| Empresa/organización donde trabaja | Independiente | |
| RUT de la empresa/organización | | |
| Cargo o actividad que desarrolla en ella | | |
| Si es investigador responda | Horas totales dedicadas al proyecto | Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$) |
| | | |
| Dirección laboral (calle y número) | | |
| Ciudad o Comuna | | |
| Región | Antofagasta | |
| País | Chile | |
| Teléfono fijo | | |
| Fax | | |
| Teléfono celular | | |
| Email | | |
| Género | Femenino | |
| Etnia (2) (clasificación al final del documento) | | |
| Tipo (3) (clasificación al final del documento) | Profesional | |
| Firma | | |



| | | |
|--|-------------------------------------|---|
| Nombres | Giovanni Diego Sebastián | |
| Apellido paterno | Rojas | |
| Apellido materno | Alvarado | |
| RUT | | |
| Profesión | Licenciado en diseño | |
| Empresa/organización donde trabaja | Independiente | |
| RUT de la empresa/organización | | |
| Cargo o actividad que desarrolla en ella | | |
| Si es investigador responda | Horas totales dedicadas al proyecto | Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$) |
| | | |
| Dirección laboral (calle y número) | | |
| Ciudad o Comuna | | |
| Región | Antofagasta | |
| País | Chile | |
| Teléfono fijo | | |
| Fax | | |
| Teléfono celular | | |
| Email | | |
| Género | Masculino | |
| Etnia (2) (clasificación al final del documento) | | |
| Tipo (3) (clasificación al final del documento) | Técnico | |
| Firma | | |



| ¿Su proyecto tiene que ver con la venta de algún bien o servicio? | | | | | | Si | X | No |
|---|-----------|---|--------------------------------------|---------------------------------------|--|---|---|----|
| Si su respuesta es sí , refiérase a los siguientes indicadores relacionados con el proyecto: | | | | | | | | |
| Selección de indicador ¹ | Indicador | Descripción del indicador ² | Fórmula de indicador | Línea base del indicador ³ | Indicador al término del proyecto ⁴ | Indicador a los 3 años de finalizado el proyecto ⁵ | | |
| X | Ventas | Unidades vendidas mensualmente | N° de unidades vendidas mensualmente | 150 unidades | 1000 unidades | 5000 unidades | | |
| X | Costos | Costos de producción | \$/unidad de 100 gramos | | | | | |
| X | Empleo | Número de personas que trabajan en la agroindustria | N° personas contratadas anualmente | 5 | 10 | 15 | | |

22. Cuantificación e identificación de Beneficiarios directos de la iniciativa

| Género | Masculino | | Femenino | | Subtotal |
|---------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|----------|
| | Pueblo Originario | Sin Clasificar | Pueblo Originario | Sin Clasificar | |
| Agricultor micro-pequeño | 0 | 0 | 20 | 0 | 20 |
| Agricultor mediano-grande | 0 | 0 | | 0 | 0 |
| Subtotal | 0 | | 20 | | 20 |
| Total | 0 | | 20 | | 20 |

E. Indicadores Solicitados por el Ministerio de Agricultura

- ¹ Marque con una X, el o los indicadores a medir en el proyecto
- ² Señale para el indicador seleccionado, lo que específicamente se medirá en el proyecto
- ³ Completar con el valor que tiene el indicador al inicio del proyecto
- ⁴ Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar al final del proyecto
- ⁵ Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar al cabo de 3 años de finalizado el proyecto



(2) Etnia

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

(3) Tipo

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

III. DETALLES ADMINISTRATIVOS

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

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

| | |
|--------------------------|-------------------------|
| Período ejecución | |
| Fecha inicio: | 03 de junio de 2013 |
| Fecha término: | 14 de noviembre de 2014 |
| Duración (meses) | 18 |

- Calendario de Desembolsos

| Fecha | Requisito | Observación | Monto (\$) |
|--------------|---|--------------------|-------------------|
| | Firma del contrato | Cancelado | |
| | Aprobación informe de saldo | Cancelado | |
| 08.04.2014 | Aprobación informes de avance técnico y financiero N°1. | | |
| 19.03.2015 | Aprobación informes de avance técnico y financiero N°2 e informes técnico y financieros finales | | |
| Total | | | |

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



- Calendario de entrega de informes

| Informe de saldo | |
|-------------------------|------------|
| Informe de Saldo N°1: | 30.09.2013 |

| Informes Técnicos | |
|------------------------------|------------|
| Informe Técnico de Avance 1: | 04.02.2014 |
| Informe Técnico de Avance 2: | 11.08.2014 |

| Informes Financieros | |
|---------------------------------|------------|
| Informe Financiero de Avance 1: | 04.02.2014 |
| Informe Financiero de Avance 2: | 11.08.2014 |

| | |
|----------------------------------|------------|
| INFORME TECNICO FINAL: | 15.01.2015 |
| INFORME FINANCIERO FINAL: | 15.01.2015 |

| Síntesis de Avance | |
|---------------------------|------------|
| Síntesis avances N° 1: | 05.09.2013 |
| Síntesis avances N° 2: | 04.02.2014 |
| Síntesis avances N° 3: | 05.05.2014 |
| Síntesis avances N° 4: | 04.08.2014 |
| Síntesis avances N° 5: | 01.12.2015 |

- Las Síntesis de avances consisten en un Informe de 2 a 3 páginas máximo, y deberán ser enviados por correo electrónico al Ejecutivo de Innovación Agraria respectivo. Este informe será enviado al GORE y debe contener un resumen ejecutivo, actividades realizadas, resultados parciales alcanzados. No estarán vinculados a pagos de aportes.



- 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 PLAN OPERATIVO

EJECUTOR O COORDINADOR PRINCIPAL