



CONVOCATORIA DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN 2010/2011

FORMULARIO DE POSTULACIÓN DE PROYECTOS A NIVEL DE PROPUESTA COMPLETA

(Fuente: Arial / Tamaño: 10)

ABRIL 2011

1

OFICINA DE PARTES 2 FIA RECEPCIONADO	
Fecha	15 ABR 2011
hora	12:55
Nº Ingreso	1533

TABLA DE CONTENIDOS

1. LISTA DE CHEQUEO	3
2. RESUMEN DEL PROYECTO.....	4
3. ANTECEDENTES SOBRE LOS POSTULANTES	7
4. CONFIGURACION TECNICA DEL PROYECTO.....	11
5. ORGANIZACION.....	31
6. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION	33
7. ESTRATEGIA DE DIFUSION Y/O TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA	34
8. COSTOS DEL PROYECTO	35
9. ANEXOS	39

1. LISTA DE CHEQUEO

La propuesta debe ser presentada en el "Formulario de postulación" en tres copias y archivo digital (CD)	Si
Ficha identificación ejecutor	Si
Ficha identificación asociados	Si
Ficha identificación coordinador y equipo técnico	Si
Carta compromiso aportes entidad responsable y agentes asociados	Si
Carta compromiso de cada integrante del Equipo Técnico	Si
Currículo Vital de los integrantes del Equipo Técnico	Si
Ficha de antecedentes legales del postulante	Si
Antecedentes comerciales	Si
Archivo Excel	Si

2. RESUMEN DEL PROYECTO

2.1. Nombre del proyecto

Nueva variedad de uva de mesa Chilena, para el mercado premium de ASIA y su introducción a la industria frutícola nacional e internacional.

2.2. Subsector y rubro de impacto del proyecto de acuerdo a CIIU-Clasificador de actividades económicas para Chile (Anexo 9.1), y especie principal (si aplica).

Código CIIU	0113
Subsector	Frutales Hoja Caduca
Rubro	Viñas y Vides
Especie (si aplica)	Vitis Vinífera

2.3. Identificación del ejecutor (Anexo 9.2)

Nombre	ALFREDO ORLANDO CHIMENTI AGRI
Giro	AGRICOLA
Rut	
Representante Legal	ALFREDO ORLANDO CHIMENTI AGRI
Firma Representante Legal	

2.4. Identificación del o los asociados (Anexo 9.3).

Asociado 1	
Nombre	ASOCIACION DE EXPORTADORES DE CHILE A.G.
Giro	ASOCIACION GREMIAL
Rut	
Representante Legal	MIGUEL CANALA ECHEVERRIA VERGRA
Firma Representante Legal	

Asociado 2	
Nombre	CONSTRUCCIONES, INVERSIONES Y RENTAS EL RETAMO LIMITADA
Giro	ASESORIAS E INVERSIONES
Rut	
Representante Legal	JUAN CARLOS MENDEZ GONZALEZ
Firma Representante Legal	

2.5. Período de ejecución

Fecha inicio	01 junio de 2011
Fecha término	31 Mayo de 2014
Duración (meses)	36 meses

2.6. Lugar en el que se llevará a cabo el proyecto

Región	Metropolitana
Provincia	Talagante
Comuna	Talagante

2.7. Estructura de costos del proyecto *

Aportes		Monto (\$)	%
FIA			
Contraparte	Pecuniario		
	No pecuniario		
	Subtotal		
Total (FIA + subtotal)			

2.8. Ámbito **principal** de la innovación asociada al proyecto (marcar con una X).

Bienes / Servicio	X	Proceso	X	Marketing	X	Organización	X
-------------------	---	---------	---	-----------	---	--------------	---

* La estructura de costos final para esta iniciativa a nivel de propuesta completa ha sido reconsiderada, lo cual, ha generado drástico cambio a la presentada en el proyecto a nivel de perfil. Lo anterior, se debe a que el proyecto considera una serie de actividades las cuales a su vez deben ser coordinadas, realizadas, evaluadas y validadas por un equipo humano multidisciplinario el cual se ha de contratar específicamente para el desarrollo de esta iniciativa, apostando que el proyecto al término del plazo estipulado sea autosustentable. Además se ha considerado la sugerencia enviada por los equipos técnicos como también de la revisión por parte de la Dirección Ejecutiva y los consejeros de FIA.

2.9. Resumen ejecutivo del proyecto: indicar problema/oportunidad, solución propuesta, y objetivos y resultados esperados del proyecto.

Esta iniciativa, viene a poner a disposición de la industria frutícola nacional e internacional una nueva variedad de uva de mesa altamente competitiva y rentable. Viene a complementar la oferta de variedades de uva de mesa extranjeras existentes en nuestro país pero con características y condiciones únicas, además de ser cien por ciento una variedad de uva de mesa CHILENA. El mercado objetivo para esta nueva variedad es el mercado asiático (China, Hong Kong, Taiwán, Malasia, Tailandia y Vietnam entre otros), sin perjuicio de fomentar el desarrollo de esta variedad en otros mercados como USA, México, Europa y Lejano Oriente. En el mercado global, el consumo de uva de mesa muestra una demanda en constante crecimiento. Sin embargo, las características ideales demandadas apuntan a una UVA de mesa de características excepcionales, que hasta ahora no existía. Color, azúcar y postcosecha son claves de éxito. Cifras de estudios de mercado recientes*, muestran la dirección que está tomando esta industria, abandonando variedades tradicionales como Flame y Thompson Seedless, que han perdido rentabilidad, por menor productividad, menor porcentaje de fruta exportable y mayores costos de producción. La orientación reciente va en dirección a variedades más productivas y rentables, características presentes en esta nueva variedad, denominada Pink Globe.

Este proyecto, nace de un importante descubrimiento genético, que permitirá colocar a Chile, al nivel de sus competidores en el mundo, abrirá la posibilidad de utilizar los mecanismos de protección industrial, derechos de propiedad y de mercadeo controlado, a fin de poder obtener los mejores resultados en los mercados internacionales. De esta forma, el presente proyecto de innovación, representa una oportunidad para solucionar problemas que comúnmente enfrenta la industria frutícola, como es el limitado acceso de los productores a nuevas variedades frutícolas más rentables y más competitivas.

Para lograr el éxito de este proyecto, se deben regularizar los aspectos legales necesarios para la proteger esta nueva variedad de uva de mesa Chilena, tanto en el territorio nacional como en el extranjero. Se pretende comercializar a corto plazo esta variedad, a través de un modelo de negocios innovador que aporte valor, ofreciendo una alternativa competitiva y rentable, fomentando siempre, la imagen de nuestro país y el resguardo de su patrimonio natural. Los beneficios asociados a esta iniciativa son variados y consideran tanto al sector público como privado. Se esperan efectos positivos claros en el desarrollo y fomento de las exportaciones de uva de mesa, obteniendo mejoras en: Cantidad de mano de obra, ingresos de la industria, calidad de vida de productores y obreros, competitividad de la industria y por sobre todo en la imagen país como potencia agroalimentaria. Pretendemos abrir la puerta a iniciativas similares por parte de productores pyme (alianzas estratégicas) y no de los grandes conglomerados.

Esperamos que esta innovación sea especialmente aprovechada por productores medianos y pequeños, quienes son los más afectados por la crítica situación por la que atraviesa el sector y por lo tanto, los que más necesitan de herramientas destinadas a abrir nuevas oportunidades.

* Anuario del campo 2010

3. ANTECEDENTES SOBRE LOS POSTULANTES

- 3.1. Reseña del ejecutor: indicar brevemente la historia del ejecutor, cuál es su negocio y cómo éste se relaciona con el proyecto. Incluir valor de ventas anuales en UF para el mercado chileno y en dólares para exportaciones, además del número de trabajadores permanentes (año 2010).

Don Alfredo Orlando Chimenti Agri,

y se ha dedicado por más de 50 años a la fruticultura en cuerpo y alma. Es productor agrícola cien por ciento autodidacta, con un diplomado en "*Fundamentos fisiológicos en la producción de uva de mesa*" dictado en la Universidad de Chile el año 2005. Durante toda su vida se ha mantenido innovando y realizando premisas técnicas, transformándose así, en un gran apoyo a las futuras generaciones del agro. Siempre con un espíritu gremialista y de servicio ha prestado asistencia permanente en charlas técnicas, seminarios, congresos, visitas y viajes de transferencia tecnológica.

Dentro de los diferentes cargos que ha ocupado, podemos destacar: Presidente de la Asociación de Productores de Fruta de la R. M., Presidente de la Asociación Canalistas - Las Golondrinas, Socio y Ex consejero de la Sociedad Nacional de Agricultura, Socio y consejero de Fedefruta, Consejero de la Escuela Agrícola de Talagante, Socio y Director de la Asociación Gremial de Agricultores de Talagante, Integrante y Tesorero del Grupo de Transferencia Tecnológica de Talagante, Socio y secretario de la Asociación de Productores de Uva de la R. M., Ex Presidente y actual tesorero del Círculo de Amigos de Carabineros 23ª Comisaría de Talagante. Adicionalmente, a su larga lista de cargos, es importante mencionar alguno de los premios que ha recibido y han dejado en evidencia el valioso aporte de una vida dedicada a la fruticultura: Premio al mérito, Fedefruta 1996; Premio a los 100 productores por su compromiso con la calidad CORFO/Fedefruta 2002; Reconocimiento al valioso aporte de la fruticultura nacional, SNA Octubre 2003; Premio por su destacada trayectoria como agricultor, GTT Puyehue 2007. Es importante mencionar, que Don Alfredo Chimenti Agri, ha convocado a un grupo de profesionales y empresas (Asociadas) y otros profesionales del área de la ingeniería, que le permiten reunir en un equipo de trabajo multidisciplinario, todas las competencias técnicas y profesionales para llevar a cabo el proyecto que se presenta.

Don Alfredo Chimenti Agri, es propietario del campo ubicado

Santa Ana, Talagante. Se especializa en la producción de uva de mesa y carozos y es en esta propiedad donde hace ya aproximadamente siete años, se produce la mutación en uva de mesa RED GLOBE que da origen a esta nueva variedad de uva de mesa, a este proyecto y en resumen, a esta innovación.

Para las labores del campo, se cuenta con una planilla de 14 trabajadores permanentes y durante cosecha y packing, se requiere además 40 trabajadores temporeros. Las ventas destinadas al mercado nacional durante el año 2010 ascendieron a la suma de UF mientras que las ventas anuales correspondientes a los retornos de exportación alcanzaron los US\$ dólares.

3.1.1. Acceso a otros subsidios: ¿El ejecutor ha accedido a subsidios de FIA u otras agencias del Estado? (marque con una X)

SI	X	NO	
----	---	----	--

3.1.2. Si la respuesta anterior fue **SI**, entregar la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones de subsidios (inicie con el más reciente).

Subsidio 1	
Nombre agencia	CORFO (AGENTE FEDEFRUTA A.G.)
Nombre proyecto	Profo Uva de mesa y carozos
Monto adjudicado (\$)	
Año adjudicación y código	Año 2004 Código 13.2004.3006-1/P4
Fecha de término	Año 2008
Logros alcanzados con el proyecto	El Profo, conformado por cinco empresas agrícolas (no involucró solo al ejecutor en forma individual) permitió lograr la exportación directa de nuestra fruta, mayores retornos de exportación, menores costos en la operación, apertura de mercados, una cartera de clientes y proveedores consolidada, certificaciones internacionales, alianzas estratégicas y un reconocimiento nacional e internacional.

- 3.2. Reseña del o los asociados: indicar **brevemente** la historia de cada uno de los asociados, sus respectivos negocios y cómo estos se relacionan con el ejecutor en el marco del proyecto. Complete un cuadro por cada asociado. Incluir valor de ventas anuales en UF para el mercado chileno y en dólares para exportaciones, además del número de trabajadores permanentes (año 2010). Se excluyen las organizaciones sin fines de lucro.

Nombre asociado 1	Asociación de Exportadores de Chile A.G.
<p>La Asociación de Exportadores de Chile, A. G. (ASOEX), es una entidad gremial de carácter privado, sin fines de lucro, creada en el año 1935 y representa a la industria frutícola chilena de exportación. Actualmente cuenta con un total de 583 socios, de los cuales 17 empresas forman parte del directorio con 17 directores titulares y 17 suplentes. Nuestros socios representan alrededor del 90% del volumen total exportado de frutas y hortalizas frescas, así como a más del 50% de la superficie plantada de frutales en Chile. También, ASOEX, está compuesta por 54 trabajadores estables y 168 temporales, que trabajan en los sitios de inspección.</p> <p>Su misión es facilitar las exportaciones de los productos que Chile ofrece al mundo; fomentar, promover y defender el comercio de las exportaciones hortofrutícolas, la apertura de nuevos mercados e incentivar el perfeccionamiento profesional de sus asociados. Asimismo, cumple la labor de difundir información de carácter técnico y comercial y entregar apoyo a la investigación para el desarrollo del sector. De la misma forma, ASOEX es la entidad a cargo de la administración de los convenios fitosanitarios internacionales.</p> <p>La relación con este proyecto es directa ya que ASOEX ha sido de gran importancia en la inscripción de esta variedad en los registros del SAG y a su vez, la metodología a utilizar en este proyecto, en conjunto con el ejecutor y Juan Carlos Mendez implica un constante apoyo en los ámbitos señalados anteriormente.</p>	

Nombre asociado 2	Construcciones, Inversiones y Rentas El Retamo Ltda.
<p>Sociedad de Inversiones formada por don Juan Carlos Méndez Gonzalez y Verónica Montero Jaramillo.</p> <p>Desarrolla actividades agrícolas en la zona de Linares. Las ventas corresponden a arándanos, uva vinífera y avellano europeo. Las que entrega a Hortifrut, Concha y Toro y Agrichile. Estas alcanzaron el año 2010 un total de UF. de las cuales se estima que un 90% se destina a exportación.</p> <p>La empresa da empleo a 16 personas de planta y contrata hasta 30 obreros temporeros en época de cosecha.</p> <p>Su socio don Juan Carlos Méndez Gonzalez, fue uno de los asesores de don Alfredo Chimenti Agri en el proceso de registro de la variedad ante el SAG.</p>	

3.3. Reseña del coordinador principal del proyecto (Anexo 9.4).

3.3.1. Datos de contacto

Nombre	ALFREDO OSVALDO CHIMENTI SILVA
Fono	
email	

3.3.2. Indicar **brevemente** la formación profesional del coordinador, experiencia laboral y competencias que justifican su rol de coordinador del proyecto.

Alfredo Osvaldo Chimenti Silva, Coordinador Principal del proyecto FIA, cursa su educación básica y media en el Colegio Liceo Alemán de Santiago egresando el año 1993. El año 1995 ingresa a la Universidad Diego Portales y cursa la carrera de Ingeniería Comercial. En Abril del año 2001, obtiene el grado académico de Licenciado en ciencias en la administración de empresas y el título de Ingeniero Comercial. Posteriormente viaja a Estados Unidos y realiza un postgrado en International Business Management en la Universidad de Berkeley, California. Asume como Gerente General de la empresa exportadora Agrifruta S.A. a fines del año 2003, cargo en el cual se desempeña actualmente. Su experiencia laboral le ha permitido, entre otras cosas, entender el negocio agrícola en profundidad. De esta manera, la empresa Agrifruta S.A. pasó de exportar 100.000 cajas el año 2004 a 900.000 cajas el año 2008 (Fuente: Exportdata, estadísticas de exportación) lo cual le ha valido un reconocimiento tanto nacional como internacional. Ha participado durante los últimos años en importantes ferias de la industria frutícola a nivel mundial como son; la feria PMA en Estados Unidos y la feria Fruit Logistica en Alemania y también de importantes ruedas de negocios como la Fruittrade y otras organizadas por Asoex, Fedefruta, SNA, The Chilean Fresh Fruit Assosiation y Prochile. Ha asistido a un sin número de charlas y seminarios relacionados con el agro y otros temas de interés ligados a la uva de mesa, carozos, pomáceas, cítricos, kiwis, paltos, cerezos, etc. siendo incluso panelista en muchos de ellos. Visita constantemente los mercados más importantes para la fruta chilena en el extranjero y conoce perfectamente cada una de las zonas productivas de nuestro país. En los últimos años, y en relación a las competencias que justifiquen su rol de coordinador del proyecto, entre otras esta el hecho de: haber consolidado una importante cartera de clientes y proveedores tanto en el ámbito local como en el extranjero, mantener un constante *feed back* con todos ellos y en general con toda la cadena de valor, el estar atento a los cambios y oportunidades que se presentan y el demostrar un gran interés, responsabilidad, compromiso y motivación día a día.

Sin duda, esta nueva variedad de uva de mesa se impone como un gran desafío y una gran oportunidad para: seguir desarrollando el negocio exportador, satisfaciendo las necesidades de miles de consumidores que requieren un producto único y de características únicas y al mismo tiempo, generar un plan de negocios al corto/mediano plazo consistente en poner a disposición de la industria nacional e internacional esta nueva variedad, generando mayor valor e integrando nuevas áreas de desarrollo con objetivos y metas claras y cuantificables, acompañado de un estilo de administración simple, moderno e innovador.

4. CONFIGURACION TECNICA DEL PROYECTO

- 4.1. Problema u oportunidad: identificar y analizar el problema u oportunidad de mercado que da origen al proyecto de innovación.

* Chile representa el 50% de la fruta fresca exportada desde el hemisferio sur considerando los envíos de uva de mesa, duraznos, kiwis, manzanas, paltas, ciruelas y peras. A nivel hemisférico es el principal exportador de uva de mesa, manzanas, ciruelas, duraznos, nectarines, peras, paltas, arándanos y frambuesas. En el mundo es el mayor exportador de uva de mesa y ciruelas. Chile, ha logrado posicionarse en más de 90 mercados y ha mantenido una constante apertura comercial. El mercado asiático en particular, ha ido cobrando cada vez mayor importancia dadas sus tasas de desarrollo y crecimiento. Solo China, en particular, se alza con una población de 1.335 millones de habitantes y demuestra además una demanda consistente y al alza en distintos productos agrícolas.

Lamentablemente, por una serie de factores, ya sean climáticos, de suelo o varietales, los productores agrícolas sufren con el problema de no lograr el producto final que el mercado asiático y otros mercados requieren en términos de color y sabor para la uva de mesa. La uva Red Globe Chilena, se da de un tono violeta ** y en general con el porcentaje de azúcar justo permitido en los protocolos de exportación, transformándola en una variedad poco atractiva para el mercado en cuestión. Debido a lo anterior, solo logramos exportar un porcentaje menor y obtener precios muy por debajo de nuestros competidores. China, Hong Kong, Taiwán, Malasia, Tailandia y Vietnam entre otros, demandan fruta de color CLARO y de sabor DULCE.

Ahora bien, esta iniciativa, viene a poner a disposición de la industria frutícola nacional e internacional una nueva variedad de uva de mesa altamente competitiva y rentable. Viene a complementar la oferta de variedades de uva de mesa extranjeras existentes en nuestro país pero con características y condiciones únicas, además de ser cien por ciento una variedad de uva de mesa CHILENA. Color, azúcar y postcosecha son claves de éxito. Cifras de estudios de mercado recientes*, muestran la dirección que está tomando esta industria, abandonando variedades tradicionales como Flame y Thompson Seedless, que han perdido rentabilidad, por menor productividad, menor porcentaje de fruta exportable y mayores costos de producción. La orientación reciente va en dirección a variedades más productivas y rentables, características presentes en esta nueva variedad.

Este proyecto, nace de un importante descubrimiento genético, que permitirá colocar a Chile al nivel de sus competidores en el mundo, abrirá la posibilidad de utilizar los mecanismos de protección industrial, derechos de propiedad y de mercadeo controlado, a fin de poder obtener los mejores resultados en los mercados internacionales. De esta forma, el presente proyecto de innovación, representa una oportunidad para solucionar problemas que comúnmente enfrenta la industria, como es el limitado acceso de los productores a nuevas variedades frutícolas más rentables y más competitivas y al mismo tiempo viene a satisfacer una tremenda demanda insatisfecha por parte de millones de consumidores en el mundo.

* Anuario del campo 2010

** Según tabla de colores ASOEX (RG3-RG4)

4.2. Solución innovadora: ¿Qué solución innovadora se propone en el presente proyecto para resolver el problema y/o aprovechar la oportunidad de mercado?

4.2.1. Indicar el ámbito **principal** de la innovación asociada al proyecto (marcar con una X).

Bienes / Servicios	X	Proceso	X	Marketing	X	Organización	X
--------------------	---	---------	---	-----------	---	--------------	---

4.2.2. Describir la solución a desarrollar en este proyecto y explicar su mérito innovador, en términos de novedad y agregación de valor.

PRODUCTO:

Como se ha señalado anteriormente, esta innovación considera una nueva variedad de uva de mesa tanto a nivel nacional como internacional. Su origen proviene de una mutación somaclonal de la variedad de uva de mesa Red Globe, cuyo obtentor es un productor pyme de la Región Metropolitana. Esta nueva variedad, se caracteriza por un color rosado claro uniforme, de gran calibre, dulce, de sabor palatable, piel suave, de semillas neutras no astringentes ni herbáceas y de una gran vida de postcosecha. Presenta una acidez por sobre el 45% y un nivel de azúcar entre 18 a 20 grados brix. (3 a 4 grados brix mayor que su variedad madre).

Importante señalar que en la actualidad en nuestro mercado No existe una variedad con similares características. Ahora bien, en términos de valor creemos firmemente que esta variedad debería ser el recambio lógico para aquellas plantaciones de uva de mesa Red Globe que ya cumplen su ciclo de vida, que apuntan a nichos de mercado y a una mayor rentabilidad. Además, es una alternativa de recambio lógico para la variedad Thompson Seedless que pasa por serios problemas debido a su costo de producción y que es la variedad con mayor superficie plantada en nuestro país y de la cual se exportan mas de 25 millones de cajas.*

En los últimos años se han invertido miles de millones de pesos en programas de mejoramiento genético y en consorcios que buscan un producto mejorado, más productivo, más resistente a plagas y enfermedades, de mayor postcosecha, y en general más competitivo y rentable. Esto demuestra la importancia de esta innovación y del gran potencial que posee como alternativa para cientos de productores en nuestro país.

*Expordata, Yearbook Chile 2010

PROCESO:

Si bien podemos pensar que los procesos están relativamente estandarizados, los desafíos que tenemos a futuro no son menores. Creemos necesario hacerlos mas eficientes y para aquello es necesario inversiones en tecnología, el uso de agricultura de precisión para un mejor manejo de las plantaciones y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) que también aportan a que la actividad agrícola sea no solo más rentable, sino que además competitiva.

Desde el punto de vista del proceso productivo No tenemos que inventar la rueda ya que el manejo de esta variedad es muy similar al manejo de la uva red globe tradicional. Insisto en el hecho, eso si, que aplicar los conceptos anteriores de una manera eficiente solo nos llevara a obtener mejores resultados que los obtenidos en estos últimos años de ensayos y validaciones al mismo tiempo que optimizaremos la utilización de recursos hoy escasos, por ejemplo, el agua. En resumen, necesitamos aplicar tecnología y a la vez destinar recursos a la I+D altamente necesaria hoy en día en nuestra industria.

MARKETING:

Un estudio encargado por el Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad (CNIC)* resalta que para mantener el liderazgo que hoy muestra la fruticultura chilena depende de que se apliquen una serie de mejoras en temas como calidad e imagen de los productos, de manera de lograr precios más altos; diversificar mercados; aumentar la productividad y desarrollar variedades propias o mejoradas en especies como por ejemplo, uva de mesa. Esta iniciativa comprende y comparte todos estos conceptos y además enfoca el marketing y la comercialización de este producto a nichos de consumidores y a mercados específicos que valoran sus características. Será necesario desarrollar un marketing novedoso, agresivo, moderno y adecuado a los gustos locales para cada mercado específico y así potenciar la imagen país y de marca de esta nueva variedad a nivel global.

* Estudios de competitividad en clusters de la economía chilena. Consultora de Boston Consulting Group.

ORGANIZACIÓN:

Al hablar de organización obligatoriamente tenemos que considerar una integración vertical. Tenemos que ser capaces de innovar en una nueva estructura que nos permita administrar, controlar y proteger la producción para asegurar la oferta durante todo el año.

La organización contemplará el estructurar el negocio desde el origen, vale decir, desde la multiplicación del material vegetal, su completa trazabilidad, producción y exportación del producto final. Vamos a pasar de ser productores a trabajar en conjunto incluso con los principales actores del sector. Tendremos que implementar una serie de cambios que nos permitan enfrentar y adaptarnos a estos nuevos desafíos, entre ellos, incorporar mano de obra calificada e inversiones en infraestructura y tecnología. Abrirá, además la posibilidad de innovar en la utilización de los mecanismos de protección industrial, derechos de propiedad y de mercadeo controlado, a fin de obtener los mejores resultados en los mercados internacionales. Conceptos hoy muy poco utilizados en la industria nacional pero que cobran día a día mayor importancia sobre todo con la oferta de variedades proveniente del extranjero.

4.3. Estado del arte

4.3.1. ¿Qué existe en Chile y en el extranjero relacionado con la innovación propuesta? (incluir información cualitativa y cuantitativa)

En Chile
<p>Actualmente en nuestro país No existe una variedad de uva de mesa con las características de esta variedad. Ahora bien, es sabido que existe un gran interés por parte de muchos viveros, consorcios y en general de diferentes instituciones públicas y privadas en desarrollar nuevas variedades frutícolas y programas de mejoramiento genético, pero hasta el momento no se ha desarrollado nada similar.</p> <p>Esta variedad hoy se encuentra inscrita en los registros de variedades protegidas del SAG bajo el nombre CHIMENTI GLOBE y su nombre comercial, PINK GLOBE se encuentra en la última etapa de registro en INAPI bajo las clases 16 y 31.</p> <p>Este proyecto contempla el desarrollo de una serie de actividades en materia de sanidad vegetal, identificación y mejoramiento genético, zonificación, validaciones comerciales, difusión, publicidad, prospección de mercados, entre otras, en conjunto con una serie de instituciones públicas y privadas como por ejemplo el SAG, INIA, Universidad de Chile, Universidad Católica, FDF, Asoex y Fedefruta entre otras.</p> <p>* La uva de mesa Red Globe es la segunda variedad mas exportada de nuestro país con un total de 24 millones de cajas (equivalentes a 8.2 kilos c/u). De este total, 7,23 millones de cajas se exportan al mercado asiático, vale decir un poco mas del 30%. En primer lugar se encuentra Thompson Seedless, con 25.8 millones de cajas y en tercer lugar esta Crimson Seedless con 22.1 millones de cajas. El total de cajas exportadas de uva de mesa durante la temporada 2010 alcanzó los 102.1 millones de cajas.</p>
En el extranjero
<p>En general, contamos con una amplia gama de estudios e información disponible y podemos señalar que en el extranjero, No existe una variedad de uva de mesa similar. Mas aun, luego de finalizar el periodo legal de oposición a la variedad antes de ser inscrita por parte del SAG en el registro de variedades protegidas.</p> <p>Nuestro país, para efectos de protección varietal internacional se rige bajo la norma UPOV 91 en la cual se detallan todos los descriptores fundamentales de una variedad en sus distintas etapas vegetativas. Durante el tiempo que tomo completar esta norma, nos dimos cuenta de una serie de otras diferencias que nos avalan el hecho de que estamos frente a una variedad de uva de mesa completamente diferente a las existentes tanto a nivel nacional como internacional.</p> <p>Lo más cercano a esta variedad en el extranjero, es que en algunos países productores en nuestra contra estación, el color que obtienen en la uva de mesa Red Globe es menos oscuro que el nuestro, pero comparando este tono con el de Pink Globe las diferencias se mantienen claramente.</p> <p>* Expordata, Yearbook Chile 2010. The official figures p. 637</p>

4.3.2. Indicar cuán nueva, diferente o mejor es la innovación propuesta con respecto al punto anterior (4.3.1).

Como se mencionó anteriormente, esta variedad de uva de mesa, es una variedad completamente NUEVA, que no existía en nuestro país ni existe en el extranjero. Es una variedad con características únicas, como son: su color rosado claro uniforme, su gran calibre, dulzor, su sabor palatable y amoscatedado, su piel suave, sus semillas neutras no astringentes ni herbáceas, su gran vida de postcosecha, su nivel de acidez superior al 45% y su nivel de azúcar por sobre los 19° brix. Estas características, hacen de esta variedad, una variedad cien por ciento diferente al resto de las variedades existentes y que sin duda, debiera provocar un desempeño y un resultado MEJOR al cual estamos acostumbrados exportando variedades de uva de mesa similares a los diferentes mercados de destino. Estamos conscientes que lo anterior, generara un valor tremendo tanto a la variedad y a su marca comercial.

Hemos observado, que el mercado asiático presenta rangos de precios muy diferentes para una misma variedad de uva de mesa, en el mismo día de ventas. Un ejemplo claro es el principal mercado de China, el mercado de Guangzhou, donde los cientos de contenedores con uva de mesa procedentes de Chile se abren al público y este con sus criterios de selección claramente definidos, como son: color de la fruta, sabor y calibre elije un lote u otro en una especie de remate. Para fruta clara, dulce y grande se logran diferencias en los precios de al menos US\$ 10 dólares por caja. Si esta diferencia la llevamos a la rentabilidad que ofrece esta innovación, claramente entonces hablamos de un producto con un potencial insospechado. Para la fruta de un tono más oscuro y de sabor más neutro el mercado no premia en lo absoluto y solo paga los precios a los cuales hoy estamos acostumbrados a recibir.

Ahora bien, si nosotros como industria podemos cambiar nuestra imagen en el mercado, entregando un producto final con las características que los clientes y consumidores buscan, claramente estamos conscientes de que esta nueva variedad es una herramienta altamente competitiva y rentable. Si ha esto, le sumamos el hecho de poder incorporar en el mercado una etiqueta que muestre en el tiempo una consistencia y una uniformidad en base a la calidad y condición de la fruta ofrecida, tanto mejor. Lo que buscamos, es penetrar de una manera agresiva en el mercado con un producto que sabemos va a satisfacer las necesidades y requerimientos de millones de consumidores y que al corto plazo empezara a demandar nuestra variedad en desmedro de las actuales.

4.4. Indicar si existe alguna restricción legal y/o ambiental que pueda afectar el desarrollo y/o la implementación de la innovación propuesta.

Tanto el ejecutor del proyecto como el coordinador principal y los asociados al mismo han estado por años involucrados en la producción y comercialización de fruta de exportación. **Mas aun en la legislación de esta misma industria. Ahora, al ser nuestro país uno de los principales actores a nivel mundial en esta actividad, todas aquellas normas, requisitos, protocolos, leyes y en general deberes y derechos son de conocimiento publico y claramente nada tiende a afectar el desarrollo de esta innovación.**

En el plano legal, Alfredo Chimenti Agri, ejecutor del proyecto es el obtentor de esta nueva variedad de Uva de Mesa denominada Chimenti Globe en el registro de variedades protegidas del SAG y Pink Globe como nombre comercial cuya patente esta en su ultima etapa en INAPI bajo la clase 16 y 31. La actual legislación reconoce el derecho que el obtentor tiene sobre su variedad otorgándole la exclusividad para multiplicar y comerciar la planta de la variedad protegida durante la vigencia de la protección.

En general, no consideramos que exista ninguna restricción que atente o impida el normal desarrollo de este proyecto.

4.5. Propiedad intelectual: ¿Existen patentamientos, licenciamientos u otros mecanismos de protección **relacionados directamente** con el presente proyecto, que se hayan obtenido en Chile o en el extranjero? (marque con una X)

SI.	X	NO	
-----	---	----	--

4.5.1. Si la respuesta anterior es **SI** indique cuáles.

1.- En Chile: Propiedad intelectual sobre la variedad de uva de mesa Chimenti Globe que da derecho al Obtentor acogido a la norma UPOV 91. Esta variedad ya se encuentra en los registros de variedades protegidas del SAG.

2.- En Chile: Derecho de propiedad sobre marca comercial, denominada PINK GLOBE en los registros del INAPI en las clases 16 y31.

Cabe señalar, que dentro de este importante proyecto de innovación se establecen numerosas actividades encaminadas a registrar esta variedad y su marca comercial en el extranjero. Al mismo tiempo todo lo relacionado con merchandising, difusión y publicidad se enmarcara dentro de un esquema de trade marks y/o marcas registradas.

4.5.2. Declaración de interés: indicar si existe interés por resguardar la propiedad intelectual de la innovación que se desarrolle en el marco del proyecto (marcar con X).

SI	X	NO	
----	---	----	--

4.5.3. En caso de existir interés especificar quién la protegerá. En caso de compartir la patente especificar los % de propiedad previstos.

Nombre institución	% de participación
Asociación de Exportadores de Chile A.G.	7%
Asesorías y Consultora Juan Carlos Méndez y Cia. Ltda.	10%
Alfredo Chimenti Agri	83%

4.5.4. Reglamento de Propiedad Intelectual: ¿El ejecutor y/o los asociados cuentan con una política y reglamento de propiedad intelectual?

SI	X	NO	
----	---	----	--

4.6. Mercado objetivo

- 4.6.1. Identificar, describir y cuantificar el mercado objetivo al que se pretende llegar con la solución dada y la participación de mercado esperada (incluir fuente y mercado de referencia).

El primer mercado al cual se dirige este proyecto, es el mercado nacional, conformado por grandes, medianos y pequeños productores y empresas exportadoras que cuentan con producción propia. Nuestra idea es controlar la oferta y para eso pretendemos alcanzar un total de 2.500 hectáreas plantadas a mediano plazo en Chile. Según datos de ODEPA, la principal especie plantada a nivel nacional es la uva de mesa con un total de 53.339 hectáreas.

En segundo lugar, queremos lograr un nivel de penetración en aquellos países productores como por ejemplo; Perú, USA, Australia, Nueva Zelanda e India entre otros de unas 1000 hectáreas.

En tercer lugar, lograr la penetración de esta variedad en un mercado productivo como el propio mercado Chino. Este mercado suma solo en tres regiones productivas más de 100.000 hectáreas plantadas de uva Red Globe. Debido a su magnitud, nuestro interés de considerarlo como un mercado a parte de los anteriores.

Cabe señalar que si bien el mercado Asiático es el nicho para esta nueva variedad, los demás mercados a nivel mundial no son excluyentes. Creemos que a través de una campaña de difusión, publicidad y marketing los mercados de USA, México, Europa y Medio Oriente se alzan como mercados altamente potenciales, sumando otros tantos miles de millones de consumidores.

Lo que buscamos, es generar y garantizar una oferta continua durante todo el año, eliminando así la estacionalidad propia en el caso que exista solo un país productor. De esta manera, creemos que el desarrollo de esta variedad, su imagen de marca y su demanda se potencia y fortalece, beneficiando claramente a todos los que participan de la cadena productiva, desde el más pequeño de los productores hasta el consumidor final.

En general, el presente proyecto de innovación, viene a convertirse en un avance en el desarrollo de nuevas variedades adecuadas a las características actuales de la industria y que permitirá una alta demanda en innovación aplicada por ejemplo a nuevas tecnologías en los procesos productivos, a cambios en estrategias de marketing y comercialización y a los nuevos requisitos de mercado, como huella de carbono, huella de agua, comercio justo, productos orgánicos, responsabilidad social de la empresa y otros que requieren de programas y proyectos de desarrollo científico-tecnológicos específicos en todas las fases de la cadena de valor, desde la producción al consumo, para de esta forma, ser competitivos a nivel mundial.

- 4.6.2. Demanda: describir y dimensionar la demanda actual y/o potencial. Especificar quiénes son los clientes, qué demandan, cómo compran, y cuáles son los volúmenes y precios de los bienes/servicios innovadores a ser comercializados. Igualmente describir y dimensionar la demanda actual y/o potencial por las materias primas que pueden ser requeridas en el proyecto, incluyendo volúmenes, precios y usos alternativos.

Es importante destacar que para este proyecto existirán dos demandas diferentes. Una será la demanda por el material vegetal en el país y en el extranjero para aquellos productores que planten y comercialicen esta uva de mesa y la demanda por el producto final que se define o describe como la demanda por una caja de uva de mesa de exportación de 8.2 kilos netos de producto.

De acuerdo a las características propias de esta variedad, la cual presenta un color rosado claro uniforme, de gran calibre, niveles de azúcar sobre los 18 grados brix, una acidez por sobre el 45%, de sabor palatable, piel suave, de semillas neutras no astringentes ni herbáceas y de una gran vida de postcosecha, podemos concluir que tiene el potencial de absorber la demanda actual y además satisfacer una tremenda demanda insatisfecha debido a que actualmente solo un porcentaje menor de la uva de mesa exportada reúne las mínimas condiciones que exige el mercado, sin ser incluso estos, los requisitos ideales.

En Chile:

En base a estadísticas de exportación (Fuente: Expordata Yearbook Chile 2010) hoy se exportan 24 millones de cajas de uva de mesa Red Globe, siendo la segunda variedad de uva de mesa en importancia en términos de cajas exportadas, después de la variedad Thompson Seedless. De este total, 2.4 millones de cajas se exportan a USA, 8.9 a Europa, 4.5 a Sudamérica, 0.95 a Medio Oriente y 7.2 a Asia. Una vez penetrando esta variedad en el mercado creemos que podrá fácilmente desplazar a su variedad madre y al mismo tiempo aumentar la demanda en un 50% sobre todo desde la zona central al sur, donde por naturaleza predomina el color oscuro para la uva de mesa red globe. En resumen creemos que solo el mercado asiático demandará más de 6 millones de cajas de Pink Globe mas otros 2 millones de cajas considerando el resto de los mercados, como México, USA, Europa y Medio Oriente. De esta manera, la demanda total estimada alcanzaría un volumen de 8 millones de cajas, equivalente a una superficie plantada de 2.500 hectáreas, considerando una producción promedio de 3.000 cajas por hectárea.

Como clientes podemos definir a todos aquellos importadores de fruta fresca de Chile.

En relación a los precios, reportes de mercado de empresas como Decofrut e IConsulting nos señalan precios FOB promedios para la variedad red globe de US\$12, US\$14 y US\$16 dólares, para calibres médium, large y extra large respectivamente. Preliminarmente podemos concluir que los precios que se podrían obtener en la comercialización de Pink Globe serían de al menos US\$3 dólares mas por caja, monto que representa un 50% más de rentabilidad por caja exportada. Estos análisis se han realizado estas ultimas semanas, en terreno, con varios clientes extranjeros provenientes de Asia y quienes han manifestado su interés y nos han dado las referencias iniciales de lo que el mercado podría estar dispuesto a pagar en un principio por una caja de uva de mesa de esta variedad. El monto es incluso mayor una vez que la marca y etiqueta correspondiente sea reconocida.

*El proyecto considera una serie de análisis de mercado para abordar este tema en profundidad.

Respecto a las materias primas, estas provienen exclusivamente de las plantas madres (material de reproducción vegetal) cuya propiedad esta en manos del obtentor. Para la primavera de este año 2011 consideramos una disponibilidad de unas 30.000 plantas equivalentes a 30 hectáreas, mientras que para el año 2012 la disponibilidad de plantas sería superior a las 120.000, volumen equivalente a 120 hectáreas y ya para el año 2013 en adelante la disponibilidad de plantas sería suficiente para abastecer plenamente al mercado nacional e incluso la exportación de plantas a otros países productores de interés.

En el Extranjero:

Los números anteriores consideran solamente la demanda de Pink Globe para el mercado nacional el cual abastece el mercado mundial desde los meses de enero a mayo. Para poder tener una oferta continua de Pink Globe en los distintos mercados, debemos fomentar la producción y exportación de Pink Globe desde otros países productores de interés, tanto del hemisferio sur como del hemisferio norte. Por lo tanto este proyecto considera una etapa de internacionalización que parte con la gestión de registrar y/o patentar la variedad y su marca comercial en el extranjero, para luego definir que países se ajustan y enmarcan dentro del proyecto.

Inicialmente, estimamos cuatro países de interés como Perú, Australia, USA y Sudáfrica. Sin perjuicio de otros que se puedan sumar en el desarrollo mismo del proyecto como Argentina, Brasil, Nueva Zelanda, India, Marruecos, Namibia y por supuesto China. Para cada uno de estos países, con excepción de China, estimamos licitar entre 500 a 1.000 hectáreas. China por su parte es un país a desarrollar de una manera diferente ya que el potencial como posible país productor de Pink Globe rompe todos los esquemas debido a la superficie a la cual nos enfrentamos. Actualmente China en solo tres regiones productoras de uva de mesa suma más de 100.000 hectáreas plantadas solo de la variedad red globe, las cuales representan más de 300.000 millones de cajas para el consumo interno solo de uva de esta variedad. Esta cifra representa tres veces la cantidad total de cajas exportadas por nuestro país de uva de mesa considerando todas las variedades. Chile exporto durante la temporada anterior un total de 102 millones de cajas. (Fuente: Expordata Yearbook Chile 2010)

Hay que considerar además, que nuestro país, al ser un actor importante en la industria frutícola mundial ha desarrollado protocolos fitosanitarios con prácticamente la totalidad de los mercados internacionales. Este hecho, facilita el tránsito y acceso tanto de la fruta propiamente tal como de material vegetal y específicamente vides. Lo anterior, permite sin lugar a dudas potenciar y validar aun más la internacionalización del proyecto, sumando además el desarrollo de alianzas estratégicas con viveristas y empresas internacionales dedicadas a la administración y fomento de variedades vegetales como es el caso de empresas Australianas, americanas, sudafricanas e israelitas.

4.6.3. Competidores: describir a los actuales y/o potenciales competidores (incluyendo productos sustitutos) y los aspectos que lo diferencian de ellos.

Este proyecto de innovación se enmarca dentro de un mercado nacional sin competidores ya que como se señaló anteriormente es un producto nuevo y cuyos productos sustitutos, en este caso uva de mesa Red Globe no cumple con las características deseadas por los consumidores en el mercado objetivo. Por lo tanto, creemos que su penetración en el mercado local presenta un tremendo potencial el cual claramente puede superar nuestras expectativas, las cuales son de contar con una superficie plantada de Pink Globe a mediano plazo de dos mil hectáreas.

En el ámbito internacional, tampoco existe un producto de similares características. Ahora bien, independientemente que la producción de uva de mesa Red Globe en algunas zonas productivas de países como Perú y USA presenta un tono menos oscuro que de nuestra uva Red Globe, las características de Pink Globe nos hacen pensar que será una variedad altamente competitiva y que puede optar a cuotas de mercado importantes o al menos a las cuales estamos postulando inicialmente en nuestro proyecto, las cuales ascienden aproximadamente entre las mil y mil quinientas hectáreas en cada uno de los países productores de uva de mesa de interés para este proyecto.

En el plano agrícola y comercial, este proyecto presenta una ventaja tremendamente importante y que tiene relación con que las producciones a nivel global están muy bien definidas. Primero no tenemos una competencia entre hemisferios ya que cada uno produce en la contra estación del otro y además en el caso del hemisferio sur existen tiempos en la producción de uva de mesa los cuales permiten evitar una sobreoferta de una misma variedad de distintos países en los mercados de destino. En general, los consumidores siempre van a preferir un producto fresco en desmedro de otro que ya tenga su tiempo en el mercado. Es el mismo mercado que de una u otra forma se autorregula. De todas maneras, cuando se generan altos stocks de fruta en los mercados de destino, las promociones por parte de importadores y especialmente de supermercados cobran importancia ayudan a manejar y regular esta situación. Lo importante es que actualmente cada país posee una ventana de mercado clara la cual abastecer y de la cual obtiene sus beneficios siempre dependiendo de la calidad y condición de su fruta.

4.7. Objetivos del proyecto

4.7.1. Objetivo general

Poner a disposición de la industria frutícola nacional e internacional una nueva variedad de uva de mesa chilena, enfocada al mercado Asiático y a otros mercados de interés.

4.7.2. Objetivos específicos

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Generar una imagen corporativa relacionada a la marca comercial y los aspectos legales regularizados para la protección de esta y de la nueva variedad tanto a nivel nacional como internacional.
2	Lograr una identidad genética propia de la nueva variedad.
3	Desarrollar un plan de trabajo que nos permita obtener plantas libres de virus.
4	Validar el comportamiento de parras de Pink Globe francas e injertadas sobre diferentes portainjertos en distintas zonas geográficas de nuestro país en conjunto con información propia y específica de factores meteorológicos y de eficiencia en el riego.
5	Validar el comportamiento de la poscosecha de esta nueva variedad, sus tolerancias a fumigación con bromuro de metilo, fosfina y anhídrido sulfuroso. Además su arribo en términos de calidad y condición a mercados del Asia pacífico.
6	Desarrollar un modelo de negocio competitivo, que permita regular la producción y comercialización del producto de manera eficiente.
7	Contribuir a ser un actor importante en lo referente a la imagen país como potencia Agroalimentaria.

4.7.3. Resultado esperado e indicadores: asociar un resultado esperado por cada objetivo específico presentado.

Nº OE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)		
		Indicador (cuantificable)	Línea base (situación actual)	Meta proyecto
1	Obtención de una imagen de marca y el registro y/o patente de esta variedad y su marca comercial en el extranjero.	Registro - y/o Patente Internacional	No existe protección ni a la variedad ni a su marca comercial en el extranjero.	Registro y/o Patente en aquellos países de interés. (USA, CEE, Perú, Sudáfrica, entre otros)
2	Obtener un ADN propio o en su defecto marcadores diferenciadores de su variedad madre Red Globe.	ADN o marcadores en análisis certificado.	ADN similar al de Red Globe y falta de análisis al respecto.	Identidad genética diferenciable, ADN propio o marcadores propios.
3	Obtener una planta libre de virus para generar un cuartel madre destinado a exportación de material vegetal limpio.	Análisis de virus certificado. U de Chile. Sr. Nicola Fiore	Presencia de algunos virus en plantas francas.	Inexistencia de virus en un lote de al menos 100 parras destinadas a formar un cuartel madre.
4	Puesta en marcha de múltiples unidades experimentales entre la III y VI regiones.	Unidades experimentales en terreno.	No existen unidades experimentales fuera de la propia en la RM.	Resultados concluyentes de la validación en las distintas zonas geográficas.
5	Evaluación positiva de parámetros de poscosecha, fumigación y arribo a mercados extranjeros.	Informe de laboratorios, universidades y empresas certificadoras de calidad.	No existe información al respecto.	Datos concluyentes y arribo de las primeras cajas de exportación con calidad y condición excelente.
6	Obtener un Plan de Negocios a largo plazo, realista, simple, estructurado y potencialmente rentable.	Plan de negocios y sus protocolos concretos.	Plan de negocios en desarrollo pero no definido.	Evaluación positiva por personal del FIA al Plan de negocios en ejecución.
7	Difusión y promoción de la iniciativa a nivel nacional e internacional.	Prensa oral y escrita especializada en el rubro local y extranjero.	No existe difusión o promoción alguna.	Publicación de al menos 10 artículos en el medio local y extranjero relacionados a la innovación.

4.8. Metodología: identificar el o los métodos de trabajo que se van a usar para alcanzar los objetivos específicos indicados.

Esta iniciativa, considera una metodología de trabajo bastante simple y estructurada para el logro de los objetivos propuestos.

Es importante mencionar, que Don Alfredo Chimenti Agri, ha convocado a un grupo de profesionales y empresas (Asociadas) y otros profesionales del área de la ingeniería, que le permiten reunir en un equipo de trabajo multidisciplinario, todas las **competencias técnicas y profesionales para llevar a cabo el proyecto que se presenta.** Tanto el ejecutor como el coordinador principal y los asociados al proyecto en conjunto, han definido en varios puntos de este proyecto la metodología a ser aplicada desde el título del mismo, la identificación y formulación del problema, los objetivos de la investigación, justificación, limitaciones, fundamentos teóricos, antecedentes, elaboración de hipótesis, identificación de variables, diseño de técnicas de análisis, índices analíticos, guías de trabajo de campo y por supuesto sus variables administrativas en términos de recursos humanos, presupuestos y su correspondiente cronograma.

Desde un principio y tomando en cuenta los meritos de esta iniciativa se ha querido enfocar para cada una de las actividades relacionadas e incluidas en el desarrollo de este proyecto a un conjunto de instituciones públicas y privadas las cuales son especialistas en las actividades a realizar y son altamente reconocidas en nuestro medio. Lo anterior, claramente apunta al hecho de cumplir de la mejor manera posible nuestro objetivo general, objetivos específicos, resultados esperados e hitos del proyecto.

Para cada una de las actividades que considera esta iniciativa se presentará su correspondiente protocolo, este considera todos los pasos a seguir, los profesionales a cargo, sus tiempos y sus costos. Este protocolo, a su vez, se entregará a FIA para su estudio en detalle. Es importante señalar, que cada actividad considera aspectos relevantes para el éxito del proyecto, por lo tanto su realización esta plenamente justificada.

Además de tercerizar el desarrollo de una serie de actividades a especialistas, el ejecutor, coordinador principal y asociados han establecido una serie de compromisos como por ejemplo; reuniones periódicas, días de campo, transferencia tecnológica, asistencia a ferias y visita a mercados internacionales entre otros. La idea es que estas actividades internas, se den a conocer a personal del FIA con el tiempo necesario para que se involucren y formen parte en más de alguna de ellas. Nuestra idea es trabajar de la mano y entregar la mayor cantidad de información como sea posible de manera constante, dar a conocer periódicamente el estado de los avances del proyecto y el logro de cada uno de sus metas y objetivos. Queremos que FIA sea más que el medio por cual conseguir un financiamiento para el inicio de una iniciativa sustentable en el mediano plazo, queremos que sus profesionales se involucren en el proyecto y al mismo tiempo aporten su experiencia en muchas materias de interés.

Ahora bien, dado el potencial que vemos en esta iniciativa y para la tranquilidad de muchos, **el compromiso de cada una de las partes involucradas y asociadas a este proyecto es absoluto.** Volvemos a señalar que va más allá del beneficio económico que pueda generar, claramente trasciende a la imagen de nuestro país en el exterior, a gran parte de su industria frutícola y al mismo tiempo a gran parte de la cadena de valor que la compone.

4.8.1. Asociar las actividades a llevar a cabo con los resultados esperados del proyecto.

Nº OE	Resultado Esperado (RE)	Actividades
1	1.1 Obtención de una imagen de marca y el registro y/o patente de esta variedad y su marca comercial en el extranjero.	<ul style="list-style-type: none"> • 1.1.1 Generar imagen corporativa asociada a la marca comercial. (Pagina web, papelería, brochures, material audiovisual y marketing en general.) • 1.1.2 Evaluar el registro y/o patente de la innovación y su marca comercial en el extranjero. • 1.1.3 Diseño y gestión de proyecto para postular a fondo concursable relacionado para el registro y/o patente de la innovación y marca comercial.
2	2.1 Obtener un ADN propio o en su defecto marcadores diferenciadores de su variedad madre Red Globé.	<ul style="list-style-type: none"> • 2.1.1 Realizar proyecto de marcadores genéticos en conjunto con INIA, • 2.1.2 Proyecto genoma completo Pink Globe en conjunto con la Universidad Católica. • 2.1.3 Programa de mejoramiento genético para la obtención de variedad Pink Seedless (INIA, U. Católica, U. de Concepción)
3	3.1 Obtener una planta libre de virus, para generar un cuartel madre destinado a exportación de material vegetal limpio.	<ul style="list-style-type: none"> • 3.1.1 Proyecto limpieza de virus, realizado por la Universidad de Chile. Sr. Nicola Fiore. • 3.1.2 Proyecto de multiplicación in vitro y en sustrato en conjunto con viveros asociados. • 3.1.3 Proyecto de eficiencia en la multiplicación de material vegetal en viveros externos. • 3.1.4 Proyecto de cuartel madre con material vegetal limpio.
4	4.1 Puesta en marcha de múltiples unidades experimentales entre la III y VI regiones.	<ul style="list-style-type: none"> • 4.1.1 Definir, evaluar y ejecutar proyecto en terreno de unidades experimentales. • 4.1.2 Estudio, validación y aplicación de los datos obtenidos de la estación meteorológica. • 4.1.3 Estudio, validación y aplicación de los datos obtenidos de las sondas de riego.
5	5.1 Evaluación positiva de parámetros de poscosecha, fumigación y arribo a mercados extranjeros.	<ul style="list-style-type: none"> • 5.1.1 Análisis de vida postcosecha realizado por INIA. • 5.1.2 Tesis de poscosecha con U. Católica y Sr. Juan Pablo Zoffoli. • 5.1.3 Análisis del comportamiento a la fumigación con bromuro de metilo, fosfina y anhídrido sulfuroso a realizar por FDF. • 5.1.4 Envío de muestras al extranjero y análisis de los parámetros de calidad y condición al arribo.
6	6.1 Obtener un Plan de Negocios a mediano plazo, realista, simple, estructurado y potencialmente rentable.	<ul style="list-style-type: none"> • 6.1.1 Asesoría comercial, financiera, contable, tributaria y legal para la elaboración del plan de negocios en el ámbito local. Realización de diferentes estudios de mercado. • 6.1.2 Asesoría internacional en desarrollos de negocios de carácter similar. • 6.1.3 Evaluación de posibles alianzas estratégicas y de la incorporación de capitales.
7	7.1 Difusión y promoción de esta nueva variedad a nivel nacional e internacional.	<ul style="list-style-type: none"> • 7.1.1 Asistencia a ferias internacionales. • 7.1.2 Invitación a días de campo y de transferencia tecnológica. • 7.1.3 Trabajo conjunto con Cámaras de comercio, embajadas y agregados agrícolas. • 7.1.4 Participación en charlas, seminarios y eventos del agro. • 7.1.5 Congreso mundial de uva de mesa el año 2012. • 7.1.6 Publicación de papers, catálogos y otros. • 7.1.7 Diseño de regalos corporativos.

4.8.2. A su juicio ¿cuáles son los hitos críticos asociados al proyecto?

N° RE	Hitos críticos
1.1	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen corporativa clara y definida. • Obtención de registro o patente de la variedad en países extranjeros. • Reconocimiento de la marca y/o etiqueta en el medio local y extranjero.
2.1	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención de una identidad genética propia y diferenciable con variedades similares.
3.1	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención de una planta libre de virus.
4.1	<ul style="list-style-type: none"> • Unidades experimentales en terreno y en desarrollo. • Estación meteorológica en funcionamiento. • Sondas de riego en funcionamiento.
5.1	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados positivos de la vida de poscosecha. • Certificado de empresas de control de calidad del buen arribo en términos de calidad y condición de la fruta en destino.
6.1	<ul style="list-style-type: none"> • El éxito de la iniciativa evaluada por profesionales de FIA.
7.1	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones referentes a la innovación en prensa escrita especializada nacional y extranjera.

4.9. Riesgos: indicar cuáles son los factores de riesgo tecnológico y de mercado que puedan hacer fracasar la innovación.

Riesgo tecnológico
<p>Con respecto a este punto, no existen grandes factores de riesgo tecnológico que amenacen el normal desarrollo de esta innovación. El manejo productivo de esta variedad con sus respectivos programas fitosanitarios es el mismo manejo que se ha venido realizando hace ya mas de 25 años a la uva de mesa Red Globe, por lo tanto no estamos inventando la rueda en ése sentido sino que muy por el contrario nos sumamos al mismo concepto de trabajo. Lo anterior, solo suma a fomentar el desarrollo de esta innovación ya que los productores están concientes que hoy en día dada las condiciones presentes (mano de obra escasa y cara y un tipo de cambio bajo entre otras) este es el manejo que se requiere. Un manejo fácil, sencillo, barato y productivo. Reiteramos que Red Globe es la segunda variedad en importancia en términos de cajas exportadas en nuestro país con algo más de 24 millones de cajas.</p> <p>Actualmente eso si, se han ido produciendo algunos cambios y uno de ellos tiene que ver con la tendencia actual de ordenar a los distintos viveros parras sobre diferentes portainjertos o patrones ya sean americanos o europeos dependiendo de las características propias que enfrente el cultivo en términos de suelo y agua en desmedro de plantas francas o auto enraizadas.</p> <p>Es aquí donde podemos visualizar un factor de riesgo y que tiene que ver con que esta variedad no genere su color pink característico en algunos de estos patrones, o que le cueste tomar su color característico. En todo caso, si esto llegara a suceder, seria necesario aplicar productos estimulantes para el color, generando desafortunadamente un costo extra por hectárea al productor. Es fácil estimular el color vía uso de una amplia gama de productos ofrecidos hoy en el mercado pero tenemos mas que claro que es imposible quitarle o restarle color a una variedad de uva de mesa oscura.</p>
Riesgo de mercado
<p>Al igual que en el caso anterior, no visualizamos riesgos de mercado importantes que pongan en peligro el éxito de esta innovación. El mercado conoce perfectamente hace ya prácticamente tres décadas la uva de mesa red globe y a nivel mundial se comercializan cientos de millones de cajas. Hoy, esta innovación, con sus características y meritos propios solo viene a satisfacer una tremenda demanda insatisfecha debido a que la oferta actual no cumple con los requerimientos básicos de millones de consumidores.</p> <p>Podemos señalar de todos modos, que puede suceder que en aquellas zonas donde la uva red globe se da naturalmente de un tono menos oscuro, las diferencias con pink globe no sean tan marcadas. En este caso, nuestra idea es potenciar la marca comercial, sus atributos y meritos como el sabor, el dulzor y otros, los cuales nos permitan mantener siempre una diferencia importante en los retornos de exportación en comparación a su variedad madre.</p> <p>Por otro lado, en el futuro eventualmente podría aparecer una nueva variedad que venga a restarle meritos a pink globe restándole atractivo y por ende cuotas de mercado. Para esto creemos necesario iniciar a través de este mismo proyecto una serie de actividades orientadas a buscar desde ya una mejoría genética, como por ejemplo lograr quitarle las semillas dando origen a una variedad Pink Seedless, la cual, sin duda seria un éxito a nivel global.</p>

4.10. Carta Gantt: por medio de una carta Gantt indique la secuencia cronológica para el desarrollo de las actividades señaladas en el punto 4.8.1. e incluya en ella los hitos críticos. Construya la carta Gantt de acuerdo a la siguiente tabla.

N° OE	N° RE	Actividades	Año 1 (Junio 2011 / Mayo 2012)											
			Trimestre											
			Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May
1	1.1	1.1.1 Desarrollo de imagen corporativa.	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	HC			
		1.1.2 Evaluación registro variedad y marca	XX	XX	XX	XX								
		1.1.3 Diseño de proyecto registro variedad y marca	XX	XX	XX	HC								
2	2.1	2.1.1 Identificación genética INIA	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
		2.1.2 Identificación genética U Católica	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	HC				
		2.1.3 Programa de mejoramiento genético	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
3	3.1	3.1.1 Limpieza de virus con Universidad de Chile	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
		3.1.2 Proyecto multiplicación in vitro	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
		3.1.3 Eficiencia en la multiplicación de material vegetal												
		3.1.4 Proyecto de cuartel madre												
4	4.1	4.1.1 Unidades experimentales en terreno	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
		4.1.2 Validación y aplicación de estación metereológica										XX	XX	
		4.1.3 Validación y aplicación de las sondas para riego			XX									
5	5.1	5.1.1 Parámetros de poscosecha INIA	XX	HC										
		5.1.2 Tesis de poscosecha Universidad Católica										XX	XX	
		5.1.3 Comportamiento a la fumigación FDF	XX	HC								XX	XX	
		5.1.4 Envío de muestras al extranjero										XX	XX	
6	6.1	6.1.1 Asesoría comercial, legal y tributaria	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
		6.1.2 Asesoría Internacional al plan de negocios	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
		6.1.3 Evaluación de alianzas estratégicas	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
7	7.1	7.1.1 Asistencia a ferias internacionales	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	
		7.1.2 Días de campo y transferencia tecnológica		XX							XX	XX		
		7.1.3 Trabajo conjunto con CC, Embajadas y AA		XX							XX	XX		
		7.1.4 Participación en eventos del agro		XX		XX	XX				XX	XX	XX	
		7.1.5 Asistencia a congreso mundial de uva de mesa												
		7.1.6 Publicación papers, catálogos y otros						XX	XX	XX				
		7.1.7 Diseño de regalos corporativos												

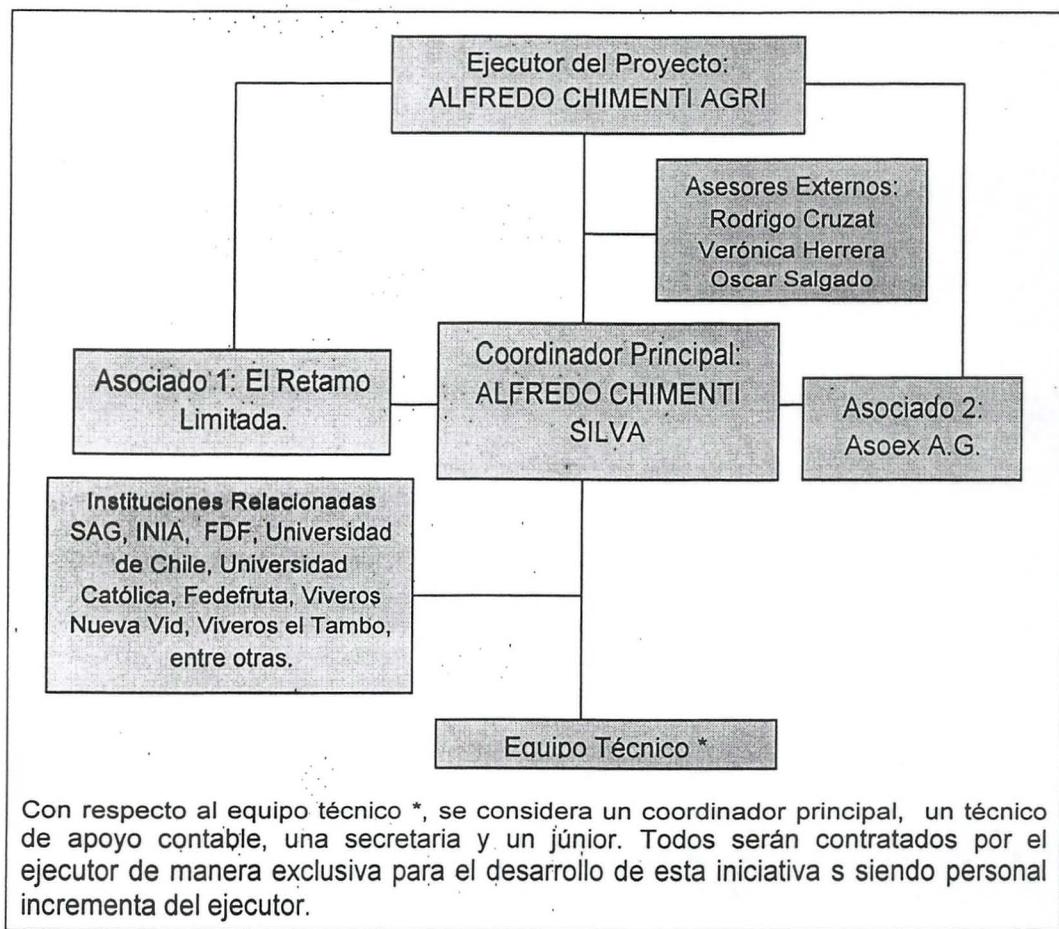
N° OE	N° RE	Actividades	Año 2 (Junio 2012 / Mayo 2013)													
			Trimestre													
			Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May		
1	1.1	1.1.1 Desarrollo de imagen corporativa. 1.1.2 Evaluación registro variedad y marca 1.1.3 Diseño de proyecto registro variedad y marca												HC		
2	2.1	2.1.1 Identificación genética INIA 2.1.2 Identificación genética U Católica 2.1.3 Programa de mejoramiento genético	HC													
			XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
3	3.1	3.1.1 Limpieza de virus con Universidad de Chile 3.1.2 Proyecto multiplicación in vitro 3.1.3 Eficiencia en la multiplicación de material vegetal 3.1.4 Proyecto de cuartel madre	XX XX	XX XX	XX		XX	XX								
														XX	XX	
4	4.1	4.1.1 Unidades experimentales en terreno 4.1.2 Validación y aplicación de estación metereológica 4.1.3 Validación y aplicación de las sondas para riego	XX XX XX	XX XX XX	XX	XX	XX									
5	5.1	5.1.1 Parámetros de poscosecha INIA 5.1.2 Tesis de poscosecha Universidad Católica 5.1.3 Comportamiento a la fumigación FDF 5.1.4 Envío de muestras al extranjero	XX	HC										XX	XX	XX
6	6.1	6.1.1 Asesoría comercial, legal y tributaria 6.1.2 Asesoría Internacional al plan de negocios 6.1.3 Evaluación de alianzas estratégicas	XX XX HC	XX XX XX	XX	XX	XX									
7	7.1	7.1.1 Asistencia a ferias internacionales 7.1.2 Días de campo y transferencia tecnológica 7.1.3 Trabajo conjunto con CC, Embajadas y AA 7.1.4 Participación en eventos del agro 7.1.5 Asistencia a congreso mundial de uva de mesa 7.1.6 Publicación papers, catálogos y otros 7.1.7 Diseño de regalos corporativos	XX	XX XX XX	XX	XX	XX									
							XX	XX	XX							

N° OE	N° RE	Actividades	Año 3 (Junio 2013 / Mayo 2014)													
			Trimestre													
			Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May		
1	1.1	1.1.1 Desarrollo de imagen corporativa. 1.1.2 Evaluación registro variedad y marca 1.1.3 Diseño de proyecto registro variedad y marca														
2	2.1	2.1.1 Identificación genética INIA 2.1.2 Identificación genética U Católica 2.1.3 Programa de mejoramiento genético	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
3	3.1	3.1.1 Limpieza de virus con Universidad de Chile	HC													
		3.1.2 Proyecto multiplicación in vitro 3.1.3 Eficiencia en la multiplicación de material vegetal 3.1.4 Proyecto de cuartel madre	XX XX	XX XX	XX XX	XX	XX									
4	4.1	4.1.1 Unidades experimentales en terreno	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
		4.1.2 Validación y aplicación de estación metereológica 4.1.3 Validación y aplicación de las sondas para riego	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX			
5	5.1	5.1.1 Parámetros de poscosecha INIA														
		5.1.2 Tesis de poscosecha Universidad Católica 5.1.3 Comportamiento a la fumigación FDF 5.1.4 Envío de muestras al extranjero											XX XX	XX XX	XX XX	
6	6.1	6.1.1 Asesoría comercial, legal y tributaria	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX						
		6.1.2 Asesoría Internacional para plan de negocios 6.1.3 Evaluación de alianzas estratégicas	XX HC													
7	7.1	7.1.1 Asistencia a ferias internacionales				HC	XX					XX				
		7.1.2 Días de campo y de transferencia tecnológica 7.1.3 Trabajo conjunto con CC, Embajadas y AA 7.1.4 Participación en eventos del agro 7.1.5 Asistencia a congreso mundial de uva de mesa 7.1.6 Publicación papers, catálogos y otros 7.1.7 Diseño de regalos corporativos	XX	XX XX XX	XX	XX HC	XX				XX	XX	XX	HC HC XX	XX XX	XX

5. ORGANIZACIÓN

5.1. Función y responsabilidades del ejecutor y asociados: indicar y describir la función y responsabilidades del ejecutor y asociados a en la ejecución del proyecto.

5.1.1. Organigrama



5.1.2. Descripción

	Función dentro del proyecto
Ejecutor	Seguimiento día a día de las actividades, del desarrollo general del proyecto y de las rendiciones en conjunto con el coordinador principal. Feedback permanente con asociados y profesionales.
Asociado 1	Apoyo en el seguimiento de las actividades de carácter legal, como la internacionalización de la variedad y marca y además a cargo de evaluar alianzas estratégicas en nuestro país y el extranjero.
Asociado 2	Apoyo en la parte técnica del proyecto, en la difusión y promoción de la variedad y marca comercial en seminarios y ferias nacionales e internacionales y en la prospección de mercados.

5.2. Cargos y responsabilidades del equipo técnico / administrativo: describir las responsabilidades del equipo técnico / administrativo asociado a la ejecución del proyecto. Utilizar los siguientes cargos como referencia:

2	Coordinador alternativo	7	Profesional de apoyo
3	Asesor		
4	Investigador técnico		

Cargo	Nombre persona	Formación / Grado académico	Empleador	Responsabilidades
1	Alfredo Chimenti Silva	Universitario / Superior	Por definir	Coordinación general del proyecto en su día a día, feedback constante con ejecutor y asociados, rendiciones de avances, logro de objetivos y metas propuestas a jefatura y FIA.
5	N.N.	Técnica / Contable	Por definir	Contabilidad completa del proyecto, timbraje de documentos, declaraciones iva – renta u otras. Declaración y pago de leyes sociales y rendiciones a FIA.
6	N.N.	Técnica / Secretaria Bilingüe	Por definir	A cargo de la recepción de clientes, del orden administrativo, teléfonos y agenda entre otras.
8	N.N.	Media / Técnica Júnior	Por definir	Apoyo general a coordinador principal, a coordinador alternativo y a oficina en general. Aseo y tramites varios entre otras.

6. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Meta de comercialización: definir la meta de comercialización de la innovación a insertar en el mercado objetivo. Describir los canales de comercialización, modelo de asociatividad o la implementación de modelos de mejora de la competitividad de la empresa.

El proyecto considera una serie de actividades destinadas, entre otras a; validar y certificar el comportamiento de esta variedad en nuestro país y en el extranjero, a desarrollar un modelo de negocio competitivo, que permita regular la producción y comercialización del producto de manera eficiente y a validar el modelo de producción y comercialización del producto, a fin de obtener la mejor rentabilidad para el negocio. Hoy con la inscripción de Pink Globe (Chimenti Globe) en el registro de variedades protegidas del SAG, la ley faculta al obtentor entre otros derechos a comercializar el material vegetal. Por lo tanto, nuestra estrategia de comercialización parte de la base de poder generar un cuartel de pink globe madre, el cual se utilice exclusivamente con fines de obtener el mejor material vegetal para destinarlo a la producción y venta de parras francas e injertadas sobre distintos portainjertos. Esta etapa considera una alianza estratégica con viveros reconocidos y establecidos ya en nuestro país y que a su vez cuentan con empresas relacionadas del mismo rubro en el extranjero. Nuestra idea es incorporar al negocio dos a tres viveros que fomenten el desarrollo de esta innovación y que está se refleje en un volumen de ventas anuales importantes de Pink Globe a partir del año 2013. Una segunda fase dentro de esta misma etapa es la exportación directa de plantas de vides a diferentes países en el extranjero. Es importante señalar que los viveros en competencia, son los responsables de prácticamente el 80% de las ventas anuales totales a la industria de parras francas e injertadas de uva de mesa. En nuestro país, anualmente se venden aproximadamente 3 millones de plantas de vides de las cuales red globe representa el 60% del total. Los viveros por lo tanto, son quienes garantizan la calidad del producto terminado y quienes lo venden a los distintos productores. La venta de plantas de pink globe considera un royalty a pagar al obtentor de US\$ dólares por planta más un royalty de US\$

dólares por hectárea durante los 25 años que dura la protección de la variedad por ley. Por cada venta se emitirá un certificado, el cual, será posteriormente exigido por aquellas empresas exportadoras que comercialicen la fruta sea una o varias, dependiendo de la decisión que se tome respecto a la comercialización de la fruta, ya que podemos entregar exclusividad de comercialización a solo una empresa, a un par de empresas, a diez empresas o simplemente no limitar las empresas para la exportación de pink globe. Esto apunta básicamente a siempre mantener un estricto control de los volúmenes de exportación teniendo muy claro todo el tiempo quienes son los que están participando del negocio. En general buscamos un 100% de trazabilidad de nuestro producto desde su origen hasta la venta final. Evitando fraudes, robos y "prestamos involuntarios".

Importante señalar además que consideramos incluso la posibilidad de ofrecer exclusividad de pink globe a un importador o dos, en cada mercado objetivo. Esta decisión esperamos tomarla en el corto plazo y luego de una serie de estudios que se obtengan durante el desarrollo de esta iniciativa.

Nuestra meta de venta de plantas para Chile es de aproximadamente unas 2.500 hectáreas en los próximos 5 a 6 años, sin perjuicio que pueda ser finalmente un volumen muy superior. Si tomamos como base una producción promedio de 3.000 cajas por hectárea, hablamos de un volumen de exportación de a lo menos 7.5 millones de cajas.

La estrategia de comercialización en el extranjero es similar. Solo pretendemos ofrecer un volumen menor de hectáreas a plantar, este va de las 500 a las 1.000 hectáreas, limitando la oferta. Esto nos permite, eso sí, aumentar los cobros de royalties por planta y por hectárea.

Inicialmente queremos introducir esta variedad en países como Perú, Australia, Nueva Zelanda, USA y Sudáfrica. Posteriormente desarrollar una estrategia similar para Brasil, Argentina, España, Francia, Italia, Marruecos, Namibia, India e Israel y finalmente encontrar la estrategia más adecuada para introducir y desarrollar esta variedad en China.

No podemos descartar una serie de alianzas estratégicas con distintas empresas de gran prestigio a nivel mundial, las cuales, por un lado faciliten la internacionalización de pink globe y por otro, resguarden legalmente nuestro patrimonio como industria y como país.

7. ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN Y/O TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

Describir la estrategia de difusión y/o transferencia tecnológica asociado al proyecto, indicando las actividades específicas contempladas para ello.

Como hemos señalado anteriormente, estamos plenamente conscientes de que el buscar alianzas estratégicas es importante y en este tema de difusión de la innovación no es un tema menor. Buscar especialistas para cada uno de los temas de interés es una forma clara, entre otras, de lograr sinergias, ganar tiempos, disminuir costos, validar meritos y en resumen lograr que cada una de las partes involucradas genere un beneficio. Este proyecto de innovación considera múltiples actividades relacionadas con instituciones tanto públicas como privadas en Chile y el extranjero como INIA, ASOEX, FEDEFruta, FDF, UNIVERSIDAD DE CHILE, UNIVERSIDAD CATOLICA, CONSORCIOS, VIVEROS, etc. alguna de las cuales ya se han detallado en puntos anteriores pero de todas maneras se detallaran al final de este punto.

Nuestra idea es trabajar de forma asociada y sin duda, el merito de esta innovación, despierta el interés de gran parte de la industria. De hecho, los resultados esperados de este proyecto de innovación van mas allá del beneficio económico que se pueda esperar. Pensamos en un desafío más macro, más global y que involucra a la imagen país y a gran parte de su industria frutícola.

En relación a la estrategia de difusión y transferencia tecnológica (TT) esta es bastante simple. Con cada una de las instituciones señaladas anteriormente vamos a trabajar una serie de actividades que se enmarcan dentro del desarrollo de esta iniciativa. Posteriormente, tendremos la responsabilidad de que los resultados de estos ensayos, validaciones, etc. se difundan en congresos, charlas, seminarios, encuentros regionales y a grupos de TT entre otros. Todo lo anterior con el compromiso y el apoyo de las mismas instituciones involucradas. De hecho, con su apoyo, el difundir esta nueva variedad de uva de mesa y sus meritos a la industria nacional e internacional se hace más simple, más rápido, de manera global y sin duda más económico. Un ejemplo de esto es lo señalado en el punto anterior, respecto a los viveros asociados al proyecto. Al ser estos, parte importante del negocio y al verse estos involucrados en los resultados, ellos mismos serán los más interesados de difundir esta variedad al mercado.

Vamos a aprovechar de postular además, a fondos concursables parra participar en ferias internacionales como por ejemplo; Fruittrade en Chile, PMA en USA, Fruitlogistica en Alemania y Fruitlogistica en Hong Kong y de trabajar directamente con Cámaras de Comercio, con algunas embajadas y con los agregados agrícolas en el extranjero.

No queremos dejar de señalar que independiente de lo anterior, el proyecto contempla crear una imagen corporativa, una marca comercial y todo lo relacionado con marketing directo como papelería, pagina web, etc. Queremos darle a esta innovación un valor agregado más allá de sus propios meritos y que guarda relación con el potenciar una marca, una etiqueta en los mercados objetivos la cual le garantice al consumidor una excelente calidad y condición de su fruta.

Otras actividades guardan relación con un programa de identificación genética en conjunto con la Universidad Católica y el INIA. Programa de saneamiento de material vegetal en conjunto con la Universidad de Chile y viveros. Tesis de postcosecha con el FDF, INIA y la Universidad Católica. Ensayo respecto al comportamiento de esta variedad en distintas localidades de la III, IV, V, RM, VI y VII regiones en conjunto con U de Chile. Estudios de mercado apoyados por ProChile, Fedefruta, Asoex y SNA entre otras instituciones. Presencia en ferias, seminarios, encuentros regionales y nacionales del agro. Difusión en prensa escrita especializada. Difusión y transferencia tecnológica en viajes al extranjero. Presentación de esta variedad en embajada Chilena en China. etc. destacamos el hecho que de cada actividad y su resultado esperado se pueda generar un paper el cual pueda ser difundido a la industria. Nuestra idea es mantener un flujo de información constante respecto a los logros de Pink Globe.

8. COSTOS DEL PROYECTO

8.1. Presupuesto consolidado del proyecto.

N°	Ítem	Total	Aporte FIA	Aporte contraparte		
				Pecuniario	No pecuniario	Total
1	Recursos humanos					
2	Equipamiento					
3	Infraestructura (menor)					
4	Viáticos y movilización					
5	Materiales e insumos					
6	Servicios de terceros					
7	Difusión					
8	Capacitación					
9	Gastos generales					
10	Gastos de administración					
11	Imprevistos					
	Total					

8.2. Costeo por actividades: este cuadro excluye inversiones en equipamiento, infraestructura, gastos generales y de administración e imprevistos. Los costos corresponden al consolidado entre FIA y la contraparte.

De acuerdo a punto 4.10.		\$						\$	%
N° RE	Actividades	Recursos Humanos	Viáticos y movilización	Materiales e insumos	Servicios de terceros	Difusión	Capacitación		
1.1	1.1.1 Desarrollo de imagen corporativa								
	Necesidad de desarrollar un concepto, una marca propia que genere valor y sea reconocida en el extranjero								
	1.1.2 Evaluación registro variedad y marca								
	Determinar en que países y el costo que involucra el registro de la variedad y su marca								
	1.1.3 Diseño de proyecto registro variedad								
Realizar el registro a través de un fondo relacionado dada magnitud de los desembolsos									
2.1	2.1.1 Identificación genética INIA								
	Fundamental para el proyecto y toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo								
	2.1.2 Identificación genética U. Católica								
	Fundamental para el proyecto y toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo								
	2.1.3 Programa de mejoramiento genético								
Avanzar en la obtención de nuevas y mejores variedades vegetales									
3.1	3.1.1 Limpieza de virus Universidad de Chile								
	Lograr una planta libre de virus y obtener a corto plazo un cuartel madre con material limpio.								
	3.1.2 Proyecto de multiplicación in vitro								
	Desarrollar nuevas técnicas de multiplicación para satisfacer demanda de plantas a futuro								
	3.1.3 Eficiencia en multiplicación de material vegetal								
	Implementar nuevas técnicas con el fin de maximizar el uso del material vegetal disponible								
	3.1.4 Proyecto de cuartel madre								
Consolidar un cuartel de plantas madre libres de virus enfocado a la exportación a mediano plazo									

4.1	4.1.1 Unidades experimentales en terreno									
	Evaluar el comportamiento de esta variedad en zonas geográficas diferentes aplicando además datos metereológicos y de riego									
	4.1.2 Validación y aplicación de estación metereológica									
	Medición y registro de información clave para el manejo optimo de la variedad en campo									
	4.1.3 Validación y aplicación de las sondas para riego									
Medición y registro de información clave para el uso eficiente del agua										
5.1	5.1.1 Parámetros de poscosecha INIA									
	Medición de parámetros de poscosecha y evaluación en frío durante 90 días.									
	5.1.2 Tesis de poscosecha Universidad Católica									
	Evaluación, seguimiento y validación de la mejor vida poscosecha de acuerdo a diferentes planes y programas de manejo para la variedad									
	5.1.3 Comportamiento a la fumigación FDF									
	Importantes pruebas a la variedad para validar efectos de fumigación con bromuro de metilo, fosfina y anhídrido sulfuroso en el tiempo									
	5.1.4 Envío de muestras al extranjero									
Recepción y medición de parámetros de calidad y condición de la fruta al arribo a mercados internacionales										
6.1	6.1.1 Asesoría comercial, legal y tributaria									
	Importante orientación para la toma de decisiones									
	6.1.2 Asesoría internacional para plan de negocios									
	Importante orientación para la toma de decisiones y el desarrollo e implementación de un plan de negocios eficiente al mediano plazo									
	6.1.3 Evaluación de alianzas estratégicas									
Evaluar distintos escenarios posibles de ejecutar que fomenten el desarrollo nacional e internacional en forma masiva y rápida										
7.1	7.1.1 Asistencia a ferias internacionales									
	Información, tendencias y prospección de mercados									
	7.1.2 Días de campo y de transferencia tecnológica									
Actividades destinadas a compartir y fomentar los avances y logros obtenidos en el desarrollo de esta variedad. Además motivar el intercambio de planes y programas de manejo agrícola exitosos por parte de otros productores o profesionales de la industria.										

7.1.3 Trabajo conjunto con CC, Embajadas y AA								
7.1.4 Participación en eventos del agro								
7.1.5 Asistencia a congreso mundial de uva de mesa								
7.1.6 Publicación papers, catálogos y otros								
7.1.7 Diseño de regalos corporativos								
TOTAL								
Totales por ítem de acuerdo a 8.1.	Igual a (1)	Igual a (4)	Igual a (5)	Igual a (6)	Igual a (7)	Igual a (8)		

9. ANEXOS

9.1. Subsector y rubro de impacto del proyecto de acuerdo a CIIU-Clasificador de actividades económicas para Chile.

Código CIIU	0113
Subsector	Frutales Hoja Caduca
Rubro	Viñas y Vides
Especie (si aplica)	Vitis Vinífera

9.2. Ficha identificación ejecutor

Nombre	ALFREDO ORLANDO CHIMENTI AGRI	
Giro / Actividad	AGRICOLA	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	X
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, año 2010 (UF)		
Exportaciones, año 2010 (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 del representante legal	ALFREDO ORLANDO CHIMENTI AGRI	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Dueño	
Firma del representante legal		

9.3. Ficha identificación asociados

Esta ficha debe ser llenada por separado por cada uno de los Asociados al proyecto.

Nombre	ASOCIACION DE EXPORTADORES DE FRUTAS DE CHILE A.G.	
Giro / Actividad	ASOCIACION GREMIAL	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	ASOCIACION GREMIAL
Ventas en el mercado nacional, año 2010 (UF)		
Exportaciones, año 2010 (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	www.asoex.cl	
Nombre completo del representante legal	RONALD BOWN FERNANDEZ MIGUEL CANALA ECHEVERRIA	
RUT, del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	PRESIDENTE GERENTE GENERAL	
Firma del representante legal		

Nombre	CONSTRUCCIONES, INVERSIONES Y RENTAS EL RETAMO LIMITADA	
Giro / Actividad	ASESORIAS E INVERSIONES	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	X
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, año 2010 (UF)		
Exportaciones, año 2010 (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 del representante legal	HECTOR JUAN CARLOS MENDEZ GONZALEZ Y/O CARMEN VERONICA MONTERO JARAMILLO	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	SOCIO	
Firma del representante legal		

9.4. Ficha identificación coordinador y equipo técnico

Esta ficha debe ser llenada por separado por el Coordinador Principal y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	ALFREDO OSVALDO CHIMENTI SILVA
RUT	
Profesión	INGENIERO COMERCIAL
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	AGRIFRUTA S.A.
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Una vez definida positivamente por parte de FIA la puesta en marcha de este proyecto, se hará entrega a los profesionales de la institución el resto de la información de los demás integrantes del equipo técnico. Por ahora, si bien los cargos requeridos para la óptima realización de este proyecto están claros, no nos parece adecuado el hecho de nombrar a los postulantes ya que podemos de una u otra manera generar algún tipo de mal entendido que pudiese ser perjudicial a cualquiera de las partes involucradas. Espero que FIA entienda y comparta esta postura.

9.5. Carta compromiso aportes entidad responsable y agentes asociados

Carta Ejecutor: ALFREDO CHIMENTI AGRI

Santiago, 13 de abril de 2011

Yo Alfredo Orlando Chimenti Agri, **Representante Legal**, vengo a manifestar el compromiso de la entidad del mismo nombre y rut, para realizar un aporte total de

al proyecto denominado **“Nueva variedad de uva de mesa Chilena, para el mercado Premium de Asia y su introducción a la industria frutícola nacional e internacional”**, presentado a la Convocatoria de Proyectos 2010-2011 de FIA, valor que se desglosa en

como aporte pecuniario y como aporte no pecuniario.

Carta Asociado 1: ASOEX A.G.

Santiago, 13 de abril de 2011

Yo Miguel Canaia Echeverría **Representante Legal**, vengo a manifestar el compromiso de la entidad Asociación de Exportadores de Frutas de Chile A.G., a la cual represento, para realizar un aporte total de **al proyecto denominado "Nueva variedad de uva de mesa Chilena, para el mercado Premium de Asia y su introducción a la industria frutícola nacional e internacional"**, presentado a la Convocatoria de Proyectos 2010-2011 de FIA, valor que se aportará como aporte NO pecuniario a la iniciativa.

Carta Asociado 2: CONSTRUCCIONES, INVERSIONES Y RENTAS EL RETAMO LIMITADA.

Santiago, 13 de abril de 2011

Yo Juan Carlos Mendez Gonzalez **Representante Legal**, vengo a
manifestar el compromiso de la entidad **Construcciones, Inversiones y Rentas El Retamo
Limitada**, a la cual represento, para realizar un aporte total de
al
proyecto denominado "**Nueva variedad de uva de mesa Chilena, para el mercado Premium
de Asia y su introducción a la industria frutícola nacional e internacional**", presentado a
la Convocatoria de Proyectos 2010-2011 de FIA, valor que se desglosa en
como aporte pecuniario
y como aporte no pecuniario.

9.6. Carta compromiso de cada integrante del Equipo Técnico

Se adjunta solamente carta compromiso de Alfredo Chimenti Silva, quien asumiría como coordinador principal del proyecto. Las demás cartas compromiso, del resto del equipo técnico, se entregarán a los profesionales de la institución una vez definida positivamente por parte de FIA la puesta en marcha de este proyecto. No nos gustaría generar algún tipo de mal entendido que pudiese ser perjudicial a cualquiera de las partes involucradas. Espero que FIA entienda y comparta esta postura.

Carta Coordinador Principal: Alfredo Chimenti Silva

Santiago, 13 de abril de 2011

Yo Alfredo Chimenti Silva, vengo a manifestar mi compromiso de participar activamente como Coordinador Principal en el proyecto denominado **“Nueva variedad de uva de mesa Chilena, para el mercado Premium de Asia y su introducción a la industria frutícola nacional e internacional”**, presentado a la Convocatoria de Proyectos 2010-2011 de FIA. Para el cumplimiento de mis funciones me comprometo a participar activamente con el fin de dar cabal cumplimiento a las metas y objetivos propuestos. De concretarse esta iniciativa me desempeñare como trabajador contratado específicamente para ser el coordinador principal, líder del equipo técnico y la persona responsable de que este proyecto logre el éxito que merece dado sus meritos y se alce como uno de los proyectos iconos co-financiado por FIA. Mi remuneración será de _____ monto el cual será financiado por aportes FIA y por aporte pecuniario del ejecutor y asociados.

9.7. Currículo Vital de los integrantes del Equipo Técnico

Se adjunta solamente el CV de Alfredo Chimenti Silva, quien asumiría como coordinador principal del proyecto. Los CVs correspondientes al resto de los participantes del equipo técnico, se entregarán a los profesionales de FIA cuando corresponda. Una vez más, no nos gustaría provocar algún tipo de mal entendido que pudiese ser perjudicial a cualquiera de las partes involucradas. Esperó que FIA entienda y comparta esta postura.

ALFREDO CHIMENTI SILVA

Profesional joven, con experiencia en la industria frutícola nacional por más de siete años, destaca la puesta en marcha de empresas exportadoras de fruta, en asumir los compromisos, por el cumplimiento de grandes metas y objetivos y en general luchar por el éxito de la empresa. Habilidad comercial, tributaria, contable y de trabajo en equipo entre otras. Perfeccionamiento en Estados Unidos. Destacan, viajes a ferias internacionales y mercados más importantes del rubro y una permanente capacitación.

Cualidades

Responsabilidad
Compromiso
Liderazgo

Capacidad Emprendedora

Esforzado, tenaz, persistente, innovador, austero.
Establecer grupo de productores e implementar y poner en marcha la empresa considerando todos los aspectos técnicos y comerciales entre otros.

Capacidad Comercial

Riesgos moderados, conservador, excelentes relaciones publicas.
Iniciar exportación directa de la fruta en producción a nivel global. Mejora en rentabilidad por sobre el 50%, cartera de clientes y proveedores establecida.

Capacidad Profesional

Capacitación constante, ejecutivo, proactivo y líder.
Hemos llegado a ser un actor importante en la industria frutícola nacional partiendo desde cero. Innovación constante y preocupación diaria en el cumplimiento de metas y objetivos propuestos por la organización.

Experiencia

Profo de gestión de exportación, uva de mesa y carozos.

Exportadora Agrifruta S.A.
Gerente General

Asesorias de emprendimiento a terceros.

Formación académica

1981-1993

Educación básica y media
Colegio Liceo Alemán de Santiago

1995-2000

Ingeniero Comercial
Licenciado en ciencias en la Administración de Empresas
Universidad Diego Portales
Aprobado con distinción

2001-2002

International Business and Management
University of California, Berkeley
Awarded with distinction

Experiencia profesional

2003

Cargo:

Función:

Profo de gestión de exportación uva de mesa y carozos

Coordinador Principal

Cumplimiento de una serie de actividades para la viabilidad de la exportación directa de fruta al extranjero. Prospección de mercados, viajes a ferias internacionales, relación con cadena de valor completa. Rendición de cuentas a agente, corfo y contraloría general de la república. Manejo de dineros y cuentas corrientes de los socios del Profo.

2003-2011

Cargo:

Función:

Exportadora Agrifruta S.A.

Gerente General

Iniciar exportaciones, cumplimiento de metas y objetivos comerciales, generar valor a la empresa, innovación permanente, logro de eficiencia y productividad en los procesos, logro de certificaciones internacionales y consolidar mercados en el extranjero, liquidaciones de temporadas. Generar sinergias y además estar en constante capacitación con las tendencias y temas relevantes dentro de la industria frutícola nacional. Asistencia a ferias y seminarios internacionales, giras de transferencia tecnológica y actor importante en encuentros regionales del agro motivando la exportación directa de pequeños y medianos productores frutícolas.

2010-2011

Cargo:

Función:

Independiente

Asesor externo

Asesorar proyectos del rubro, directrices a su puesta en marcha, en estrategias a aplicar, en metas y objetivos a cumplir en el corto, mediano y largo plazo. Potenciar fortalezas y oportunidades y reducir al máximo debilidades y amenazas tanto internas como externas.

Idiomas

Inglés: Oral y escrito.
Nivel avanzado

Informática

Microsoft Office: Manejo Avanzado.
Word, Excel, Powerpoint, Openoffice.

9.8. Ficha de antecedentes legales del postulante

Esta ficha debe ser llenada por separado por el Ejecutor y por cada uno de los Asociados al proyecto.

EJECUTOR: ALFREDO CHIMENTI AGRI

9.8.1. Identificación

Nombre o razón social	ALFREDO ORLANDO CHIMENTI AGRI
Nombre fantasía	ALFREDO ORLANDO CHIMENTI AGRI
RUT	
Objeto	PRODUCTOR AGRICOLA
Domicilio social	
Duración	
Capital (\$)	

9.8.2. Administración (composición de directorios, consejos, juntas de administración, socios, etc.)

Nombre	Cargo	RUT
Alfredo Chimenti Agri	Dueño	

9.8.3. Apoderados o representantes con facultades de administración (incluye suscripción de contratos y suscripción de pagarés)

Nombre	RUT

9.8.4. Socios o accionistas' (sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas, SPA, etc.)

Nombre	Porcentaje de participación

9.8.5. Personería del (los) representante(s) legal(es) constan en

Indicar escritura de constitución entidad, modificación social, acta de directorio, acta de elección, etc.	
Fecha	
Notaría	

9.8.6. Antecedentes de constitución legal

a) Estatutos constan en:

Fecha escritura pública	
Notaría	
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	
Nº	
Año	
Conservador de Comercio de la ciudad de	

b) Modificaciones estatutos constan en (si las hubiere)

Fecha escritura pública	
Notaría	
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	
Nº	
Año	
Conservador de Comercio de la ciudad de	

c) Decreto que otorga personería jurídica

Nº	
Fecha	
Publicado en el Diario Oficial de fecha	
Decretos modificatorios	
Nº	
Fecha	
Publicación en el Diario Oficial	

d) Otros (caso de asociaciones gremiales, cooperativas, organizaciones comunitarias, etc.)

Inscripción Nº	
Registro de	
Año	

e) Esta declaración debe suscribirse por el representante legal de la entidad correspondiente (ejecutor o asociado), quien certifica que son fidedignos.

Nombre	ALFREDO CHIMENTI AGRÍ
RUT	
Firma	

ASOCIADO: ASOEX

9.8.7. Identificación

Nombre o razón social	ASOCIACION DE EXPORTADORES DE FRUTAS DE CHILE A.G.
Nombre fantasía	ASOEX A.G.
RUT	
Objeto	ASOCIACION GREMIAL
Domicilio social	
Duración	
Capital (\$)	

9.8.8. Administración (composición de directorios, consejos, juntas de administración, socios, etc.)

Nombre	Cargo	RUT
RONALD BOWN FERNANDEZ	Presidente	
SERGIO BARROS FREIRE	1er Vicepresidente	
JORGE MASSANES SOLER	2do Vicepresidente	
PABLO ALESSANDRINI I.	Director / Tesorero	
FERNANDO CISTERNAS LIRA	Director	
JUAN PABLO EDWARDS G.	Director	
CRISTIAN UNDURRAGA I.	Director	
JUAN PABLO VICUÑA V.	Director	
NICOLAS GONZALEZ L.	Director	
JAVIER PLAZA AGUIRRE	Director	
FERNANDO BARROS FREIRE	Director	
JOSE M. FERNANDEZ G.	Director	
MANUEL KAULEN W.	Director	
JUAN IGNACIO ALLENDE C.	Director	
RODRIGO BARROS T.	Director	
FELIPE ERRAZURIZ I.	Director	
RODRIGO CORREA C.	Director	
RODRIGO DEL SANTE L.	Director	
ALBERTO NAVAJAS P.	Director	
+ 18 Directores suplentes		

9.8.9. Apoderados o representantes con facultades de administración (incluye suscripción de contratos y suscripción de pagarés)

Nombre	RUT

9.8.10. Socios o accionistas (sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas, SPA, etc.)

Nombre	Porcentaje de participación

9.8.11. Personería del (los) representante(s) legal(es) constan en

Indicar escritura de constitución entidad, modificación social, acta de directorio, acta de elección, etc.	ACTA DE SESION DE DIRECTORIO
Fecha	02/01/2008
Notaría	ANTONIETA MENDOZA

9.8.12. Antecedentes de constitución legal

f) Estatutos constan en:

Fecha escritura pública	27/08/1980
Notaría	Sergio Rodríguez Garcés
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	30/08/1980
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	
Nº	
Año	
Conservador de Comercio de la ciudad de	

g) Modificaciones estatutos constan en (si las hubiere).

Fecha escritura pública	21/08/1986
	14/08/1987
	09/12/1989
	23/02/1990
	13/08/1991
Notaría	Sergio Rodríguez Garcés
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	
Nº	
Año	
Conservador de Comercio de la ciudad de	

Fecha escritura pública	23/11/1998
	08/04/2002
Notaría	Iván Torrealba
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	
Nº	
Año	
Conservador de Comercio de la ciudad de	

Fecha escritura pública	24/01/2007
Notaría	Eduardo Avello Concha
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	
Nº	
Año	
Conservador de Comercio de la ciudad de	

Fecha escritura pública	26/01/2011
Notaría	Patricio Zaldivar Mackenna
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	
Nº	
Año	
Conservador de Comercio de la ciudad de	

h) Decreto que otorga personería jurídica

Nº	
Fecha	
Publicado en el Diario Oficial de fecha	
Decretos modificatorios	
Nº	
Fecha	
Publicación en el Diario Oficial	

i) Otros (caso de asociaciones gremiales, cooperativas, organizaciones comunitarias, etc.)

Inscripción Nº	367
Registro de	Asociaciones Gremiales del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción
Año	28/08/1990

j) Esta declaración debe suscribirse por el representante legal de la entidad correspondiente (ejecutor o asociado), quien certifica que son fidedignos.

Nombre	MIGUEL CANALA ECHEVERRIA
RUT	
Firma	

ASOCIADO: CONSTRUCCIONES, INVERSIONES Y RENTAS EL RETAMO LIMITADA

9.8.13. Identificación

Nombre o razón social	Construcciones, Inversiones y Rentas El Retamo Limitada
Nombre fantasía	El retamo Ltda.
RUT	
Objeto	INVERSIONES, ASESORIAS, CONSTRUCCIONES
Domicilio social	
Duración	
Capital (\$)	

9.8.14. Administración (composición de directorios, consejos, juntas de administración, socios, etc.)

Nombre	Cargo	RUT
JUAN CARLOS MENDEZ GONZALEZ Y/O CARMEN VERONICA MONTERO JARAMILLO	Socio	
	Socio	

9.8.15. Apoderados o representantes con facultades de administración (incluye suscripción de contratos y suscripción de pagarés)

Nombre	RUT
JUAN CARLOS MENDEZ GONZALEZ Y/O CARMEN VERONICA MONTERO JARAMILLO	

9.8.16. Socios o accionistas (sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas, SPA, etc.)

Nombre	Porcentaje de participación
JUAN CARLOS MENDEZ GONZALEZ CARMEN VERONICA MONTERO JARAMILLO	

9.8.17. Personería del (los) representante(s) legal(es) constan en

Indicar escritura de constitución entidad, modificación social, acta de directorio, acta de elección, etc.	Escritura ante Notario Rene Benavente Cash bajo el repertorio N° 1151 y modificada en repertorio N° 18 el 11/06/1996 en la misma Notaria.
Fecha	Constitución 9/02/1985
Notaría	Rene Benavente Cash

9.8.18. Antecedentes de constitución legal

k) Estatutos constan en:

Fecha escritura pública	2/12/1985
Notaría	Rene Benavente Cash
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	9/12/ 1985
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	19847
Nº	10249
Año	1985
Conservador de Comercio de la ciudad de	SANTIAGO

l) Modificaciones estatutos constan en (si las hubiere)

Fecha escritura pública	
Notaría	
Fecha publicación extracto en el Diario Oficial	
Inscripción Registro de Comercio	
Fojas	
Nº	
Año	
Conservador de Comercio de la ciudad de	

m) Decreto que otorga personería jurídica

Nº	
Fecha	
Publicado en el Diario Oficial de fecha	
Decretos modificatorios	
Nº	
Fecha	
Publicación en el Diario Oficial	

n) Otros (caso de asociaciones gremiales, cooperativas, organizaciones comunitarias, etc.)

Inscripción Nº	
Registro de	
Año	

o) Esta declaración debe suscribirse por el representante legal de la entidad correspondiente (ejecutor o asociado), quien certifica que son fidedignos.

Nombre	JUAN CARLOS MENDEZ GONZALEZ
RUT	
Firma	

9.9. Antecedentes comerciales del postulante

Entregar informe DICOM (Platinum).

9.10.

TABLA EXCEL

9.11.

CARTA SAG