

OFICINA DE PARTES 1 FIA RECEPCIONADO	
Fecha	16 DIC 2016
Hora	10:00
Nº Ingreso	35.219

CONVOCATORIA NACIONAL

PROYECTOS DE VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO AGRARIO, AGROALIMENTARIO Y FORESTAL 2016

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Valorización y promoción del patrimonio agroalimentario del Puerro de Maquehue de la comuna de Padre Las Casas a través de la implementación de una IG.
Ejecutor:	Universidad Católica de Temuco
Código:	PYT-2016-0414
Fecha:	10-11-2016



Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo.....	3
1. Configuración técnica del proyecto	3
2. Anexos	15
3. Costos totales consolidados	20
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	21

W

I. Plan de trabajo

1. Configuración técnica del proyecto

1.1. Resumen ejecutivo

El puerro de Maquehue tiene gran calidad organoléptica y nutritiva, con niveles significativos de vitamina A, B, C y E (luteína, β -carotenos, tiamina b1, riboflavina b2, niacina b3, ácido pantoténico b5 – B6, ácido fólico, ácido ascórbico), minerales (calcio, hierro, magnesio, fósforo, potasio, sodio, zinc, cobre, manganeso, selenio), y contiene más de 18 aminoácidos esenciales (se destaca leucina, lisina, treonina, fenilalanina y valina. Además presenta actividad antioxidante y polifenoles totales. En la actualidad los consumidores tienen una creciente necesidad por obtener productos de acuerdo a la calidad nutritiva y vinculada al origen, asociadas a un saber hacer propio de un lugar que le brinda características únicas, en cuanto a calidad organoléptica y nutricional (aroma, sabor, color). La FAO (2010) define a los productos vinculados al origen como aquellos que muestran los atributos de calidad propios a los lugares geográficos. A través de los años las personas han construido una identidad local, donde han desarrollado un saber hacer, produciendo en un paisaje determinado que interacciona entre los recursos naturales y en los sistemas de producción (Boutrif, 2010).

Es por ello que a través de la siguiente iniciativa se pretende desarrollar la documentación necesaria para la presentación de una indicación geográfica y un posicionamiento de marca del puerro de Maquehue para su reconocimiento regional y nacional.

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general¹

Desarrollar y presentar los antecedentes necesarios para la solicitud de una indicación geográfica del puerro de Maquehue y el planteamiento de un plan de marketing para su posicionamiento de marca y su reconocimiento regional y nacional.

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



1.2.2. Objetivos específicos²

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Recolectar y sistematizar la información técnica (geográfica y nutricional) para la validación del puerro de Maquehue.
2	Conformar y organizar el grupo de productores del puerro de Maquehue.
3	Elaborar una estrategia de branding para ser presentada en la documentación IG.
4	Elaborar un plan de marketing para una futura implementación.

1.3. 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: Recolectar y sistematizar la información técnica (geográfica y nutricional) para la validación del puerro de Maquehue.

El procedimiento que se deberá realizar para recolectar y sistematizar la información técnica para la documentación de la IG será:

- a) Introducción
- b) Definición del producto y sus características o reputación.
- c) Definición de la zona geográfica delimitada y características del territorio que influyen en las características del producto.
- d) Factores naturales y humanos que inciden en la caracterización o reputación del producto.
- e) Representatividad del solicitante de la IG en el territorio.

A su vez la información servirá para elaborar el reglamento de uso y control, el cual debe estar acorde con la información contenida en el estudio técnico, y debe contemplar el conjunto de condiciones y requisitos acordados para el uso de la IG.

Para alcanzar estos puntos se desarrollarán las siguientes etapas.

- La elaboración de una lista de las partes interesadas y de su capacidad para participar en la explotación de la IG;
- La celebración de negociaciones participativas para determinar el interés, las ideas y la capacidad real de los principales integrantes de la IG;
- Una evaluación de los recursos disponibles;
- Un análisis de los obstáculos que podrían dificultar el acceso y la identificación de los posibles ganadores y perdedores (incluidos las comunidades y el medio ambiente);
- Un análisis de propiedades distintivas del producto las cuales pueden consistir según el caso a evaluar en estudio de reputación, estudio nutricional (PFT, ORAC) un estudio de propiedades organolépticas.
- Una delimitación preliminar del territorio en cuestión y un reconocimiento de sus principales características agroecológicas.
- Un análisis, de la relación costo-beneficio para determinar qué será necesario en distintas circunstancias (etapa de cultivo, poscosecha, logística) que pudieran ser previsibles en un análisis inicial del entorno.

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



Para reforzar los resultados preliminares obtenidos con el estudio EST-2015-0181 en cuanto al mayor contenido de polifenoles totales y ORAC del puerro de Maquehue respecto a puerros de otros orígenes, durante el desarrollo del proyecto se efectuarán 4 análisis de muestras locales del puerro de Maquehue, junto con muestras que se obtendrán de la zona de Concepción y Santiago, en el comercio establecido y/o directamente de productores.

Los análisis se efectuarán en el Laboratorio del núcleo agro-alimentario de la UC Temuco

METODOLOGÍA DE LABORATORIO:

Actividad antioxidante total. Se utilizará el método de la remoción del radical libre 2,2-difenil-1-picrylhidracil (DPPH), descrito por Chinnici et al. 2004, con algunas modificaciones. La absorbancia fue medida a 515 nm, utilizando un espectrofotómetro (Thermo Scientific Spectronic Genesys 10 UV-Vis Scanning, Madison, WI, USA) y trolox como estándar.

Fenoles totales. Fenoles fueron determinados en el mismo extracto con el reactivo Folin-Ciocateu utilizando ácido gálico como estándar, según el método de Slinkard & Singleton (1977). La absorbancia de las muestras fue medida a 765 nm.

DESARROLLO PLAN ESTRATÉGICO

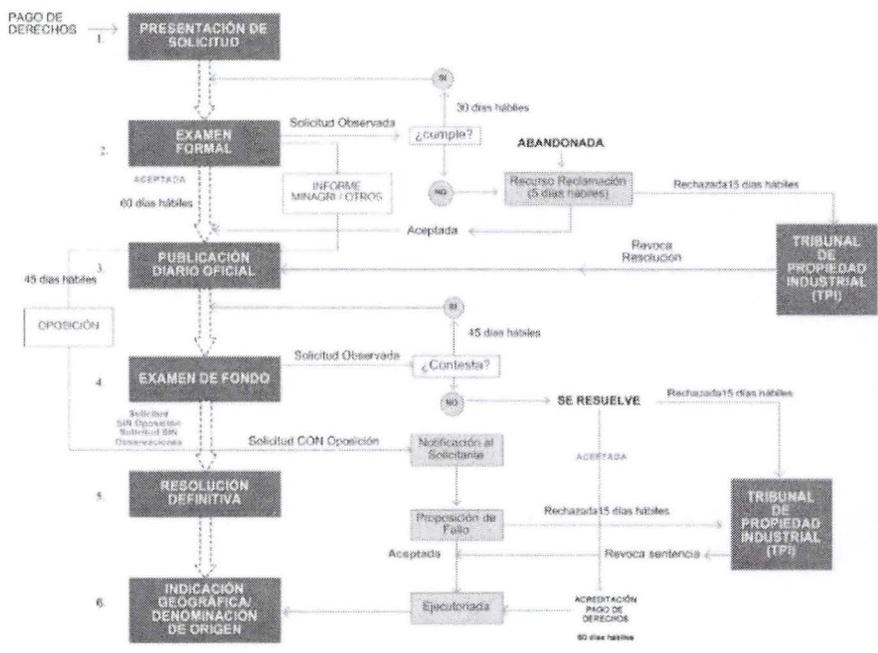
Para el proceso de desarrollar con éxito una IG puede verse frenado o podría descarrilar sin un enfoque coherente y sin una serie de medidas concretas que puedan adoptarse de una manera consensuada. Para ello la elaboración de un plan facilitará la elección de las estructuras y normas que se aplicarán en el lugar de origen. Para garantizar la máxima eficacia de la IG, habrá que invertir en estructuras de gestión local y en métodos participativos que permitan la elaboración de un plan estratégico. Dicho plan deberá incluir los siguientes componentes:

- Un estudio de la política nacional e internacional y del marco normativo que cubra las cuestiones jurídicas sobre la protección de la IG (estas cuestiones podrían verse afectadas por los acuerdos internacionales o los tratados);
- Un plan para administrar la IG a través de una comisión u otro órgano que incorpore los controles necesarios;
- Un plan de comercialización para proteger y colocar en el mercado la IG, que integre los medios de colaboración con entidades del sector privado a fin de garantizar una promoción adecuada y salvaguardar la reputación de la IG como marca;
- Normas y controles de calidad en las diferentes fases de producción y una coordinación dinámica de la cadena de suministro para examinar qué procedimientos son los más idóneos para que los miembros de un origen lo aborden como grupo; y
- Un programa para superar con eficacia los cambios que puedan producirse, como la incorporación de numerosos productores nuevos o la escasez de materias primas.

PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD

Luego de realizado los trabajos y los informes que solventa la IG es el momento de los procedimientos de solicitud de protección de la IG los cuales presentan algunas características comunes, aunque las variantes son frecuentes. Suele haber una fase interna inicial en la que el organismo público INAPI y ODEPA evalúan y tramitan la solicitud y la admiten o deniegan. Si se deniega, en muchos casos se puede recurrir de revisión a esta decisión. Si se admite la solicitud, en la segunda fase se publica la propuesta sobre la IG, que también podrá someterse a la presentación de oposiciones y a una audiencia o un recurso. Para lo cual en el desarrollo de esta propuesta se acompañará y revisará en cada momento para darlas respuestas al equipo público evaluador.

Esquema de tramitación completa de una IG.



Método objetivo 2: Conformar y organizar el grupo de productores del puerro de Maquehue.

El organizar, desarrollar y crear en los productores la organización considerada a todos los miembros del sector con el propósito de aumentar sus ingresos mediante la realización de actividades de producción, comercialización y elaboración de productos con un mayor valor agregado a donde ellos puedan optar en un futuro. Para alcanzar esta organización desarrollaremos 4 etapas que son:

- 1.-Reunión preparatoria para definir los participantes y los estatutos de la asociación de productores de puerro.
 - Reuniones de Terreno.
 - FODA
 - Reunión asamblea de estatutos.
- 2.-Asamblea constitutiva ante el ministro de fe y elección del directorio.-
 - Conformación de grupo.
 - Citación en la municipalidad de Padre Las Casas al ministro de fe.
- 3.-Aprobación de los estatutos por parte de la municipalidad e inscripción en el registro civil.-
 - Elaboración y definición de los compromisos de asociados.
- 4.-Obtención de inicio de actividades y Rut.
- 5.-Sesiones de la agrupación.
 - Sesiones de coordinación de la agrupación apoyados por el equipo técnico del proyecto.

Método objetivo 3: Elaborar una estrategia de branding para ser presentada en la documentación IG.

El branding de marca o de empresa es el proceso mediante el cual se construye una marca, comprendiendo este como el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores inherentes a la marca y por la que esta será identificada por su público. Por ello, cada paso que da la empresa hasta convertirse en una marca rápidamente reconocible por sus clientes debe analizarse y seguir una estrategia previa.

LA ESTRATEGIA DEL BRANDING

Paso 1. Definir objetivos de negocio explícitos a corto y largo plazo que sean los motores de la brand visión.

Paso 2. Análisis de los stakeholders clave para capturar sus necesidades de branding implícitas.

Paso 3. Desarrollar una segmentación de consumidores en base a sus necesidades, con perspectivas sobre la competencia y la evolución económica del segmento.

Paso 4. Desarrollar y crear una brand visión (lo que la marca quiere ser a largo plazo para apoyar a la estrategia de empresa).

Paso 5. Desarrollar la brand promise.

Paso 6. Desarrollar brand positioning, brand identity y brand image.

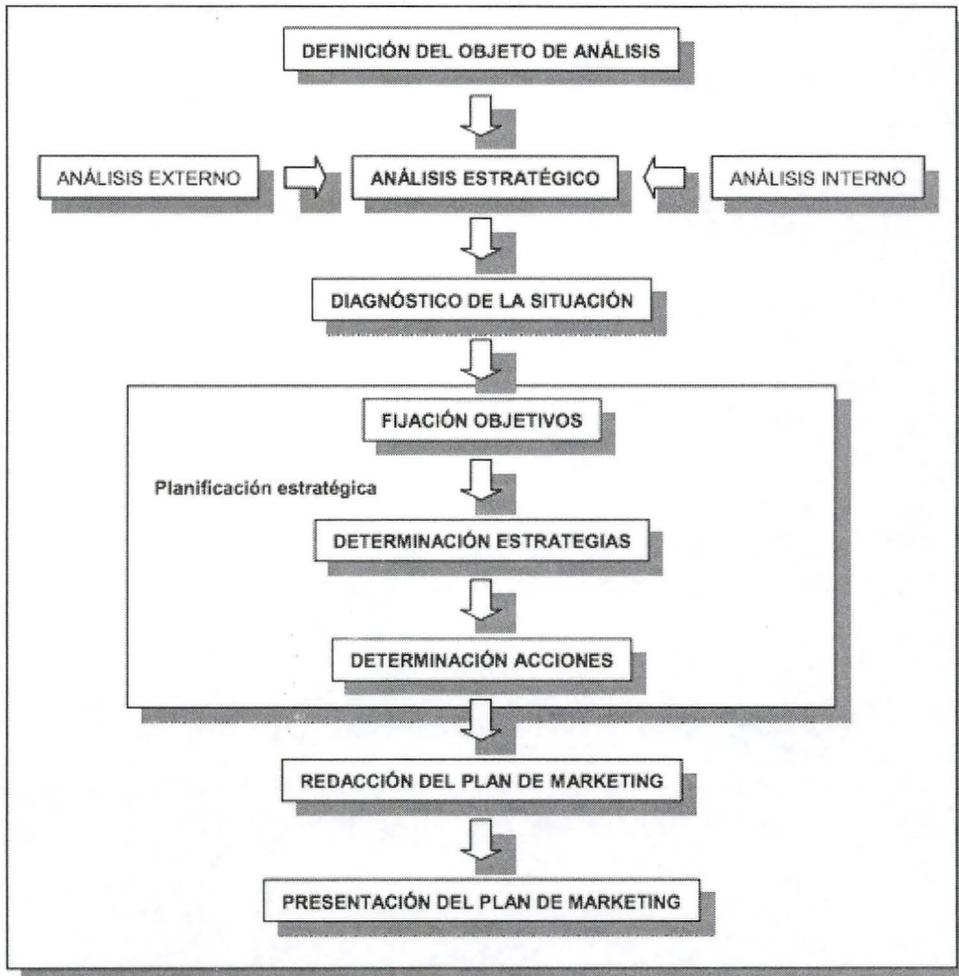


70

Método objetivo 4: Elaborar un plan de marketing para una futura implementación.

El plan de marketing es un documento escrito en el que de una forma estructurada se definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado y se detallan las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto.

Su elaboración no es un trabajo puntual y administrativo, sino que requiere de un proceso previo de estudio, reflexión y toma de decisiones. A continuación se presenta la estructura a desarrollar para conseguir el plan de marketing.



El Plan de Marketing contemplará el desarrollo de actividades de promoción, herramientas como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, las ventas personales y (según Kotler y Keller) los eventos y experiencias, para lograr los objetivos (generales y específicos).

Publicidad: Anuncios impresos, de radio, empaque, insertos en el empaque, folletos, carteles y volantes, directorios, impresiones de anuncios, escaparates en puntos de venta, material audiovisual, símbolos y logotipos.





Promoción de ventas: Concursos, juegos, sorteos, obsequios, muestras, participación en ferias comerciales, exhibiciones, demostraciones, acuerdos.

Relaciones Públicas: Boletines de prensa, discursos, seminarios, reportes anuales, publicaciones, relaciones con la comunidad, trafkuntü.

Venta Personal: Representaciones de venta, reuniones de venta, programas de incentivos, muestras, ferias y espectáculos comerciales.

Marketing Directo: Catálogos, mensajes por correo, comunicados por internet, correo electrónico.

Serán parte de las actividades que se potenciarán para crear una imagen y presencia del Puerro de Maquehue, esto nos ayudará a tener en cuenta que la promoción nos brinda un amplio abanico de opciones para informar, persuadir o recordar de forma creativa al público objetivo acerca de los productos que la empresa ofrece, pero, sin olvidar que el fin último es influir en sus actitudes y comportamientos para la satisfacción de necesidades y deseos.

A small, handwritten mark or signature in the bottom right corner of the page.

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

Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.					
Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ³ (RE)	Indicador ⁴	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)
1	1	Informe de Análisis de FODA para implementación de IG.	Informe elaborado	0	1
1	2	Plan Estratégico de la cooperativa	Plan estratégico elaborado	0	1
1	3	Plan de administración de una IG	Constitución de comité regulador	0	1
1	4	Protocolos de producción de calidad	Fichas (5) de producción de semilla, almácigo, siembra, cosecha, poscosecha.	0	5
1	5	Documento para presentación de IG	Informe IG elaborado	0	1
2	1	3 reuniones de trabajo para conformación de productores	Actas de reunión	0	3
2	2	Documento de conformación de agrupación	Documento legal	0	1
3	1	Estrategia de branding	Plan elaborado	0	1
4	1	Plan de marketing para dar a conocer el producto	Plan elaborado	0	1

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

⁴ Indicar el indicador del resultado esperado.

1.5. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos ⁵	Resultado Esperado ⁶ (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Definir y elaborar los ejes principales del Plan Estratégico Organizacional	Plan estratégico de la agrupación	Septiembre 2017
Solicitud de Marca colectiva	Aceptación de la postulación a MC	Septiembre 2017
Análisis nutricionales realizados	Análisis comparativos polifenoles y ORAC	Diciembre 2017
Constitución legal de los productores	Documento legal de la constitución	Septiembre 2017
Comité de administración de IG Constituido	Constitución de comité administrador.	Diciembre 2017
Informe final (Documento) de IG para presentar a INAPI	Informe final que solventa la postulación a la IG	Marzo 2018
Ingreso a trámite infrome IG	Primer informe de observaciones de INAPI	Septiembre 2018

⁵ 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.

⁶ Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

1.7. Modelo de sostenibilidad

Indique cual será el modelo de sostenibilidad del producto y/o proceso patrimonial puesto en valor en el corto y mediano plazo.

En el caso de propuestas que aborden el acceso a los mercados de los productos patrimoniales durante la ejecución, se debe describir el modelo de negocio⁷.

El modelo propone para cumplir con sus objetivos el desarrollo de un programa integral, diferenciado por la zona, sostenible en el tiempo desde el punto de vista organizacional. Es así que es importante apoyar la formación y capacitación de los productores de la zona, mediante el asesoramiento técnico y la implementación de un sistema de gestión grupal.

Para la sostenibilidad del sello de origen de indicación geográfica se pretende desarrollar estatutos y un compromiso de cada productor participante que será regulado a través de un comité de administración, a través de esto se pretende:

- a) Representar a los productores de Puerro de Maquehue, en Chile y en el extranjero ante cualquier autoridad, para solicitar el registro de la Indicación Geográfica del producto.
- b) Administrar la Indicación Geográfica (I.G.) otorgando la autorización para el uso de la I.G. a los productores que cumplan con los protocolos y estándares de producción y que se encuentren ubicados dentro del área geográfica delimitada de su reglamento.
- c) Velar por el estricto cumplimiento contenido en los reglamentos de uso y control de la Indicación Geográfica (I.G.) y demás protocolos y prácticas de manejo agrícolas señalados para la producción del Puerro de Maquehue, necesarios para el uso de la I.G.
- d) Establecer sanciones, multas y cancelación del uso de la Indicación Geográfica y en caso de incumplimiento grave y reiterado a los reglamentos de uso o control aprobados por la asamblea general.

Para conformar el patrimonio de la agrupación estará formado por las cuotas de incorporación, ordinarias y extraordinarias; por el producto de sus bienes o servicios remunerados que preste; por la venta de sus activos; proyectos que ejecute; y por las erogaciones y subvenciones que obtenga de personas naturales o jurídicas, de las Municipalidades o del Estado.

Las rentas, utilidades, beneficios o excedentes de la agrupación, no podrán distribuirse a sus afiliados ni aún en caso de disolución, debiéndose emplear para la mantención de los costos necesarios del sello de origen.

Lo anteriormente expuesto deberá quedar estipulado en los estatutos de la organización, como así los valores de cuotas correspondientes. De esta forma se podrá garantizar una continuidad del sello y su sostenibilidad en el tiempo.

A su vez en el desarrollo del proyecto se pretenden gestionar recursos a través de otras fuentes de financiamiento para apoyar y fortalecer la organización humana de la agrupación.

⁷ Para describir el modelo de negocio, considere: el mercado al cual se orienta el producto, los clientes potenciales y cómo se relacionarán con ellos, la propuesta de valor y cómo se generarán los ingresos y los costos del negocio.

1.8. Potencial de impacto

A continuación seleccione los potenciales impactos que se generan con la realización de la propuesta y el alcance de sus resultados esperados.

Contribución de la valorización patrimonial al desarrollo económico y social de la pequeña agricultura.

La valorización del puerro de Maquehue a través de una IG contribuye a la comunidad local valorándolo, agregando valor y distinción a un producto que ha estado vinculado en la vida de las familias mapuche y campesinas que durante generaciones lo han cultivado, seleccionado, guardado semillas y ha formado parte en la dieta alimenticia y de la economía familiar constituyendo una alternativa y complemento de ingresos. El cultivo es parte de las tradiciones, costumbre e historia que las familias han transmitido de generación en generación, muy presente y arraigada en su forma de vida.

Esta valorización del patrimonio aporta al desarrollo económico local, impulsando, diferenciando el puerro de Maquehue con otras marcas comerciales.

Contribución de la valorización patrimonial a la conservación de la mega diversidad de los recursos genéticos

La contribución de la valorización patrimonial a la conservación de la mega diversidad de los recursos genéticos se realizara a través de prácticas productivas sustentables, que aseguren el mantenimiento de la biodiversidad, es decir con la generación y validación de prácticas y manejos de uso sustentable de modo que las comunidades y familias campesinas locales tengan un control y planificación en el uso de sus recursos naturales, tales como tasa de cosecha, selección de ejemplares para semillero, identificación de áreas vulnerables o frágiles para no intervención.

Contribución de la valorización patrimonial al fortalecimiento de la identidad territorial y al desarrollo de actividades económicas asociadas al territorio.

A través de la implementación de una IG se contribuye valorando el patrimonio y fortaleciendo la identidad del territorio identificando e impulsando al "Puerro de Maquehue" que actualmente se ha constituido en un producto y una actividad de cultivo tradicional con historia y expresiones culturales del sector donde se cultiva, que generan una identidad territorial exclusiva y en cierta forma generadoras de elementos básicos diferenciadores para poner en valor: calidad, origen, naturaleza y cultura, necesarios de comunicar al consumidor y al mercado.

La propuesta considera que la valorización patrimonial también estará presente en el acceso a los mercados, dado que el producto además de las características y propiedades ya conocidas integran elementos diferenciadores que se comunicarán al mercado, elementos como identidad territorial y tradiciones ancestrales, recetas de su elaboración de cocinería mapuche, son algunas de las más importantes.



2. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Universidad Católica de Temuco	
Giro / Actividad	Universidad	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	X
	Otras (especificar)	
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	www.uct.cl	
Nombre completo representante legal	Marcela Eugenia Momberg Alarcón	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Abogado	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Prorrector	
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	Asociación Indígena de Hortaliceros Folil Mapu	
Giro / Actividad	Agrícola-gremial / Asociación Indígena de productores de hortalizas	
RUT	en trámite	
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	X
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	Marcelino Jaramillo Painevilu	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidnete	
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	Gina Natalie Leonelli Cantergiani
RUT	
Profesión	Ing. Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Universidad Católica de Temuco
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Director de Carrera
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



Nombre completo	Armin Walter Cuevas Riquelme
RUT	
Profesión	Ing. Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Universidad Católica de Temuco
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Profesional de apoyo
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



Nombre completo	Verena Herbach
RUT	
Profesión	Ing. Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Particular
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

3. Costos totales consolidados

3.1. Estructura de financiamiento.

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

3.2. Costos totales consolidados.

II. Detalle administrativo (Completado por FIA)

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

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

- Período de ejecución.

Período ejecución	
Fecha inicio:	03 de octubre de 2016
Fecha término:	28 de septiembre de 2018
Duración (meses)	24 meses

- Calendario de Desembolsos

Nº	Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
1		Firma de contrato		
2	02.01.2018	Aprobación de Informes Técnico y Financiero N°1 y N°2		
3	04.01.2019	Aprobación de Informes Técnico y Financiero N°3 y Finales	hasta*	
	Total			

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

- Calendario de entrega de informes

Informes Técnicos	
Informe Técnico de Avance 1:	11/04/2017
Informe Técnico de Avance 2:	09/10/2017
Informe Técnico de Avance 3:	09/04/2018

Informes Financieros	
Informe Financiero de Avance 1:	11/04/2017
Informe Financiero de Avance 2:	09/10/2017
Informe Financiero de Avance 3:	09/04/2018

Informe Técnico Final:	19/10/2018
Informe Financiero Final:	19/10/2018

- 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.