

## PROYECTOS DE INNOVACION PARA CADENAS DE VALOR DE LA REGIÓN DE LOS RÍOS

### PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	E-commerce e innovaciones en la cadena de valor de agroecología: Modelo de negocio cooperativo innovador para el fortalecimiento de la cadena de valor agroecológica de la Región de Los Ríos
Ejecutor:	Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana
Código:	PYT-2014-0212
Fecha:	09 Diciembre 2014

---

Firma por Fundación para la Innovación Agraria

---

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

OFICINA DE PARTES 2 FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	31 DIC 2014
Hora	12:40
Nº Ingreso	18564



## Tabla de contenidos

Tabla de contenidos .....	2
I. Plan de trabajo.....	3
1. Configuración técnica del proyecto .....	3
2. Costos totales consolidados .....	25
3. Anexos .....	27
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	40

## I. Plan de trabajo

### 1. Configuración técnica del proyecto

Objetivos del proyecto

Objetivo general<sup>1</sup>

Diseñar e implementar un modelo de negocio cooperativo, que incorpore e-commerce e innovaciones en la producción, venta directa y distribución de sus productos, como elementos que contribuyen a fortalecer la cadena de valor agroecológica de la Región de Los Ríos.

Objetivos específicos<sup>2</sup>

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Desarrollar una estrategia de comercialización asociativa basada en el análisis de la cadena de valor de la producción agroecológica y local de la Región y las brechas identificadas en cada uno de sus eslabones.
2	Diseñar nuevos paquetes de productos agroecológicos y locales "agregados" comercializados a través de tres canales de comercialización: tienda, plataforma web y domicilio.
3	Generar una comunidad de aprendizaje conformada por agricultores familiares campesinos agroecológicos mejorando la calidad, rentabilidad y sustentabilidad de la producción.
4	Realizar una estrategia de difusión

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

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

1.1. Resultados esperados e indicadores: Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador de Resultados (IR) <sup>4</sup>				
			Nombre del indicador <sup>5</sup>	Fórmula de cálculo <sup>6</sup>	Línea base del indicador <sup>7</sup> (situación actual)	Meta del indicador <sup>8</sup> (situación final)	Fecha alcance meta <sup>9</sup>
1	1	Un documento de análisis de brechas y capacidades del sector agroecológico en la Región de Los Ríos	Análisis de brechas y capacidades de los proveedores agroecológicos de la Cooperativa La Manzana				mes 4
1	2	Un software de gestión comercial basado en una plataforma web multiusuario y un sistema de venta online y distribución a domicilio diseñado y operando, que permitirá el incremento en las ventas.	Incremento en el promedio de ventas anual realizado por cada uno de los canales diseñados: tienda, domicilio y plataforma on line.				Mes 18

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

<sup>4</sup> Los indicadores son una medida de control y demuestran que efectivamente se obtuvieron los resultados. Pueden ser tangibles o intangibles. Siempre deben ser: cuantificables, verificables, relevantes, concretos y asociados a un plazo.

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

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

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

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

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

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador de Resultados (IR) <sup>4</sup>				
			Nombre del indicador <sup>5</sup>	Fórmula de cálculo <sup>6</sup>	Línea base del indicador <sup>7</sup> (situación actual)	Meta del indicador <sup>8</sup> (situación final)	Fecha alcance meta <sup>9</sup>
1	3	Un análisis de factibilidad (o viabilidad económica) del sistema permanente de transporte en la cadena de valor	Un documento de factibilidad (o viabilidad económica) del sistema permanente de transporte en la cadena de valor				Mes 6
2	4	Nuevos productos tipo "canastas" adaptadas al mercado objetivo de la Región de los Ríos, funcionales y educativas, a través de la incorporación de etiquetas con información de origen, recetas tradicionales y gourmet y selección de productos para distintas ocasiones.	Incremento del número de productos agregados (canastas) para la venta en distintos canales de comercialización				Mes 10
3	5	Pequeñas empresas y agricultores agroecológicos capacitados y fortalecidos.	Porcentaje de productores agroecológicos capacitados y fortalecidos que participan del proyecto y venden sus productos a la manzana.				Mes 18

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado <sup>3</sup> (RE)	Indicador de Resultados (IR) <sup>4</sup>					
			Nombre del indicador <sup>5</sup>	Fórmula de cálculo <sup>6</sup>	Línea base del indicador <sup>7</sup> (situación actual)	Meta del indicador <sup>8</sup> (situación final)	Fecha alcance meta <sup>9</sup>	
			Planes de producción de los 22 productores seleccionados					Mes 7
3	6	Proveedores agroecológicos con Planes de producción para el abastecimiento de la tienda on line y física durante todo el año.	No. de proveedores agroecológicos vendiendo a través de la cooperativa La Manzana					Mes 8
4	7	Campaña de educación sobre consumo de productos agroecológicos.	No. de personas involucradas en los procesos de educación sobre consumo de productos agroecológicos					Mes 18

1.2. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos <sup>10</sup>	Resultado Esperado <sup>11</sup> (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Taller de análisis de brechas de la cadena de valor de pequeños productores agroecológicos y locales de la Región de Los Ríos.	Un documento de análisis de brechas y capacidades del sector agroecológico en la Región de Los Ríos	Mes 3
Taller de validación de la estrategia de comercialización, capacitación y programa de mejoras físicas con los productores.		Mes 4
Compra e implementación del sistema de gestión comercial basado en una plataforma web multiusuario.	Un software de gestión comercial basado en una plataforma web multiusuario y un sistema de venta online y distribución a domicilio diseñado y operando.	Mes 4
Diseño e implementación de un sistema de logística y de distribución para los proveedores (del campo a la tienda) y domicilio para los consumidores (de la tienda a la mesa).		Mes 4
Ajustes y operación continua del sistema de gestión comercial, de logística y distribución.		Mes 6 al 9
Análisis de factibilidad (o viabilidad económica) del sistema permanente de transporte en la cadena de valor.	Un análisis de factibilidad (o viabilidad económica) del sistema permanente de transporte en la cadena de valor.	Mes 6
Lanzamiento canastas.	Nuevos productos tipo "canastas" adaptadas al mercado objetivo de la Región de los Ríos, funcionales y educativas, a través de la incorporación de etiquetas con información de origen, recetas tradicionales y gourmet y selección de productos para distintas ocasiones.	Meses 9 y 10

<sup>10</sup> Un hito representa haber conseguido un logro importante en el proyecto, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

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

Hitos críticos <sup>10</sup>	Resultado Esperado <sup>11</sup> (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Implementación de un predio piloto o "predio escuela" para la capacitación de los productores asociados.	Pequeñas empresas y agricultores agroecológicos capacitados y fortalecidos.	Mes 5 - 18
Implementación de un programa de visitas y capacitación para los productores agroecológicos en el predio escuela, implementado por capacitadores y facilitadores locales.		Mes 5
Elaboración de planes de producción orgánica o planes de gestión productiva agroecológica para los 22 productores.		Mes 6
Implementación de mejoras en los predios o productos de 22 proveedores locales y agroecológicos de la Región de Los Ríos.		Mes 11 al 16
Formalización de un compromiso de venta de producción a la cooperativa La Manzana	Un plan de producción de los productores locales para el abastecimiento de la tienda on line y física durante todo el año.	Mes 4 al 9
Realización de una Feria y seminario regional de agroecología	Campaña de educación sobre consumo de productos agroecológicos.	Mes 16
Visitas a colegios y postas para educación sobre consumo de productos agroecológicos		Mes 12
Lanzamiento virtual de recetario		Mes 18
Lanzamiento de los videos promocionales		Mes 18
Entrega a productores de bolsas con incorporación de información relevante sobre productores locales de la cooperativa La Manzana		Mes 10

- 1.3. Método: identificar y describir los procedimientos que se van a utilizar para alcanzar cada uno de los objetivos específicos del proyecto (máximo 8.000 caracteres para cada uno).

**Método objetivo 1: Desarrollar una estrategia de comercialización asociativa basada en el análisis de la cadena de valor de la producción agroecológica y local de la Región y las brechas identificadas en cada uno de sus eslabones.**

Los circuitos de proximidad o circuitos cortos, hacen parte de un conjunto de estrategias que son actualmente promovidas a nivel mundial que buscan repensar el mercado de los alimentos y las relaciones entre productores y consumidores. Es una forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o de temporada reduciendo al mínimo la intermediación, acercando a los agricultores al consumidor, privilegiando a los productos locales a través de la creación de valor de activos inmateriales, y la reducción de actividades como el transporte y el embalaje. En América Latina y el Caribe los circuitos cortos constituyen una tendencia emergente que se ha concretado principalmente en la creación de bioferias, mercados ecológicos u orgánicos, venta directa en supermercados, restaurantes y tiendas, ventas de canastas por internet y la posibilidad de ventas al sector público.

Profundizar en las actuales brechas para que los agricultores familiares puedan acceder a los mercados de compras públicas, demanda una observación detallada en cada uno de los eslabones de la Cadena, frente los aspectos legales, aspectos organizativos de los productores y productoras y los aspectos de equipamiento, articulación e inocuidad. El desafío de los productores, comercializadores y consumidores es implementar iniciativas y proyectos viables y exitosos, que se sustenten productiva y comercialmente en el tiempo. El desafío de los formuladores de políticas es diseñar incentivos que masifiquen estas formas de trabajo en las sociedades latinoamericanas<sup>12</sup>.

En la búsqueda de hacer más eficiente el acercamiento a mercados especializados, las organizaciones pueden desarrollar estrategias para ser más competitivas. Cuando la relación existente entre actores individuales, que normalmente encontramos en el mercado, se vuelve una colaboración estratégica entre varias organizaciones participantes, con el fin de lograr ciertos objetivos durante el largo plazo y para el beneficio mutuo de los participantes, se conoce como una cadena de valor (Villada, 2005). Este concepto, se articula con el enfoque de Slow Food, el cual busca construir redes que relacionan a los productores y coproductores, educa a los consumidores de todas las edades y protege la biodiversidad<sup>13</sup>.

El enfoque de cadena como herramienta de investigación permite entenderla como un sistema, lo cual propicia un manejo más completo de la información. De igual forma facilita la identificación de puntos críticos que limitan el desarrollo y de actores claves que inciden en el funcionamiento de la cadena. Adicionalmente, permite el desarrollo de procesos de negociación entre actores estratégicos, sobre información más completa y, finalmente, acuerdos con una visión de sistema (Lundy, 2004).

<sup>12</sup> CEPAL - Serie Seminarios y Conferencias N° 77 Agricultura familiar y circuitos cortos

<sup>13</sup> Guía Slow food

Se tomarán herramientas al interior de la metodología de Cadenas de Valor como es el análisis de contexto, la inteligencia y contactos de mercado, el mapeo de la cadena, la identificación del sistema de apoyo e intervenciones y el análisis de puntos críticos.

El análisis del contexto, está directamente relacionado con la identificación y priorización de los marcos normativos y los estándares de calidad e inocuidad de los alimentos contemplados en la Ley que aplican a los AFC. La inteligencia y contactos de mercado recopila información de los requerimientos del producto y las reglas de juego.

El mapeo de la Cadena de Valor tiene el propósito de entender el contexto básico en el que opera el negocio, conocer cuáles son los actores y qué roles tienen, cómo influyen en la cadena de productos, servicios e información y cuáles son los socios actuales y potenciales. Respecto a la identificación de los puntos críticos para que los AFC puedan acceder al mercado, la identificación de cuellos de botella y oportunidades se realizará analizando el funcionamiento de tres organizaciones específicas (la Asociación Gremial Los Ríos Orgánico, el Comité de productores orgánicos de Paillaco y la Mesa Regional de Mujeres Rurales) y sus conexiones con eslabones anteriores y posteriores en la cadena.

Por otro lado, en este objetivo se considera la adquisición del software complementario para la implementación del sistema de venta on line, existente actualmente en la cooperativa. A la fecha, se han realizado pruebas piloto de comercialización on line de productos elaborados. A partir de la implementación del proyecto se vincularán las canastas diseñadas, adaptando el sistema logístico requerido para su acopio en puntos estratégicos para los productores, el armado en tienda y la coordinación de la entrega.

Para ello se realizarán capacitaciones con el personal de tienda y se realizarán pruebas piloto para definir las fallas del sistema. Esta actividad se complementa con el sondeo de mercado que se realizará para indagar sobre los requerimientos de los consumidores para la compra de estas canastas.

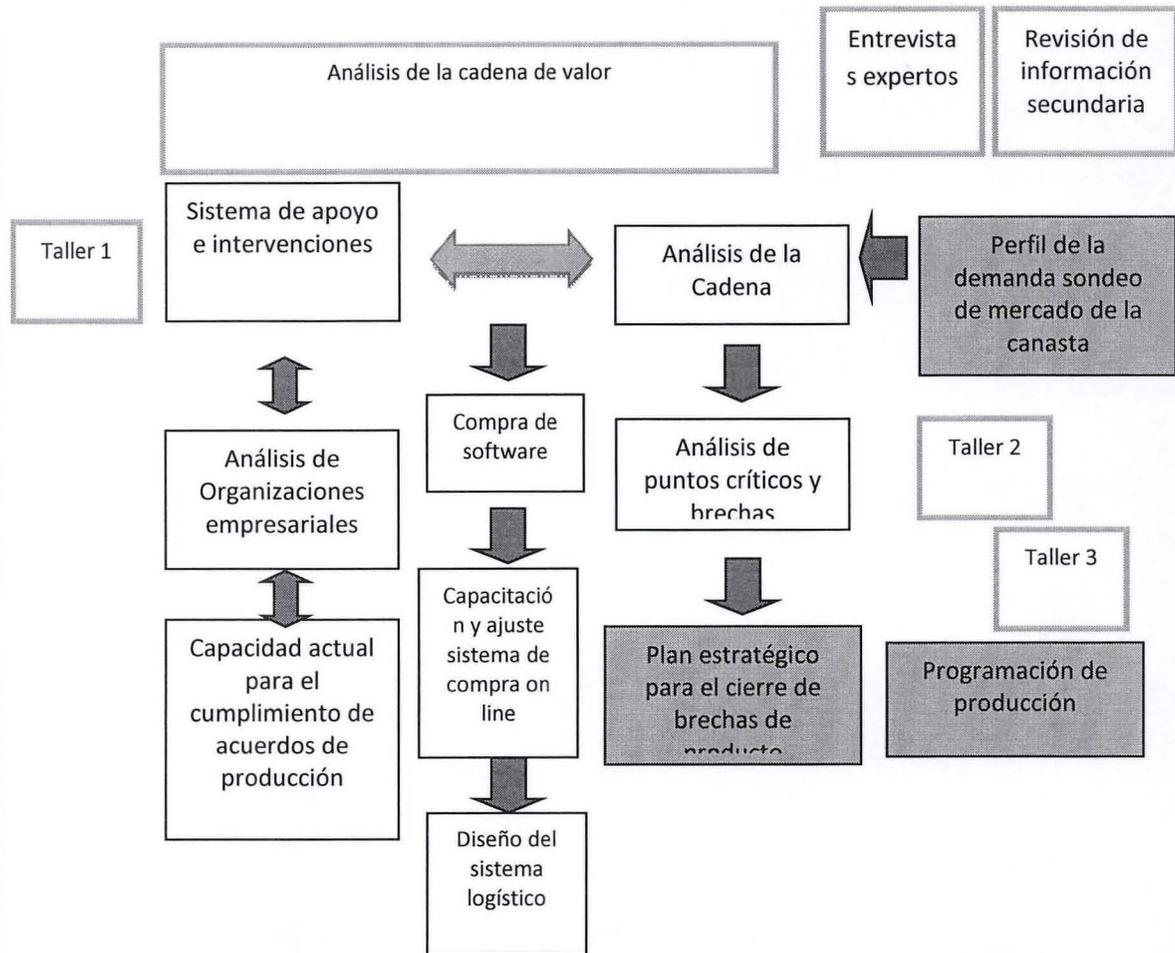
En este objetivo se requiere la participación activa de los transportistas, con quienes se diseñará el sistema de recolección y entrega de los productos en los puntos de encuentro de los productores y la cooperativa. A lo largo del proyecto se evaluarán las diferentes alternativas para acercar los productos frescos del campo a la ciudad y aportar en la búsqueda de soluciones para disminuir esta brecha. Para ello se identificarán diferentes empresas transportistas actualmente formalizadas, se estimulará el desarrollo de un microemprendimiento en este ámbito y se evaluará la posibilidad de comprar, por parte de la Cooperativa un vehículo que brinde este servicio.

Se incorporó como actividad y resultado esperado, el análisis de factibilidad o viabilidad económica del sistema permanente de transporte en la cadena.

Presupuestalmente esta actividad se reforzó en el ítem de movilización y transporte, considerando el presupuesto de pagar el servicio de 2 transportistas para la recolección de la verdura en distintos puntos cercanos a los productores, en 48 viajes estimados durante los 18 meses.

Igualmente el análisis de la cadena de valor que da soporte a todas las actividades que se desarrollan posteriormente en el proyecto fueron externalizadas, lo cual se refleja en el ítem

contratación a terceros. Los productores tendrán un apoyo monetario para la movilización a los talleres de análisis de la cadena de valor.



**Método objetivo 2: Diseñar nuevos paquetes de productos agroecológicos y locales “agregados” comercializados a través de tres canales de comercialización: tienda, plataforma web y domicilio.**

El desarrollo de canastas o paquetes de productos (también conocido por su término inglés, (bundle) es una estrategia de ventas conocida y aplicada de manera frecuente en el comercio detallista. En un mercado con una oferta crecientemente diversa y una demanda crecientemente heterogénea, el proceso de establecer grupos de productos ordenados de acuerdo a sus características intrínsecas dinamiza toda la cadena de valor. Para el consumidor la canasta otorga valor agregado al simplificar las decisiones de compra, accediendo a mejores precios que la compra de los productos por separado. Al intermediario le permite combinar productos de baja rotación con otros de alta demanda, mientras que al proveedor le permite incorporar nuevos productos que se asocian a otros productos tradicionales, bien posicionados. La logística también se optimiza, facilitando la aplicación del enfoque JIST (Just In Time, Justo a Tiempo) para la red de proveedores, al facilitar entregas frecuentes de pequeños lotes aprovechando las ventajas derivadas de una demanda estable y segura, eliminando con ello la necesidad de mantener

grandes stocks en tienda.

Para el diseño de canastas de productos adaptadas al mercado objetivo de la Región de Los Ríos se considerarán tanto las características funcionales (productos para el desayuno, para la once, para regalo, etc.) como las características de identidad de cada producto (origen territorial, étnico, época del año, etc.), combinándolas de acuerdo a las necesidades del público destinatario y los condicionantes propios de los canales de comercialización. Todas estas variables cualitativas y cuantitativas de los productos comercializados se estructurarán en una base de datos que permita optimizar la composición de la canasta, utilizando las herramientas tecnológicas disponibles para el control de inventario y análisis de ventas en el software de gestión.

La composición de las canastas dependerá de la oferta de productos disponibles y de las demandas específicas en cada temporada del año, poniendo una atención particular para combinar productos nuevos o de baja rotación, junto con productos ya posicionados y con una alta demanda. La promoción de los productos se realizará mediante campañas de difusión a través del newsletter y las redes sociales, incluyendo el diseño y la edición de folletos y etiquetas con información de origen, recetas tradicionales y gourmet. Estas últimas actividades están consideradas en detalle y de manera complementaria en el objetivo 4.

A modo de ejemplo, y a partir de los productos actualmente disponibles en la tienda, se presenta una propuesta preliminar de selección de canastas para distintas ocasiones.

Tipo de canasta		Destinatario		Productos		Modo de venta
Canasta saludable institucional	Café /	Institucional, empresa, organizaciones		Café de grano, café de cebada, mezclas de té, stevia y azúcar orgánica, galletones		On line, reparto semanal o quincenal
Canasta Desayuno /restaurantes	para Local	Hoteles, empresas catering	cabañas, de	Leche fresca, café de grano, queso y mermelada artesanal, miel, cecinas.		On line, reparto semanal o diario
Canasta institucional		Turistas, familiar	visitantes,	Mermelada, miel, conservas, artesanías locales		En tienda
Canasta agroecológica grande y pequeña	familiar	Familias		Verdura de temporada, fruta, jugos naturales		On line, reparto a domicilio o en tienda

Presupuestalmente este objetivo se reforzó en los ítems infraestructura y equipamiento, considerando las ampliaciones de la tienda requeridas para mantener en buenas condiciones la verdura que ingrese y conforme las canastas. Así como la ampliación de la sala de envasado y empaquetado donde se armarán las canastas.

**Método objetivo 3: Generar una comunidad de aprendizaje conformada por agricultores familiares campesinos agroecológicos mejorando la calidad, rentabilidad y sustentabilidad de la producción.**

Uno de los grandes retos para el desarrollo de una cadena de valor agroecológica es generar una base de conocimientos que permita comprender las complejas realidades que se presentan a lo largo de la cadena, desde el medio agroproductivo, a los procesos de transformación, la logística y distribución, o las situaciones de consumo, de manera tal que permita abordar los problemas desde una perspectiva holística y cooperativa, basada en el reconocimiento mutuo entre las diferentes perspectivas de los actores que son parte de la cadena.

En este sentido, los profesionales del agro han desarrollado competencias para resolver problemas puntuales en la producción, distribución y comercialización de alimentos de manera aislada, sin relacionarla con las restantes fases del ciclo de vida del producto, ni con el medio natural o cultural en el que este se desarrolla, proponiendo soluciones que en muchos casos no son pertinentes, sostenibles ni socialmente rentables.

Por ello, durante todo el proyecto, se plantea una iniciativa piloto de capacitación basada en nuevas propuestas de formación bajo nuevos paradigmas, que permitan comprender la complejidad en estas múltiples realidades, y aporten soluciones basadas en el diálogo de saberes. Bajo este enfoque, se hace necesario generar espacios de encuentro e interacción entre los diferentes actores de la cadena, para construir una comunidad de aprendizaje enfocada al desarrollo de capacidades y conocimientos sobre el agroecosistema desde la experiencia compartida.

Para lograr transformaciones que tengan impacto a largo plazo, es esencial que los integrantes de esta comunidad sean parte activa en el proceso formativo, que se identifiquen y comprometan, que se conviertan en sujetos de acción y no sólo objetos de "capacitación", que asuman el desafío de rescatar antiguas formas de producción e intercambio como base para la construcción de nuevos conocimientos y formas de relacionarse que fomenten la colaboración, la innovación, la adaptación y la resiliencia.

No obstante, generar los conocimientos y las capacidades necesarias para el desarrollo de una cadena de valor agroecológica es un proceso lento. Se requiere de un cambio gradual y sinérgico en las prácticas de los productores, los intermediarios y los consumidores, de forma que mejoren paralelamente la productividad, la rentabilidad y la sostenibilidad de acuerdo al contexto y los recursos locales. Para ello, el proyecto propone la creación de una red de formación continua de emprendedores, agricultores, instituciones, consumidores, educadores e investigadores vinculados a la agroecología.

El primer paso es la implementación de un predio piloto o "predio escuela" en conjunto con la Municipalidad de Paillaco, que se constituya como punto de encuentro regional y que permita desarrollar actividades de capacitación práctica para los productores agroecológicos, mediante técnicas de educación experiencial que faciliten la comprensión desde el aprender haciendo. El predio demostrativo también será un punto focal para el resto de participantes en la cadena de valor, que permitirá que todos ellos accedan, contribuyan y usen los recursos de aprendizaje extraídos de las experiencias prácticas y conocimientos de los agricultores, los profesionales y los

expertos en el campo de la agroecología.

Un segundo paso es la formación de facilitadores locales, que estimularán el desarrollo de los diálogos de saberes que permitan compartir ideas y puntos de vista con ejemplos derivados de los problemas reales de la agricultura. Los facilitadores capacitados seleccionarán y modelarán estos estudios de casos como escenarios educativos para promover en la comunidad de aprendizaje un proceso continuo de debate constructivo para la generación de soluciones innovadoras y participativas. Los facilitadores desarrollarán un programa de visitas prediales en el que participarán un conjunto de 22 proveedores locales y agroecológicos destacados por su constancia y calidad de producción.

Posteriormente, se contempla la elaboración de planes de producción para estos 22 proveedores seleccionados, por parte de la agrónoma del proyecto y el apoyo de un staff de asesores especializados en los casos que sea necesario, que permitirán identificar y proyectar las mejoras en los predios, los productos o los servicios de los proveedores seleccionados, a fin de mejorar el encadenamiento productivo. Estas acciones se implementarán parcialmente con el apoyo de otras instituciones, a partir de acuerdos que serán monitoreados por el facilitador local. Este proceso es participativo por lo cual no es posible establecer a priori cuáles serán las mejoras a realizar. Los planes se construirán de abajo hacia arriba, es decir contando con la opinión y conocimiento del productor de su predio y las recomendaciones de los profesionales del equipo. Estas mejoras pueden ser desde arreglos de la infraestructura de bodegas o centros de acopio o secado, sistema de riego, mejora o construcción de invernaderos, arreglos del sistema de desagües, cercos, construcción de terrazas, adquisición de herramientas, biodigestores, insumos para la siembra agroecológica, semillas, entre otros.

Como parte de la reformulación se ha enfatizado como metodología de trabajo el día o escuela de campo, método de comunicación con grupos, tendiente a mostrar una o varias prácticas agroecológicas. Bajo esta metodología, las actividades de aprendizaje se desarrollan de acuerdo a las necesidades y problemas identificados por los productores(as), descartando los contenidos de capacitación tradicional de los Sistemas de Generación y transferencia de tecnología. En este proceso, los agricultores son motivados y estimulados a descubrir conceptos, principios de la ecología agrícola y a desarrollar destrezas para el manejo de los rubros en que se desarrolla la escuela de campo. En su implementación, las escuelas de campo utilizan los principios de la educación informal de adultos, que considera que los productores(as) participantes no se pueden considerar como personas que no tienen conocimiento, ya que lo han desarrollado producto de su experiencia. Por lo tanto, no se trata de llenar de recomendaciones técnicas a las personas, sino de provocar cambios en lo que hace, respetándose lo que la gente hace bien.

Para el desarrollo del aprendizaje se plantea el uso de diferentes herramientas de enseñanza, el análisis agroecológico y experimentos, que generan los escenarios para la observación y el análisis de la realidad vivida, lo que lleva a la aplicación práctica del conocimiento en la toma de decisiones para resolver problemas específicos.

Por su efectividad las Escuelas de Campo como metodología de extensión, es usada con éxito en muchos países en desarrollo de América Latina y el mundo, especialmente con la pequeña producción de la población en condiciones de pobreza. Es por lo tanto, una alternativa para fortalecer las capacidades, empoderamiento, liderazgos locales para facilitar el desarrollo de las comunidades<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> FAO, 2011. GPL/ELS/008/SPA “apoyo a la rehabilitación productiva y el manejo sostenible de microcuencas en municipios de Auchapán a consecuencia de la tormenta Stan y la erupción del volcán

Como parte de los días de campo o escuelas de campo, se implementará un programa de visitas y capacitación prácticas para los productores agroecológicos en el predio de la escuela agroecológica de Lumaco, bajo la coordinación de la ingeniera agrónoma, el apoyo de los facilitadores y de expertos en temas que requieran mayor profundización. Como resultado de estas actividades se elaborarán planes de producción para los 22 productores que además constituirán un insumo para los planes de negocios.

Los planes de producción permiten el fortalecimiento de la gestión productiva de los productores. Se considerará en la metodología del diagnóstico de los productores algunos elementos de los estándares de certificación, considerando especialmente que su nivel de desarrollo actual y el mercado, al que se está apuntando no amerita todavía una certificación orgánica, además del costo de las auditorías y el nivel de ingresos de los productores, el cual no es suficiente para asumir esta responsabilidad.

Al ser seleccionados dentro del grupo de 22 proveedores, serán identificados como productores de la cooperativa de consumo responsable La Manzana y recibirán apoyo en la imagen de su producto, a través por ejemplo de la impresión de bolsas de papel con información de origen del producto e información del productor, su ubicación, entre otros elementos que diferenciarán el producto tanto para los consumidores de La Manzana como para los externos (ferias, puntos de ventas en comunas, etc.)

Estas actividades adicionales se reflejan en el presupuesto en el ítem viáticos y movilización, donde se consideró un monto mensual para las salidas a terreno por parte de la agrónoma, así como la movilización de los productores a las capacitaciones.

#### **Método objetivo 4: Realizar una estrategia de difusión**

Históricamente las campañas públicas de sensibilización e información sobre alimentación saludable han sido desarrolladas por el Estado, y en cierta medida en Chile estos esfuerzos se han intensificado en los últimos 20 años en respuesta a la alta prevalencia de enfermedades ligadas a hábitos de alimentación no saludables.

En la mayoría de los casos, estos esfuerzos consistieron de campañas de información masiva, y aunque muchas de ellas han provocado el debate público y han recibido una gran cobertura mediática, generando incluso cambios en la normativa nacional, no existe seguridad respecto de que hayan logrado el objetivo de cambiar los hábitos alimenticios de la población, al menos en gran escala.

De acuerdo a la experiencia internacional, pueden identificarse factores de éxito en la tres fases principales de las campañas de sensibilización en alimentación saludable. La primera es en la fase inicial, que depende de capturar las tendencias actuales y de acomodar la campaña en un entorno general y macro, considerando asociaciones o alianzas entre múltiples actores (productores, mayoristas, minoristas, grupos de consumidores). El enfoque de cadena del proyecto ofrece una oportunidad muy valiosa para desarrollar una campaña que integre a todos los eslabones de la cadena, desde las asociaciones de consumidores a las asociaciones de productores, pasando por las escuelas de gastronomía, o los diversos niveles de la distribución.

LLamatepec". Documento técnico 3. Guía metodológica para el desarrollo de Escuelas de Campo. San Salvador, El Salvador 24 pp.

Las recomendaciones para la siguiente fase de puesta en marcha, es asociar las herramientas de marketing social con acciones con la comunidad, que empoderen a los ciudadanos. Un factor clave es que el mensaje sea simple, positivo y claro. Asimismo, el mensaje deberá resaltar más de los beneficios a corto plazo, juntamente con los beneficios a largo plazo para la salud. No obstante, las campañas de información a gran escala no son necesariamente la herramienta más adecuada, siendo más efectivas las acciones que refuercen la participación y el sentido de pertenencia, como los concursos, los premios o reconocimiento público de acciones demostrativas. En este sentido, el proyecto contempla la elaboración de cuñas de radio de promoción del proyecto y una serie de videos promocionales de cada uno de los eslabones de la cadena de agroecología, para ser viralizados a través de redes sociales. La elaboración de un recetario por cada canasta, y la realización de una Feria y seminario regional de agroecología que permitirá crear espacios de participación y diálogo en torno al tema.

En la última fase de consecución (logros), es recomendable hacer el seguimiento a los cambios en las actitudes, comportamientos y valores de los ciudadanos logrados a través de la campaña. Aunque es difícil medir cuantitativamente cambios en los hábitos alimentarios, es factible hacer un seguimiento cualitativo de indicadores de cambio a nivel de la ciudadanía. La impresión y distribución de recetario por canasta y las visitas a colegios y postas para educación sobre consumo de productos agroecológicos permitirá levantar una línea de base de este tipo de indicadores, que posteriormente podrán ser monitoreados en el tiempo. El registro de visitas a la página web y en las redes sociales son también valiosos indicadores, que pueden complementarse mediante encuestas on line.

Un aspecto importante de la difusión tiene relación a la comunicación de los aprendizajes y recomendaciones surgidas de la implementación de este proyecto piloto. En este sentido, a través de la asociación de Consumidores de Valdivia se tendrá acceso a una red de organizaciones de consumidores establecidas a lo largo de todo el país. En conjunto con ellos se programará un ciclo de charlas, conversatorios y visitas que permitirá transferir los resultados de este proyecto piloto, y promover la replicabilidad de la experiencia en otras ciudades y regiones de Chile. Como material de apoyo se editará una guía para la creación de grupos de consumo agroecológico, que entregue información sobre agroecología, cadenas cortas, modelos de gestión y alternativas legales para la constitución de entidades cooperativas, que promuevan el desarrollo de cadenas de valor para la producción agroecológica.

Presupuestalmente se dio énfasis a esta actividad mejorando el presupuesto para el material gráfico, de manera que sea material de calidad. Igualmente se detallaron las acciones de marketing que soporta el material de difusión.

1.4. Actividades: Indicar las actividades a llevar a cabo en la propuesta, asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados. Considerar también en este cuadro, las actividades de difusión de los resultados de la propuesta.

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Actividades
1	1	Un documento de análisis de brechas y capacidades del sector agroecológico en la Región de Los Ríos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puesta en marcha del proyecto</li> <li>• Invitación a los transportistas a los talleres</li> <li>• Taller de mapeo de la cadena de pequeños productores agroecológicos y locales de la Región de Los Ríos.</li> <li>• Taller de análisis de brechas de la cadena de valor de pequeños productores agroecológicos y locales de la Región de Los Ríos</li> <li>• Taller para la elaboración e implementación de un plan de mejoramiento y una estrategia de comercialización de la cadena de valor de agroecología de la Región de Los Ríos a cargo de un staff de asesores especializados</li> <li>• Sistematización de la información del taller en un documento de análisis de brechas para el sector agroecológico en la Región de los Ríos</li> <li>• Diseño del programa de capacitación y mejoras físicas para los productores agroecológicos</li> <li>• Taller de validación de la estrategia de comercialización, capacitación y programa de mejoras físicas con los productores.</li> </ul>
1	2	Un software de gestión comercial basado en una plataforma web multiusuario y un sistema de venta online y distribución a domicilio diseñado y operando, que permitirá el incremento en las ventas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sondeo de mercado de nuevas canastas de productos frescos agroecológicos.</li> <li>• Compra e implementación del sistema de gestión comercial basado en una plataforma web multiusuario</li> <li>• Taller de capacitación a la gerencia, vendedora y consejo directivo de la cooperativa en la operación del sistema</li> <li>• Diseño e implementación de un sistema de logística y de distribución para los proveedores (del campo a la tienda) y domicilio para los consumidores (de la tienda a la mesa).</li> <li>• Operación piloto del sistema de gestión comercial basado en una plataforma web multiusuario y del sistema de</li> </ul>

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Actividades
			<ul style="list-style-type: none"> <li>logística y distribución para proveedores y consumidores.</li> <li>Ajustes y operación continua del sistema de gestión comercial, de logística y distribución.</li> </ul>
1	3	Análisis de factibilidad del sistema de transporte en la cadena	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de los análisis necesarios</li> </ul>
2	4	Nuevos productos tipo "canastas" adaptadas al mercado objetivo de la Región de los Ríos, funcionales y educativas, a través de la incorporación de etiquetas con información de origen, recetas tradicionales y gourmet y selección de productos para distintas ocasiones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño de canasta institucional</li> <li>Diseño de canasta semanal familia grande</li> <li>Diseño de canasta semanal familia pequeña</li> <li>Diseño de canasta para desayuno hoteles</li> <li>Diseño de etiquetas y recetario por canasta</li> </ul>
3	5	Pequeñas empresas y agricultores agroecológicos capacitados y fortalecidos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de un predio piloto o "predio escuela" para la capacitación de los productores asociados</li> <li>Capacitación de facilitadores locales como visitantes técnicos</li> <li>Seleccionar 22 proveedores locales y agroecológicos destacados por su constancia y calidad de producción.</li> <li>Implementación de un programa de visitas y capacitación práctica para los productores agroecológicos en el predio escuela, implementado por capacitadores y facilitadores locales.</li> <li>Días de campo colaborativos en predios de los 22 productores</li> <li>Acompañamiento técnico a los 22 productores</li> <li>Programación de la producción de los productores agroecológicos seleccionados</li> <li>Elaboración de planes de producción para los 22 productores</li> <li>Elaboración de planes de negocios para 22 productores locales y agroecológicos de la Región</li> <li>Implementación de mejoras en los predios o productos de 22 proveedores locales y agroecológicos de la Región de Los Ríos.</li> </ul>

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Actividades
3	6	Un plan de producción de los productores locales para el abastecimiento de la tienda on line y física durante todo el año.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formalización de un compromiso de venta de producción a la cooperativa La Manzana.</li> </ul>
4	7	Campaña de educación sobre consumo de productos agroecológicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización y realización de una Feria y seminario regional de agroecología</li> <li>• Lanzamiento Nuevas canastas</li> <li>• Elaboración de una serie de videos promocionales de cada uno de los eslabones de la cadena de agroecología</li> <li>• Lanzamiento de videos promocionales (3 videos)</li> <li>• Elaboración y circulación de cuñas de radio de promoción del proyecto</li> <li>• Impresión y distribución de recetario por canasta.</li> <li>• Lanzamiento de recetario (diseñadas e incorporadas como fichas 20 recetas)</li> <li>• Elaboración y entrega a productores de bolsas publicitarias con incorporación de información relevante sobre productores locales de la cooperativa La Manzana (1.100 bolsas entregadas a los productores).</li> <li>• Visitas a colegios y postas para educación sobre consumo de productos agroecológicos</li> <li>• Evaluación y cierre de proyecto</li> </ul>

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

N° OE	N° RE	Actividades	Año 2014 / 2016																				
			Trimestre																				
			Nov/Dic 2014 - Ene 2015			Feb-Abr 2015			May-Jul 2015			Ago-Oct 2015			Nov-Dic 2015 Ene 2016			Feb-Abr-May 2016					
1	1	Puesta en marcha del proyecto	X																				
		Invitación a los transportistas a los talleres		X																			
		Taller de mapeo de la cadena de pequeños productores agroecológicos y locales de la Región de Los Ríos.				X																	
		Taller de análisis de brechas de la cadena de valor de pequeños productores agroecológicos y locales de la Región de Los Ríos					X																
		Taller para la elaboración e implementación de un plan de mejoramiento y una estrategia de comercialización de la cadena de valor de agroecología de la Región de Los Ríos a cargo de un staff de asesores especializados							X														
		Sistematización de la información del taller en un documento de análisis de brechas para el sector agroecológico en la Región de los Ríos				X	X	X															

N° OE	N° RE	Actividades	Año 2014 / 2016																	
			Trimestre																	
			Nov/Dic 2014 - Ene 2015		Feb-Abr 2015			May-Jul 2015			Ago-Oct 2015			Nov-Dic 2015 Ene 2016			Feb-Abr-May 2016			
		Diseño del programa de capacitación y mejoras físicas para los productores agroecológicos		X	X	X	X													
		Taller de validación de la estrategia de comercialización, capacitación y programa de mejoras físicas con los productores.																		
2		Sondeo de mercado de nuevas canastas de productos frescos agroecológicos.		X	X															
		Compra e implementación del sistema de gestión comercial basado en una plataforma web multiusuario		X																
		Taller de capacitación a la gerencia, vendedora y consejo directivo de la cooperativa en la operación del sistema					X													
		Diseño e implementación de un sistema de logística y de distribución para los proveedores (del campo a la tienda) y domicilio para los consumidores (de la tienda a la mesa).			X	X	X	X												
		Operación piloto del sistema de gestión comercial basado en una plataforma web multiusuario						X	X	X	X									



N° OE	N° RE	Actividades	Año 2014 / 2016																	
			Trimestre																	
			Nov/Dic 2014 - Ene 2015			Feb-Abr 2015			May-Jul 2015			Ago-Oct 2015			Nov-Dic 2015 Ene 2016			Feb-Abr-May 2016		
		calidad de producción.																		
		Implementación de un programa de visitas y capacitación práctica para los productores agroecológicos en el predio escuela, implementado por capacitadores y facilitadores locales.							X	X		X	X			X	X			
		Días de campo colaborativos en predios de los 22 productores						X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
		Acompañamiento técnico a los 22 productores				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
		Programación de la producción de los productores agroecológicos seleccionados						X	X	X										
		Elaboración de planes de producción 22 productores				X	X	X	X											
		Elaboración de planes de negocios para 22 productores locales y agroecológicos de la Región						X	X	X	X									
		Implementación de mejoras en los predios o productos de 22 proveedores locales y agroecológicos de la Región de Los Ríos.										X	X	X	X	X	X			
3	6	Formalización de un compromiso de venta de producción a la cooperativa La Manzana				X	X	X												

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2014 / 2016																	
			Trimestre																	
			Nov/Dic 2014 - Ene 2015			Feb-Abr 2015			May-Jul 2015			Ago-Oct 2015			Nov-Dic 2015 Ene 2016			Feb-Abr-May 2016		
4	7	Organización y realización de una Feria y seminario regional de agroecología												X	X					
		Lanzamiento Nuevas canastas										X								
		Elaboración de una serie de videos promocionales de cada uno de los eslabones de la cadena de agroecología							X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
		Lanzamiento de videos promocionales (3 videos)														X				
		Elaboración y circulación de cuñas de radio de promoción del proyecto										X	X	X	X	X				
		Impresión y distribución de recetario por canasta.								X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		Lanzamiento de recetario (diseñadas e incorporadas como fichas 20 recetas)														X				
		Elaboración y entrega a productores de bolsas publicitarias con incorporación de información relevante sobre productores locales de la cooperativa La Manzana (1.100 bolsas)							X		X		X							
		Visitas a colegios y postas para educación sobre consumo de productos agroecológicos							X	X	X	X								
Evaluación y cierre de proyecto																	X			

## 2. Costos totales consolidados

### 2.1. Estructura de financiamiento.

		Monto (\$)	%
FIA	Ejecutor		
	Asociado(s)		
	<b>Total FIA</b>		
Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	<b>Total Contraparte</b>		
<b>Total</b>			

### 2.2. Costos totales consolidados.

Ítem	Sub ítem	Total (\$)	Aporte FIA (\$)			Aporte contraparte (\$)		
			Ejecutor	Asociado(s)	Total	Pecuniario	No Pecuniario	Total
Recursos humanos	Coordinador principal: Alejandra Pascale Vásquez Silva							
	Equipo Técnico: Claudia Levicoy							
	Equipo Técnico: Ronald Javet							
	Equipo Técnico: Ursula Fernández							
	Equipo Técnico: Claudia Lega							
	Equipo Técnico: Odette Jhonson							
	Equipo Técnico: Bernarda Aucapan							

Ítem	Sub Ítem	Total (\$)	Aporte FIA (\$)			Aporte contraparte (\$)		
			Ejecutor	Asociado(s)	Total	Pecuniario	No Pecuniario	Total
	Equipo Técnico: Raúl Quintero							
	Equipo técnico: Paola Lozada							
	Monto genérico							
	Profesional de apoyo y técnico: Glenda Lovera							
	Profesional de apoyo y técnico: Patricia Casas							
	Profesional de apoyo y técnico: Jorge Guzmán							
	Adicional Contador							
	Mano de obra							
	Equipamiento							
	Infraestructura (menor)							
	Viáticos y movilización							
	Materiales e insumos							
	Servicios de terceros							
	Difusión							
	Capacitación							
	Gastos generales							
	Gastos de administración							
	Imprevistos							
	<b>Total</b>							

---

Conforme con Costos Totales Consolidados  
Firma por Ejecutor  
(Representante legal o Coordinador Principal)

### 3. Anexos

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

Nombre completo o razón social	Cooperativa de Consumo Responsable La Manzana	
Giro / Actividad	Venta de alimentos	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Cooperativa de consumidores
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	www.lamanzana.coop	
Nombre completo representante legal	Ronald Alejandro Javet Pleguezuelos	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Artista visual	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente del Consejo Directivo	
Firma representante legal		

**Anexo 2.** Ficha identificación de los asociados. Esta ficha debe ser llenada para cada uno de los asociados al proyecto.

Nombre completo o razón social	Municipalidad de Paillaco	
Giro / Actividad	Servicio Público	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Servicio Público
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	<a href="http://www.munipaillaco.cl">www.munipaillaco.cl</a>	
Nombre completo representante legal	Maria Ramona Reyes Painequeo	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Alcaldesa	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Asociación Gremial de Productores Orgánicos de Los Ríos (AG Los Ríos Orgánicos)	
Giro / Actividad	Agricultura	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Asociación gremial
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Jorge Luis Guzmán Coliboro	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Comité de productores orgánicos de Paillaco	
Giro / Actividad	Agricultura	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Organización funcional territorial de productores
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Ana María Coliboro	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Mesa Regional de mujeres rurales	
Giro / Actividad	Agricultura	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Organización de segundo nivel consultiva
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Glenda Lovera	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Valdivia ACOVAL	
Giro / Actividad	SOCIAL	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Organización social, territorial y funcional.
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Rubén Hernán Parada Pérez	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente	
Firma representante legal		

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

Nombres	Claudia	
Apellido paterno	Levicoy	
Apellido materno	Olivarez	
RUT		
Profesión	Asistente Social	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente / Cooperativa La Manzana	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Apoyo a la coordinación	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Los Ríos	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	femenino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Alejandra Pascale	
Apellido paterno	Vásquez	
Apellido materno	Silva	
RUT		
Profesión	Veterinaria. Mg. Desarrollo Rural ©	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente / Cooperativa La Manzana	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Coordinadora Principal	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Los Ríos	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	femenino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Paola Andrea	
Apellido paterno	Lozada	
Apellido materno	Perdomo	
RUT		
Profesión	Administradora de Negocios. Mg. Desarrollo Rural	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente / Cooperativa La Manzana	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Profesional	
Si es investigador responde	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Los Ríos	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	femenino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Ronald Alejandro	
Apellido paterno	Javet	
Apellido materno	Pleguezuelos	
RUT		
Profesión	Artista Plástico. Mg. Desarrollo a Escala Humana ©	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente / Cooperativa La Manzana	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Profesional	
Si es investigador responde	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Los Ríos	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Ursula Andrea	
Apellido paterno	Fernández	
Apellido materno	Vöckt	
RUT		
Profesión	Bióloga Ambiental. Mg Desarrollo a Escala Humana ©	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente / Cooperativa La Manzana	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Profesional	
Si es investigador responde	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Los Ríos	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	femenino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Claudia	
Apellido paterno	Lega	
Apellido materno	Posse	
RUT		
Profesión	Sicóloga	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente / Cooperativa La Manzana	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Profesional	
Si es investigador responde	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Los Ríos	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	femenino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Odette	
Apellido paterno	Johnson	
Apellido materno	Veillon	
RUT		
Profesión	Ingeniera Agrónoma. Mg. Desarrollo Rural	
Empresa/organización donde trabaja	Independiente / Cooperativa La Manzana	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Profesional	
Si es investigador responde	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Los Ríos	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	femenino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

## II. Detalle administrativo (Completado por FIA)

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

<b>Costo total de la Iniciativa</b>		
<b>Aporte FIA</b>		
<b>Aporte Contraparte</b>	<b>Pecuniario</b>	
	<b>No Pecuniario</b>	
	<b>Total Contraparte</b>	

- Período de ejecución.

<b>Período ejecución</b>	
<b>Fecha inicio:</b>	09.12.2014
<b>Fecha término:</b>	31.05.2016
<b>Duración (meses)</b>	18 meses

- Calendario de Desembolsos

Nº	Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
1		Firma del contrato		
2	02.03.2015	Aprobación informe de saldo N°1		
3	29.05.2015	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°1.		
4	28.08.2015	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°2.		
5	04.03.2016	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°3.		
Final	15.09.2016	Aprobación informes de avance técnico y financiero finales	Hasta (*)	
	Total			

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

- Calendario de entrega de informes

<b>Informes Técnicos</b>	
Informe Técnico de Avance 1:	13.03.2015
Informe Técnico de Avance 2:	11.06.2015
Informe Técnico de Avance 3:	18.12.2015

<b>Informes Financieros</b>	
Informe financiero 1:	13.03.2015
Informe financiero 2:	11.06.2015
Informe financiero 3:	18.12.2015

<b>Informe de saldo</b>	
Informe de saldo N° 1:	02.03.2015

<b>Síntesis de Avance</b>	
Síntesis de Avance 1:	30.12.2014
Síntesis de Avance 2:	30.03.2015
Síntesis de Avance 3:	30.06.2015
Síntesis de Avance 4:	30.09.2015
Síntesis de Avance 5:	30.12.2015
Síntesis de Avance 6:	30.03.2016

<b>Informe Técnico Final:</b>	24.06.2016
<b>Informe Financiero Final:</b>	24.06.2016

- Además, se deberá declarar en el Sistema de Declaración de Gastos en Línea los gastos correspondientes a cada mes, a más tardar al tercer día hábil del mes siguiente.

---

Conforme con Detalle Administrativo  
Firma por Ejecutor  
(Representante legal o Coordinador Principal)