



**CHILE LO
HACEMOS
TODOS**



CÓDIGO
(uso interno)

FORMULARIO POSTULACIÓN

**GIRAS PARA LA INNOVACIÓN
CONVOCATORIA NACIONAL 2019**

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA..... | 3 |
| 1. NOMBRE DE LA GIRA PARA LA INNOVACION | 3 |
| 2. RESUMEN DE LA GIRA PARA LA INNOVACION | 3 |
| SECCIÓN II: DESCRIPCION DE LA GIRA PARA LA INNOVACION | 4 |
| 3. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD | 4 |
| 4. SOLUCIÓN INNOVADORA | 5 |
| 5. OBJETIVO DE LA GIRA PARA LA INNOVACION | 9 |
| 6. POTENCIAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS SOLUCIONES INNOVADORAS..... | 9 |
| 7. ITINERARIO PROPUESTO..... | 10 |
| 8. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN..... | 12 |
| SECCIÓN III: ANEXOS..... | 10 |

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1. NOMBRE DE LA GIRA PARA LA INNOVACION

“Gira Tecnológica a Perú y Bolivia, para conocer modelos de gestión, vinculación y promoción de la comercialización de la Quínu, desde la identidad cultural andina”

2. RESUMEN DE LA GIRA PARA LA INNOVACION

(Máximo 1.000 caracteres, con espacios incluidos)

La gira es una visita a Bolivia y Perú, países andinos con fuerte y demostrado desarrollo en la producción y consumo del grano ancestral de la Quínu. Buscamos, junto a un grupo conformado por cocineros tradicionales y productores, empresarios gastronómicos, investigadores y gestores, conocer en profundidad las experiencias de producción y comercialización, desde la identidad cultural, entendiendo que este elemento es el que ha permitido poner en valor el alimento, el territorio y saberes, posicionándolo en modelos de comercialización que le han agregado valor. Conoceremos la experiencia de toda la cadena, distinguiendo los mecanismos implementados para facilitar acceso a los mercados de los pequeños productores indígenas que mantienen formas de producción ancestrales. La gira incluye reuniones, visitas a productores en terreno, intercambio de experiencia con centros de estudios, programas internacionales, asociaciones de chefs, investigadores y ferias agrícolas especializadas.

SECCIÓN II: DESCRIPCIÓN DE LA GIRA PARA LA INNOVACIÓN

3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA Y/O OPORTUNIDAD

Se debe describir claramente el problema y/u oportunidad que da origen a la gira de innovación e indicar cuál es la relevancia para el sector agrario, agroalimentario y forestal, y para el grupo y/o tema en el cual se enmarca la gira.

(Máximo 2.500 caracteres, con espacios incluidos)

La Quinúa, alimento producido ancestralmente por el pueblo aymará, ha alcanzado una gran importancia comercial a nivel mundial debido a su alto valor nutritivo, versatilidad de usos, adaptabilidad y tolerancia a factores climáticos, siendo considerada en la actualidad un alimento estratégico. La Región de Tarapacá en nuestro país, forma parte del mundo andino que ha producido quinua desde épocas milenarias, manteniendo métodos de producción ancestrales con fuerte arraigo a prácticas culturales tradicionales. Y aún a pesar del aumento mundial en el consumo, debido a sus cualidades, este producto no ha alcanzado ni en la región de Tarapacá ni en el país, los niveles de producción y de consumo que poseen los países hermanos como Bolivia y Perú, quienes en conjunto concentran el 90% de la producción mundial. En la actualidad, según estudio de la UC (de Chile) en nuestro país el consumo per cápita alcanza a 20 gramos, mientras que en Perú y Bolivia es de 2,5 kilos en promedio, siendo la mayor parte de este consumo satisfecho a través de la importación.

En situación de que las comunidades aún pueden aumentar y mejorar sus procesos productivos, los cuatro desafíos más importantes son lograr aumentar el consumo interno; relevando la identidad cultural del producto; aportar al desarrollo territorial a partir de la producción y la mejora de calidad en la alimentación cuando se incorpora la Quinua a la dieta diaria y no solo como un producto de tendencia, logrando hacer sostenible los procesos. Para los pequeños productores del altiplano, es un desafío mantener este importante recurso alimentario para las generaciones actuales y futuras, y al mismo tiempo, traspasar las tradiciones de producción para que puedan seguir produciéndola, de manera rentable, sustentable, en respeto de sus saberes y tradiciones.

Bolivia y Perú, son países que han experimentado un crecimiento muy importante en la demanda interna y externa de la Quinua, es por ello que el conocer los distintos modelos y programas que lo hicieron posible, será de gran ayuda para el desarrollo de un modelo local que integre variables de identidad y permita mantener cultivos y las tradiciones culturales esenciales de nuestros pueblos originarios. La gira aportará: **intercambio técnico sobre métodos de producción cultural y territorialmente pertinentes, estrategias de acceso a los mercados y de promoción del consumo, así como de posicionamiento y agregación de valor en base a la identidad cultural.**

4. SOLUCIÓN INNOVADORA

4.1. Identificar y describir claramente la(s) solución(es) innovadora(s) que se pretende(n) conocer a través de la gira y su contribución para abordar o resolver el problema y/u oportunidad identificado.

(Máximo 2.500 caracteres, con espacios incluidos)

El importante aumento que han registrado Perú y Bolivia en relación a la producción y consumo de la Quinua, llegando a concentrar entre ambos el 90% del mercado internacional, unido a las similitudes culturales de los pueblos productores del altiplano, nos obliga a conocer y profundizar desde distintas aristas, el modelo de desarrollo y de promoción que han implementado y que podrían ser un ejemplo de *articulación* para las comunidades indígenas chilenas.

Para nuestras comunidades originarias, el poder valorizar y mantener los saberes ancestrales en todo el proceso productivo, poniendo en valor la cadena de la Quinua, es fundamental para impulsar un proceso productivo con identidad cultural. Desde esta perspectiva, lo que buscamos como solución son *modelos de articulación entre productores y mercados*, entendiendo que en la cadena participan cocineros y chefs (caso de la cocina peruana, que logró transformarse en un eje de desarrollo), y organismos o gobernanzas que dan sostenibilidad a modelos de ferias, redes, circuitos, rutas que son permanentes y han permitido además del reconocimiento de la oferta de valor, establecer vínculos entre productores y mercados. Cabe destacar que los distintos formatos de articulación, llevan una profunda impronta identitaria que los diversos actores han logrado poner en valor, situación que también es parte de las soluciones con las que queremos encontrarnos en ambos países. Y por otra parte, el hecho de que los participantes de la gira sean tan diversos pero también reconocidos actores de las cadenas (productores ancestrales de quinua, particularmente mujeres, cocineras y cocineros tradicionales aymará, cocineros, cocineros-empresarios de Tarapacá y la Región Metropolitana preocupados por el rescate del patrimonio alimentario, así como investigadores, empresarios, especialistas en puesta en valor del patrimonio y gestores territoriales), nos permitirá construir en conjunto, considerando cada una de esas perspectivas y experiencias, modelos que permitan y habiliten una articulación fluida, que de menos a más, vaya ganando terreno en la región de Tarapacá y pueda ser replicada en la Región Metropolitana y, luego otras regiones del país.

| | |
|---|--|
| 4.2. Identifique las entidades a visitar para conocer la(s) solución(es) innovadora(s) señalada(s) anteriormente (repita el cuadro en función del número de entidades a visitar). Se debe adjuntar cartas de compromiso de cada entidad a visitar en Anexo 6. | |
| Nombre entidad 1: | ASOCIACIONDE CHEFS BOLIVIA |
| Región: | Bolivia, La Paz. |
| Descripción: | Asociación Gremial de CHEF de Bolivia, que trabajan en la puesta en valor de la cocina boliviana y sus productos, insumos, desde la identidad cultural |
| Página web: | |
| Correo electrónico de contacto | |
| Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as). | |
| (Máximo 1.000 caracteres, con espacios incluidos) | |
| Asociación de Chefs, que trabaja para difundir y conectar a través de las preparaciones, los productos y productores con el mercado y consumidor final, a través de la puesta en valor y la innovación. | |
| Nombre entidad n: | HIVOS, Humanist Institute for Co-operation with Developing Countries |
| Región: | Bolivia, La Paz |
| Descripción: | Organización internacional que desarrolla programas para la sostenibilidad agrícola, |
| Página web: | |
| Correo electrónico de contacto | |
| Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as). | |
| (Máximo 1.000 caracteres, con espacios incluidos) | |
| Esta organización nos permitirá conocer la participación de ong en el diseño y ejecución de programas que aportan a comunidades y territorios, en temas de sostenibilidad, y sostenibilidad agrícola, y su vinculación con actores locales para la articulación local. | |

| | |
|---|---|
| Nombre entidad 1: | CIT – cocina , identidad y territorio |
| Región: | Perú, Lima |
| Descripción: | Consultora dedicada a la investigación y diseño de planes en torno a la cocina, la identidad y los territorios. |
| Página web: | |
| Correo electrónico de contacto | |
| Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as). | |
| (Máximo 1.000 caracteres, con espacios incluidos) | |
| <p>Esta consultora ha desarrollado los últimos años un trabajo muy importante en relación al relevamiento del patrimonio alimentario, y construido una experiencia internacional con modelos de trabajo en Costa Rica, México y Bolivia. Esta consultora, nos facilitará la vinculación y coordinación con AGROFERIAS Campesinas y los productores locales, además de la Ruta por Callao.</p> | |
| Nombre entidad n: | |
| Región: | |
| Descripción: | |
| Página web: | |
| Correo electrónico de contacto | |
| Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as). | |
| (Máximo 1.000 caracteres, con espacios incluidos) | |

| | |
|--|--|
| Nombre entidad 1: | |
| Región: | |
| Descripción: | |
| Página web: | |
| Correo electrónico de contacto | |
| Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as). | |
| (Máximo 1.000 caracteres, con espacios incluidos) | |
| Nombre entidad n: | |
| Región: | |
| Descripción: | |
| Página web: | |
| Correo electrónico de contacto | |
| Describir el por qué la entidad a visitar es la más apropiada para conocer y contribuir a implementar la(s) solución(es) innovador(as). | |
| (Máximo 1.000 caracteres, con espacios incluidos) | |

5. OBJETIVO DE LA GIRA PARA LA INNOVACION

(Máximo 250 caracteres, con espacios incluidos)

Conocer experiencias, modelos de producción y comercialización de la Quinoa, para diseñar soluciones que faciliten la articulación y difusión de la cadena, con identidad cultural y valor agregado, para la Región Tarapacá y Región Metropolitana.

6. POTENCIAL DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS SOLUCIONES INNOVADORAS

Describir las posibilidades de implementar la(s) solución(es) que se conocerán en la gira en el corto y mediano plazo. Considere aspectos técnicos, de gestión, recursos humanos, organizacionales, financieros, entre otros.

(Máximo 3.500 caracteres, con espacios incluidos)

Dos aspectos fundamentales y basales que justifican la realización de esta gira y que dan luces respecto de las reales posibilidades de implementar soluciones son, por una parte las conclusiones del último Congreso Internacional de la Quinoa, realizado en Iquique que expresa la necesidad de “*desarrollar estrategias que permitan mejores oportunidades de acceso a los mercados; cooperación entre los países para el intercambio técnico y mejoras con pertinencia territorial y cultural*” colocando a la agricultura familiar campesina como un eje central; y por otra parte, el constante crecimiento del mercado de la quinoa a nivel mundial, situación que no es tendencia sino más bien un hábito instalado de consumo mundial pone sobre relieve la posibilidad de constituir y habilitar una oferta diferenciada tanto a la región (mediano plazo), y al mundo (largo plazo).

Contar con la participación de distintos actores de la cadena, y representantes de instituciones que se vinculan con el mundo de las cocinas, la gestión patrimonial y el emprendimiento, permitirá descifrar al menos dos soluciones en el corto y mediano plazo. Entendemos que nuestra fortaleza está dada por la capacidad de hacer converger visiones y trasladarlas en acciones concretas para el beneficio de las comunidades indígenas del norte del país y de las comunidades productoras de quinoa en el país. Finalmente, la inserción de la promoción del consumo de la Quinoa, así como el apoyo en la difusión de la mirada del cocinero tradicional y profesional, vienen a potenciar aún más este modelo integral, de manera de asegurar que los esfuerzos que realicen las comunidades en mejorar sus condiciones para acceder a los mercados tengan una demanda a la cual satisfacer, debiendo esta ser en primer lugar la demanda nacional, la que en la actualidad está siendo abastecida en gran medida a través de la importación.

Considerando los aspectos anteriores la base potencial de implementación de esta solución innovadora es muy alta, pero para que ello sea efectivo se debe considerar otros factores, a saber: **a)** Trabajo mancomunado con las instituciones que están abordando la temática de la Quinoa, como son el FIA, INIA, Quinoalab, Indap y otros, a quienes vamos a presentar los resultados de esta gira para dar espacio a un enfoque de territorio que permita entregar soluciones que respondan a las necesidades, y sean cultural y ambientalmente más sostenibles; **b)** Implementación de un enfoque descentralizado que considere las características distintivas de las comunidades del altiplano, sobre todo a nivel de aplicación de normativas y reglamentaciones, sin que ello deba desestimar la calidad e inocuidad del producto; **c)** Integralidad de la estrategia, la cual debe considerar la promoción de la oferta interna de la mano de los cocineros tradicionales y de los profesionales, de manera de incentivar el uso de la Quinoa en todos los segmentos, destacando el valor agregado de la producción ancestral y sustentable.

7. ITINERARIO PROPUESTO

| Entidad a visitar | Descripción de las actividades a realizar | Nombre y cargo de la persona con quien se realizará la actividad en la entidad a visitar | Temática a tratar en la actividad | Ciudad, localidad | Fecha (día/mes/año) |
|--|---|--|---|-------------------|---------------------|
| Asociación de Chefs de Bolivia | Reunión expositiva con chefs sobre técnicas, preparaciones y nuevos formatos de acercamiento de la quinua | Pierre Van Oost, Presidente de la Asociación | Preparaciones como vehículo para la difusión y acercamiento de los productos al consumidor final | La Paz | 24/09/2019 |
| Asociación de Chefs de Bolivia | Visita a productores de la cadena de comercialización | Pierre Van Oost, Presidente de la Asociación | Productores, formatos de comercialización para los restaurantes. | La Paz | 24/09/2019 |
| HIVOS, Humanist Institute for Co-operation with Developing Countries | Reunión de trabajo e intercambio sobre programas alimentarios sostenibles | Marcelo Collao Oficial Regional de Incidencias Programa Alimentos Sostenibles | El rol de organismos del tercer sector en apoyo a procesos de desarrollo territorial en vinculación con sectores públicos | La Paz | 25/09/2019 |
| CIT - Agroferias Campesinas | Visita Ruta del Callao, modelo de difusión y encadenamiento de cocineros | Andres Ugaz, Director de CIT – cocina, identidad y territorio | Modelos de articulación y encadenamiento para la difusión y agregación de valor a los productos alimentarios | Lima | 26/09/2019 |
| CIT - Agroferias Campesinas | Reuniones con equipo de gestión, con productores, visita a ferias y espacios de comercialización | Andres Ugaz, Director de CIT – cocina, identidad y territorio | Modelos de gestión y difusión para la sostenibilidad del | Lima | 27/09/2019 |
| CIT - Agroferias Campesinas | Visita a productores | Andres Ugaz, Director de CIT – cocina, identidad y territorio | Visita a productores y agricultores para conocer experiencias comerciales | Lima | 28/09/2019 |
| CIT - Agroferias Campesinas | Visita a AGROFERIA CAMPESINA | Andres Ugaz, Director de CIT – cocina, identidad y territorio | Visita y experiencia en AGROFERIA CAMPESINA | LIMA | 29/09/2019 |

8. ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN

| Fecha (día/mes/año) | Lugar de realización | Tipo de actividad (charla, taller de discusión de resultados y/o publicación) | Justificación de la actividad | Tipo de participantes (indicar hacia quien está orientada la actividad) | N° estimado de participantes |
|------------------------|-------------------------|---|--|---|---------------------------------|
| 08/10/2019 | Colchane | Charla de Difusión | La zona de Colchane es la más importante productora de Quinua de la región | Productores de Quinua, Cooperativas, Ferias, Cocineros y Dueños de Restaurantes | 20 |
| 09/10/2019 | Iquique | Charla de Difusión | Ubicación de principales restaurantes | Productores de Quinua, Cooperativas, Ferias, Cocineros y Dueños de Restaurantes | 20 |
| 10/10/2019 | Santiago | Charla de Difusión | La RM, concentra gran cantidad de cocineros y dueños de restaurantes interesados en la quinua y patrimonio alimentario | Cocineros y Dueños de Restaurantes | 30 |
| 03/10/2019 | Santiago | Taller de Discusión | La RM, concentra gran cantidad de cocineros y dueños de restaurantes interesados en la quinua y patrimonio alimentario | Cocineros y Dueños de Restaurantes | 20 |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

ANEXO 4: CARTAS DE COMPROMISO DEL COORDINADOR Y DE CADA UNO DE LOS PARTICIPANTES, Y FOTOCOPIA DE CÉDULA DE IDENTIDAD DE CADA UNO ELLOS

La carta de compromiso se debe ajustar al siguiente formato:

| |
|---|
| <p>Señores FIA Loreley 1582 <u>La Reina</u></p> <p>Estimados señores: Yo [Nombre del Participante], manifiesto mi compromiso de participar en las actividades programadas en la propuesta denominada [Título de la propuesta], a realizarse entre el [fecha inicio y término gira], con destino a [Región/Localidad], presentada por [nombre Entidad Postulante] a la Convocatoria de Giras para la Innovación 2019.</p> <p>Asimismo, me comprometo a realizar un aporte de [\$.], para financiar la contraparte de la propuesta, en caso que ésta resulte aprobada.</p> <p>Sin otro particular, le saluda atentamente</p> <p style="text-align: center;">Firma Nombre completo Rut.</p> |
|---|

ANEXO 5: CURRÍCULUM VITAE (CV) DEL COORDINADOR

Se debe presentar un currículum breve, de **no más de 3 hojas**, del coordinador, la información contenida en dicho currículum, deberá poner énfasis en los temas relacionados a la propuesta y/o a las responsabilidades que tendrá en la ejecución del mismo. De preferencia el CV deberá rescatar la experiencia profesional de los últimos 5 años.

ANEXO 6: CARTAS DE COMPROMISO DE LAS ENTIDADES A VISITAR

La carta debe indicar:

- Nombre de la entidad.
- Breve descripción de su quehacer.
- Datos de contacto (representante, dirección, teléfono, email de contacto y página web).
- Declaración explícita de la recepción de la gira para la innovación (formato carta compromiso adjunta).

| |
|---|
| <p>Señores FIA Loreley 1582 <u>La Reina</u></p> <p>Estimados señores:</p> <p>Nosotros como [Nombre entidad] nos comprometemos a recibir al grupo participante de la gira denominada [Título propuesta], entre los días [día/mes/año] y [día/mes/año], en el marco de la postulación a la Convocatoria Giras para la Innovación 2019. El objetivo de la visita es [explicar en qué consistirá la visita y los temas que incluirá]</p> <p>Sin otro particular, le saluda atentamente,</p> <p style="text-align: center;">Firma Nombre completo Rut Cargo</p> |
|---|

ANEXO 7: COTIZACIONES QUE RESPALDEN LA MEMORIA DE CÁLCULO

ANEXO 8: CARTA DE COMPROMISO DE APORTES DE OTRA PROCEDENCIA

La carta debe indicar el compromiso de aporte de terceros, si los hubiere, y además describir el tipo de aporte comprometido.

Lugar,
Fecha (día, mes, año)

Yo **Nombre Representante Legal**, RUT: **XX.XXX.XXX-X**, vengo a manifestar el compromiso de la entidad **Nombre Entidad**, RUT: **XX.XXX.XXX-X**, a la cual represento, para realizar un aporte total de **monto en pesos** a la gira de innovación denominada "**Nombre de la gira**", presentada a la Convocatoria Nacional Giras para la Innovación 2019, de la Fundación para la Innovación Agraria, valor que se desglosa en **monto en pesos** como aportes pecuniarios y **monto en pesos** como aportes no pecuniarios.

Firma del Representante Legal

Nombre del Representante Legal
Cargo Representante legal
Entidad Postulante
RUT Representante Legal

ANEXO 9: CARTA DE AUTORIZACIÓN DE DIRECTOR DE SERVICIO PÚBLICO

Adjuntar carta autorización para aquellos participantes de instituciones públicas.