



Informe de Seguimiento Técnico Final Complementario

Mejora de la oferta agroalimentaria y gastronómica para hoteles y restaurantes de la Región del Biobío y el mercado internacional, por medio del desarrollo de platos y preparaciones patrimoniales regionales y su comercialización e incorporación mediante un sello de calidad turístico-gastronómico.

PYT-2012-0086

Período comprendido desde el 01/06/2015 hasta el 14/12/2015

30 Diciembre de 2015

Contenido

1.	Antecedentes	3
2.	Costos	3
3.	Resumen del Período	4
4.	Objetivos Específicos (OE)	4
5.	Resultados Específicos (RE)	7
6.	Actividades	10
7.	Hitos Críticos	16
8.	Cambios en el entorno	18
9.	Difusión	19
10.	Auto Evaluación.....	21
11.	Conclusión	22
12.	Anexos.....	23

1. Antecedentes

1.1. Antecedentes Generales:

Nombre Ejecutor:	Hotelera Marina del Sol S.A.
Nombre(s) Asociado(s):	Duoc UC, Austral Solutions Ltda., Serrano Ltda., Kaskeria, Sociedad Agroforestal Caracol Austral Ltda., Restaurant Surazo, Sernatur Región del Biobío, Consejo de la Cultura, Restaurante La Sazón, Bac Café, CFT Santo Tomas, Inacap
Coordinador del Proyecto:	Esmeralda Isabel Herrera Quezada
Regiones de ejecución:	VIII del Biobío
Fecha de inicio iniciativa:	1 de Diciembre de 2012
Fecha término Iniciativa:	31 de Mayo de 2015
Tipo Convenio FIA:	FIC regional
Objetivo General:	Mejorar la oferta gastronómica de hoteles y restaurantes para el Turismo de Negocios en la Región del Biobío y el mercado internacional, por medio del desarrollo de productos alimentarios patrimoniales de origen tradicional y étnico Mapuche, como base de valorización de la cultura alimentaria de la región del Bio Bio y su comercialización e incorporación mediante un sello de calidad turístico-gastronómico.

2. Costos

2.1. Costo general:

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

2.2. Ejecución presupuestaria a la fecha:

Acumulados a la Fecha		Monto (\$)
Aportes FIA	Suma cuotas programadas	(*)
	Suma cuotas pagadas	
	Suma gasto programado	
	Suma gasto real	
Aportes Contraparte	Gasto programado	
	Gasto real	
	Gasto pecuniario programado	
	Gasto pecuniario real	

(*) En rigor, no hay cuotas programadas, por cuanto FIA reembolsa contra rendiciones de gastos hechos.

3. Resumen del Período

- 3.1. Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos en el período. Entregar valores cuantitativos y cualitativos. Explicar cuáles son las posibilidades de alcanzar el objetivo general y de desarrollar el negocio propuesto. Cada resumen debe contener información nueva, sin repetir lo mencionado en el resumen de informes anteriores. (Máx. 300 palabras)

El presente Informe cubre el período de 6 meses, entre junio de 2015 y diciembre de 2015.

En este período se han terminado casi todas las actividades obteniendo resultados muy satisfactorios.

Está pendiente la publicación del libro que cubre el catastro de los alimentos patrimoniales del Biobío.

4. Objetivos Específicos (OE)

- 4.1. Porcentaje de Avance:

Nº OE	Descripción OE	% de avance
1	Elaboración y publicación de un Inventario de productos patrimoniales para la Región del Biobío, siguiendo la experiencia y procedimientos que FIA ha puesto en ejecución para documentos similares desarrollados en otras regiones del país, formando parte así de la serie "Patrimonio Alimentario de Chile".	95%
2	Mapeo de los encadenamientos y las actividades asociadas al patrimonio alimentario inventariado y clasificación del inventario de productos patrimoniales, los encadenamientos y las actividades asociadas de acuerdo a las comunidades Lafquenche (Mar), Epulafquenche (Riveras	100%

	del lago), Mapuche (Valle), Pehuenche (Cordillera) y las de la cultura tradicional y de colonos de las distintas zonas y territorios de la Región del Biobío.	
3	Diseño de un modelo de negocios turístico-productivo de carácter sustentable e inclusivo que cree una marca basado en la identidad de un territorio piloto.	100%
4	Diseño y desarrollo de productos y servicios alimentarios de mayor valor agregado para fortalecer la oferta gastronómica y los productos turísticos.	100%
5	Incorporación de productos con sello turístico-gastronómico en Hoteles y Restaurantes regionales y nacionales	100%

4.2. Descripción de estado de avance del período (Máx. 70 palabras por objetivo)

Nº OE	Descripción del Avance del Período
1	<p>Durante el periodo se avanzó en los siguientes objetivos del catastro:</p> <p>Se finalizó la revisión del catastro de parte del FIA y se eligió a la imprenta Catalonia para la diagramación y edición de estilo. Las fotos fueron entregadas a la imprenta y actualmente sólo falta el termino de la edición y sacar algunas fotos que son de esta temporda.</p> <p>Con respecto a las fotos lleva un 98% de avance, debido a que se están terminando de recolectar las fotos de los productos estacionales de la zona. Link de las fotos: https://www.dropbox.com/sh/wqhkphbek4d1coa/AAB-1bVfJsuAmXZeQrHbkVEba?dl=0</p>
2	Terminado en el informe anterior
3	Terminado en el informe anterior

4	Se definió un Menu Identitario de la Región, el cual se incluye en el Anexo 1
5	Se terminaron las actividades. Se ingresó la solicitud de registro de la Marca de Certificación a INAPI con el nuevo logo. El cual se adjunta en Anexo 2.

5. Resultados Específicos (RE)

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)			Valor Actual	
			Indicador (cuantificable)	Línea base (situación sin proyecto)	Meta proyecto	Resultado	% Avance
1	1	Inventario de alimentos patrimoniales de la Región del Bío Bío.	Alimentos Patrimoniales Regionales	0	70	228	100%
	2	Publicación del catastro de alimentos patrimoniales regionales.	Publicación	0	100	-	70%
2	3	Mapeo de los encadenamientos asociados a los alimentos patrimoniales regionales.	Mapeo de encadenamientos alimentarios	0	3	-	100%
3	4	Modelo de Negocios de Identidad Territorial de carácter inclusivo y de origen participativo aplicado en un territorio piloto.	Modelo de Negocios	0	1	-	100%
	5	Asociación que reúne al todos los integrantes del modelo, generando una identidad corporativa y una red de proveedores de la asociación.	Asociación	0	1	-	100%
	6	Marca de Calidad e Imagen para una localidad piloto.	Marca	0	1	-	100%
4	7	Menú de la Marca (Menú Identidad) que distinguirá la oferta gastronómica de la ruta/circuito.	Menú de Recetas	0	20	-	100%
	8	Nuevos productos alimenticios desarrollados como suvenires basados en la identidad territorial.	Souvenirs alimenticios	0	5	-	100%

	9	Fiesta Regional de alimentos patrimoniales fortalecida.	Fiesta alimentaria fortalecida	0	1	-	100%
	10	Ferias/mercados de alimentos patrimoniales con identidad y sello único.	Feria o mercado de alimentos patrimoniales	0	1	-	100%
	11	Red de Proveedores estratégicos de alimentos patrimoniales.	Proveedores en la red	0	25	25	100%
	12	Plataforma tecnológica.	Elaborada	0	1	-	50%
5	13	Desarrollo y validación de sello de calidad turístico-gastronómico.	Sellos de calidad desarrollados y validados por comité técnico	0%	100%	-	100%

5.1. Descripción del avance del período (describa sólo aquellos que han tenido actividad durante el período)

Nº RE	Descripción Avance	Problemas y Desviaciones	Repercusiones	Acciones Correctivas
2	Publicación de Catastro El libro está en etapa de revisión por parte de la editorial y se están sacando las fotos restantes que son estacionales.			
6	Se mandó a diseñar un logo para la marca de Certificación Sabores Biobío y se solicitó su registro en INAPI			
7, 8 y 9	Se definieron los menús identitario de cada provincia de la región y los chef realizaron sofisticaciones de dicho menu y lo presentaron en el Evento de difusión realizado con autoridades y la prensa en el Hotel Sonesta el 30 de Noviembre.			
12	Plataforma Tecnológica : la empresa proveedora, debido a todos los cambios en el catastro esta atrasada en la entrega de este producto			
13	Se seleccionó un logo, el cual tiene 3 versiones con colores distintos: restaurantes, productores y centros de formación			
	Se realizó evento de difusión final en Hotel Sonesta donde se invitó a las autoridades y a la prensa . Se realizaron clases en vivo en Canal Regional por parte de los chef para dar a conocer los restaurantes que han incorporado los alimentos patrimoniales.			

6. Actividades

6.1. Cuantificación del avance. Cuantifique el avance para todos los resultados esperados:

Nº OE	Nº RE	Actividades	Programado		Real		% Avance
			Inicio	Término	Inicio	Término	
1	1	1.a Diseño de la pauta de recopilación que se transformará en la ficha tipo para cada producto y preparación patrimonial .	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	100%
1	1	1.b Asignación de un(a) encargado(a) y un equipo de encuestadores para cada una de las 4 provincias de la Región del Bio Bio, quienes efectuarán las labores exploratorias.	ene-13	feb-13	jul-13	ago-13	100%
1	1	1.c Capacitación de los participantes en el trabajo de terreno, en materias propias de la antropología de la alimentación y de la metodología a utilizar en terreno.	feb-13	mar-13	jul-13	sep-13	100%
1	1	1.d Validación en terreno de las pautas de recopilación y elaboración de informe de la metodología a utilizar (informe 1).	abr-13	may-13	jul-13	ago-13	100%
1	2	1.e Aplicación de la pauta en las 4 provincias que incluyen los territorios Lafquenche (Mar), Epulafquenche (Riveras del lago), Mapuche (Valle), Pehuenche (Cordillera), registro visual simple e informes con las fichas por cada producto y preparación recopilados.	may-13	jun-13	ago-13	Jun-14	100%
1	1	1.f Elaboración de un corpus de productos y preparaciones tradicionales, emblemáticos recopilados para la región y elaboración de un informe con todos los productos y	jun-13	jul-13	ene-14	Jun-14	100%

		preparaciones recopiladas (informe 2).					
1	2	1.g Elaboración y publicación de catastro alimentario patrimonial.	nov-13	ene-15	mar-14	ene-15	80%
1	3	1.h Análisis y conceptualización de los patrones identificadas en la Región.	nov-13	ene-15	nov-13	ene-15	100%
1	3	1.i Selección de actores (productores, agroindustrias, mercados y ferias) y de servicios turísticos (negocios gastronómicos, mercados, ferias, festividades, rutas gastronómicas) que establecerán vínculos con los hoteles y restaurantes de la región del Bío Bío.	mar-13	feb-15	Jul-13	feb-15	100%
1	1	1.j Selección de los productos y preparaciones que serán incluidos en la publicación del patrimonio alimentario regional. Se elegirán de cada provincia los productos y preparaciones patrimoniales singulares regionales, de uso transgeneracional (por lo menos 5 generaciones).	mar-13	sep-14	ene-14	sep-14	100%
1	1	1.k Elaboración de informe con la selección de los productos y preparaciones patrimoniales validado por FIA (informe 3).	dic-13	oct-14	ene-14	oct-14	100%
1	1	1.l Profundización de la información mediante el trabajo de terreno del equipo de investigadoras(es) responsables para los productos o preparaciones patrimoniales	feb-13	sep-14	mar-14	sep-14	100%

		seleccionadas.					
1	1	1.m Registro fotográfico profesional de los productos o preparaciones patrimoniales de la Región del Bío Bío.	feb-13	sep-14	mar-14	ene-15	98%
2	3	2.a Análisis de bases de datos de la(o)s cocinera(o)s, restaurantes, productores, mercados, ferias, festividades locales y rutas gastronómica más representativas (reconocidos por la gente local) de la Región del Bío Bío.	may-13	dic-14	jul-13	dic-14	100%
2	3	2.b Entrevistas a actores estratégicos y realización de talleres colectivos.	mar-13	dic-14	ago-13	dic-14	100%
2	3	2.c Caracterización de los sistemas alimentarios identificados en la Región del Bío Bío.	jun-13	dic-14	jul-13	dic-14	100%
2	3	2.d Elaboración de informe diagnóstico preliminar de la(o)s cocinera(o)s, mercados, ferias, festividades y rutas gastronómicas y su potencial encadenamiento con los hoteles, restaurantes y operadores de la región.	oct-13	ene-15	oct-13	ene-15	100%
1 y 2	1	1.2.a Recopilación de información sobre los aspectos organolépticos, nutricionales, gastronómicos y agronómicos con los(as) asesores(as) especializados, de los productos o preparaciones seleccionadas.	feb-13	sep-14	mar-14	dic-14	100%

1 y 2	1	1.2.b Recopilación de información general sobre la Región del Bio Bio (historia, economía, agronomía y demografía).	feb-13	sep-14	mar-13	dic-14	100%
1 y 2	1	1.2.c Análisis, sistematización y redacción de la información de los productos o preparaciones para el catálogo a publicar.	oct-13	may-15	mar-14	may-15	100%
1 y 2	1	1.2.d Redacción de los contenidos del informe de avance N°2 correspondiente al objetivo específico 1.	may-13	sep-14	ago-14	sep-14	100%
1 y 2	1	1.2.e Recopilación de las características principales de los proveedores de alimentos y servicios turísticos seleccionados.	oct-13	feb-14	mar-14	sep-14	100%
3	4, 5 y 11	3.a Desarrollar y dinamizar una red de actores de la cadena alimentaria patrimonial que provean de productos y servicios turísticos gastronómicos a turistas, hoteles y restaurantes de la Región del Bío Bío.	ene-14	dic-14	ene-14	dic-14	100%
3	4	3.b Diseño de modelo de negocios inclusivo que incluya marca de calidad en localidad piloto.	ene-14	dic-14	ene-14	oct-14	100%
4	6 y 7	4.a Diseñar y ejecutar un circuito turístico piloto, parte de Ruta gastronómica identificada.	ene-14	feb-15	ene-14	feb-15	100%
4	10	4.b Intervenir un Mercado y/o feria como producto turístico y proveedor de productos para hoteles y restaurantes.	ene-14	mar-15	ene-14	mar-15	100%

4	7,8, y 11	4.c Diseño y transformación de productos y preparaciones agroalimentarias patrimoniales para la oferta gastronómica de hoteles y restaurantes.	jun-14	may-15	jun-14	may-15	100%
4	9	4.d Intervenir o diseñar una festividad gastronómica de alimentos patrimoniales como producto turístico y proveedor de alimentos patrimoniales.	sep-13	mar-15	sep-13	mar-15	100%
4	12	4.e Diseño y elaboración plataforma tecnológica.	jul-14	may-15	jul-14	may-15	50%
5	13	5.a Desarrollo de Borrador de requisitos para el sello de calidad.	nov-14	abr-15	nov-14	abr-15	100%
5	13	5.b Desarrollo de documento final de requisitos para el sello.	oct-14	abr-15	oct-14	abr-15	100%
5	13	5.c Validación del Sello por una institución de reconocido prestigio en el campo de la normalización, certificación y/o turismo y gastronomía.	oct-14	may-15	oct-14	may-15	100%

6.2. Descripción del avance del período (describa sólo aquellos que han tenido actividad durante el período)

Actividad	Descripción Avance	Problemas y Desviaciones	Repercusiones	Acciones Correctivas
1.g	El libro se encuentra en revisión por parte de la editorial Catalonia. Se cuenta con un 98% del registro de fotos profesionales.			
1.m	Se ha cuenta con un 98% de avance en el registro fotográfico.			
4.e	Plataforma Tecnológica: Está listo el mapa de programación de la web, en proceso de revisión de contenido para programar.			
5.c	Se definió el logo y se ingresó el Registro de Marca a Inapi.			

7. Hitos Críticos

7.1. Indique el grado de cumplimiento de los hitos críticos fijados:

Nº RE	Hitos críticos	Fecha Programado	% Avance a la fecha	Fecha Real Cumplimiento
5	Conformación de la asociación de integrantes del modelo de negocios aplicado a nivel piloto.	feb-15	100%	Abril, 15
7	Selección y puesta en comercialización de productos agrícolas y manufacturados que conforman la red.	mar-15	70%	Agosto,15
11	Selección y capacitación de empresarios y emprendedores participantes de la red de proveedores de alimentos y de productos turísticos basados en el patrimonio alimentario.	mar-15	100%	Marzo,15
7	Obtención de recetas y presentación de los veinte nuevos platos basados en el patrimonio alimentario.	mar-15	100%	Septiembre,15
10	Organización y coordinación de la feria y/o mercado gastronómico transformado.	mar-15	100%	Septiembre,15
2	Publicación del catastro de alimentos patrimoniales regionales.	may-15	0%	Abril,16

7.2. Describa el grado de cumplimiento y posibles desviaciones (máx. 200 palabras).

El proyecto ha terminado con un gran Evento de Difusión para 200 personas con 10 chef preparando el menú identitario de la Región del Biobío con los platos sofisticados.

El libro se encuentra en etapa de revisión por parte de la Editorial Catalonia y se está esperando contar con algunos productos que por estacionalidad aun no están disponibles para su fotografía.

La plataforma tecnológica no ha podido ser terminada aun porque se requiere toda la información.

8. Cambios en el entorno

Tecnológico

Se debe analizar la situación de la investigación básica y aplicada, así como los procesos, innovaciones, patentes, royalties o publicaciones de los agentes que intervienen y ofrecen soluciones en el sector en particular, en terceros relacionados y en toda la cadena de valor (Máx. 170 palabras)

No ha habido cambios.

8.1. Mercado

Refiérase a los ámbitos de: oferta y demanda; competidores; nuevas alianzas comerciales; productos diferenciados, sustitutos o alternativos; mercados emergentes; productividad de los recursos humanos; precios de mercado, liderazgo del costo de producción; tipo de cambio, tasa de interés, disponibilidad de materias primarias, barreras de entrada al mercado, tratados de libre comercio, subvenciones o apoyo estatal.

Se observa una creciente oferta y demanda por productos agroecológicos y una gran preocupación de parte de los productores por diversos temas como son la conservación de los productos, sostenibilidad y seguridad alimentaria que se ofrece actualmente.

Se observa un gran interés por los centros de formación por enseñar sobre el patrimonio alimentario regional. Las autoridades de turismo, cultura, y fomento también están conociendo y reconociendo la importancia de la gastronomía patrimonial como un atractivo turístico, cultural y social.

8.2. Otros

Describe cambios en leyes, regulaciones, impuestos, barreras normativas o legales, normas no escritas, normas medio ambientales, responsabilidad social empresarial “dumping” (laboral o ambiental), entre otros.

Actualmente se está trabajando en un nuevo registro sanitario para pueblos originarios, el cual tiene mucha implicancia en los alimentos patrimoniales ya que esto colaborará la facilitación de su formalización.

9. Difusión

9.1. Describa las actividades de difusión realizadas durante el período.

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Perfil de los participantes	Medio de Invitación
Octubre, Noviembre, Diciembre	10 restaurantes y centros de formación	Taller de degustación y difusión de alimentos patrimoniales del Biobío	20	Medios, productores, otros restaurantes, instituciones de fomento	
Noviembre	Hotel Sonesta	Taller de degustación y difusión de alimentos patrimoniales del Biobío	200	Medios de comunicación, chef líderes de opinión, líderes de clubes gastronómicos, instituciones de fomento	

9.2. Describa las actividades de difusión realizadas durante el período:

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes*	Documentación Generada*

*Debe adjuntar en anexos material de difusión generado y listas de participantes

10. Auto Evaluación

10.1. ¿Considera que su proyecto logrará insertar en el mercado el bien o servicio o mejorar la competitividad? Explique (máx. 80 palabras)

Como se mencionó en el Informe anterior, el resultado de este proyecto tendrá en la práctica las características de bien público. El conocimiento generado ayudará a mejorar la competitividad no sólo del sector HORECA, sino de la Región del Biobío en su conjunto.

10.2. ¿Cómo evalúa los resultados obtenidos en función del objetivo general del proyecto? (máx. 80 palabras)

A la fecha, las actividades están prácticamente terminadas. En función del objetivo general del proyecto, los resultados se han cumplido. En particular, se identificó un patrimonio importante, y se ha consolidado una demanda estructurada para ellos y continúa la generación de vínculos comerciales.

10.3. ¿Cómo evalúa el grado de cumplimiento de las actividades programadas? (máx. 80 palabras)

Prácticamente las actividades están finalizadas, por lo que el cumplimiento es satisfactorio dado lo relevante y profundo que es el proyecto.

10.4. ¿Cómo ha sido la participación de los asociados? (máx. 80 palabras)

Cada vez se integraron más asociados al proyecto y en el último periodo se incorporó la Municipalidad de Concepción apoyando la actividad de los souvenir alimentarios (Itinerario gastronómico cultural) y el mercado de productores.

Los asociados se encuentran altamente comprometidos con el Proyecto incluyendo la Municipalidad de Concepción.

11. Conclusión

11.1. Concluya y explique la situación actual de la iniciativa, considerando amenazas u oportunidades (máx. 230 palabras).

El proyecto se encuentra prácticamente terminado. Falta el libro que está siendo editado para su publicación por la prestigiosa editorial Catalonia.

12. Anexos

Anexo 1: Menu Identitario

Provincia	Categoría	Preparación
Arauco Carlos Beltran y Jorge Provoste	Plato	Ganso Asado
		Budín de cochayuyo
	Preparaciones	Empanadas de Changle
		pebre de nalca
		Pan de Quínoa
	Bebida	Chicha de Manzana
Biobío ,micheal tilly, Ricardo Sepulveda o Alejandro Alarcon	Plato	Estofado de San Juan
		Lentejas con Locro
	Preparación	Sopaipilla de piñones
		Turrón de arropé
		Alfajores de pavo de harina
	Bebida	Mistela de Betarraga
Concepción , Synthia Conejeros, Eduardo Jiménez, Leslie Retamal o Elena Silva	Plato	Sierra al horno de Lota
		Cazuela de congrio
	Preparación	Ensalada de Romaza
		Ensalada de ulte
		Pan de mina
	Bebida	Chupilca con Vino Tinto
Ñuble , Nicolas Bac, Pablo Boschetti y sra.	Plato	Charquican con charqui de equino
		Guañaca

Ciruelito	Preparación	Queso cabeza
		prieta molida
	Bebida	pan con chicharrón
		Retafiado, retafiao o whisky del pobre

Anexo 2: Registro de Marca

Marca Comercial (Servicio)

N° Solicitud: 1180940 **Fecha Presentación:** 01/12/2015
N° Registro: 0 **Fecha Publicación:** -
Estado: *VER INSTANCIA **Fecha de Vigencia:** -

Titular(s)/Solicitante(s)

Nombre/Razón Social: Austral Solutions Limitada
Comuna: Concepción
País: CHILE

Representante

Nombre/Razón Social: Esmeralda Herrera
Comuna: Concepción
País: CHILE

Signo

Tipo: Mixta
Signo: Sabores Biobío
Etiqueta:

Descripción Etiqueta: Logo circular color rojo, pantones C 3% M 100% Y 90% K 57%. Texto principal Sabores Biobío Alimentos Patrimoniales, tipografía FUTURA (medium) y diseño a mano alzada. En el fondo está la presencia de un pictograma abstracto, donde se encuentran merluza, digueñes, luche, morchella, ajo mochario, papas

Clase 35: (X) INCL. Marca de Certificación;

+ Instancias Administrativas

Anexo 3: Logo Marca de Certificación



Anexo 4: Evento Final



Producción audiovisual presentada en evento final:
<https://www.youtube.com/watch?v=mvSGM6TeyxM>

Anexo 5: Programas de Televisión

Link descarga Matinal Nuestra casa:

<https://www.wetransfer.com/downloads/0925c3d2fdf8afb13eacc61cb19cc93420151229201054/68356dbfda7f446828fa99d1f3c8a11620151229201054/56f13f>

Anexo 6: Notas de Prensa

<http://portal.chillanonlinenoticias.cl/2015/12/descubriendo-los-sabores-de-la-region-del-biobio/>

El Sur PÁGINA 16

POR NATALIA QUERO SANZ
noticia, gastronomía y diversidad

Desde norte a sur y de cordillera a mar Chile ofrece una gran variedad de climas, paisajes y productos. Con ellos, además, nuestro país se caracteriza por su riqueza culinaria, siendo muchas las ciudades que son representadas por sus platos típicos.

Y es que, por ejemplo, quien visita Chile difícilmente se negará a disfrutar de un cunato en掖o. Sin embargo, ¿qué es lo que identifica gastronómicamente a la Región del Biobío?

Esa inquietud fue la base para dar vida al proyecto "Rescate y Revitalización del Patrimonio Alimentario de la Región del Biobío", financiado por la Fundación para la Innovación Agraria, ejecutado por el Hotel Sonesta y coordinado por la Consultora Astartal Solutions que cuenta con la participación de diez restaurantes de la Región y tres centros de formación.

Emmerald Herrera, directora ejecutiva de Astartal Solutions, dice que el objetivo de esta iniciativa es poner en valor la identidad alimentaria regional, rescatando los productos que forman parte de ésta para generar una propuesta gastronómica que los utilice y se incluyan en las cartas de los restaurantes, siendo uno de los hitos de este proyecto la elaboración de un menú con Identidad Regional para cada provincia, lanzado el mes pasado durante una actividad realizada en el Hotel Sonesta (ver recadado).

Agregó que el proyecto también incluyó un catastro alimentario donde se detectaron 350 productos patrimoniales, los que serán publicados en un libro que formará parte de la colección "Enciclopedia de Alimentos Patrimoniales de Chile".

VIVIR UNA EXPERIENCIA
El Hotel Sonesta no llegó al proyecto por casualidad, pues los productos y preparaciones tradicionales empujados en su carta de resortes y de butique pertenecen al centro de eventos. Estofado de San Juan, ajíes, chuchenes, changle o maullín son parte de las propuestas que ofrecen a sus clientes.

Sin embargo, más allá que una iniciativa particular es una creación de identidad regional, donde la urgencia era poner en valor como un aspecto relevante dentro de la propuesta turística local. María Pilar Varela, gerente general del hotel, sostuvo que "la importancia de tener un sello regional radica en que cuando tenemos a un invitado, éste comparte y disfruta alrededor de la mesa y eso es parte de la experiencia que le lleva a

sociedad



CONCEPCIÓN

Miércoles 2 de diciembre de 2015

RECONOCER Y REINTERPRETAR

Rescatar para poner en valor el patrimonio alimentario requirió investigación in situ para conocer cuál era el tipo de cocina que se estaba haciendo en cada provincia. Así lo explicó el cocinero Carlos Beltrán del restaurante La Sotón y la Sotón del Lago (en la Provincia de Araucanía), quien estuvo a cargo de la propuesta de menú "Sabores de Araucanía", puntualizando que hubo varias formas en las que se llevó a cabo la investigación, como el trabajo de un equipo de antropólogos que no sólo visitó las regiones, sino que también las cruce y comunidades.

Respecto a la importancia de esta investigación que reconoce uno de los tantos bienes patrimoniales que tenemos y que no se incorporan dentro del patrimonio cultural, sin embargo, destacó que el patrimonio alimentario es el principal componente en las culturas y desde éste se desprenden muchos otros tradiciones.

Agregó que el fundamento de la revitalización de la comida no sólo está ocurriendo con los cocineros, sino que también con los consumidores, donde la utilización de los productos patrimoniales permite innovar mediante la reinterpretación de los platos, que es lo que se midió en la propuesta de los menús de identidad.

RECONOCER EL VALOR DE LOS PRODUCTOS PATRIMONIALES

Sello regional en la cocina regala una experiencia con identidad

"Rescate y Revitalización del Patrimonio Alimentario de la Región del Biobío" es el proyecto que busca posicionar los productos tradicionales y la cocina de origen dentro de la propuesta gastronómica local.

La propuesta de un "menú de identidad" para cada provincia de la Región del Biobío fue uno de los tantos hitos en la ejecución de este proyecto.

En esta se acompañaba de la propia preparación de origen, estamos hablando de nuestra cultura, historia y paisajes, de que se lleva parte de nuestro patrimonio a través de la gastronomía".

La misma opinión es la de Sorzhia Conzuecos, chef ejecutiva del mencionado resort, y que estuvo a cargo del menú de identidad de Concepción, quien aclaró que las ganas de disfrutar de la gastronomía no es exclusiva del turista extranjero.

Y es que, para ella, incluye preparaciones patrimoniales en su forma de hacer a la gastronomía más cercana apelando también a lo emocional, algo que tiene un valor agregado en la actualidad cuando abundan los restaurantes de comida extranjera y el consumo de sushi o comida que se ha vuelto moda. "Cuando vas a un restaurante y tienes la posibilidad de comer una charquicán, lo digo

los clientes que era el que hacía la abuela y empezaron a salir recuerdos, porque era lo que comían en la infancia cuando la visitaban. Así se empieza a captar a un cliente que está malalado de vivir una experiencia, porque eso es la gastronomía. Cuando comes sushi, claro, pruebas un producto que te gustó, pero no lo asocias con nada más que una experiencia nueva y es la sensación la que da un plato", manifestó.

VALORAR LA DIVERSIDAD
Y si la cocina patrimonial es un acuerdo para los chilenos, para los extranjeros es probar algo que no existe en otros lugares. "Enemas sabores distintos, como el loco, son productos nacionales que no lo van a encontrar en otro lugar y que no se puede comparar con otro. Lo mismo pasaría con el diablito o el changle, tienen un valor único por

RECORRIENDO LOS SABORES DEL BIOBÍO

En el lanzamiento del menú de identidad se mostraron propuestas para los cuatro provincias.

Sabores de Araucanía (Chef: Jorge Provedo y Carlos Beltrán)

Platos:
-Mito de milloquén de arveja y de porombo en salsa de avellanas con compaña de chuchenes salados.
-Pico de marisco al chileño con chupe de papas nativas y emmergón

Preparaciones:
-Cubitos de mito homonados con mantecilla

Brebajes:
-Chicho de manzana endulzada con miel y copa endulzada en harina tostada

Sabores de Concepción (Chef: Sorzhia Conzuecos y Eduardo J. minel)

Platos:
-Sierra al horno de Lota
-Cuchula de congro

Preparaciones:
-Emmolado de menisco
-Emmolado de ulle
-Pan de masa

Brebaje:
-Chupico con vino tinto

Sabores de Biobío (Chef: Alejandro Alarcón y Nicolás Xhauffier)

Platos:
-Estofado de San Juan
-Lentigas con loco

Preparaciones:
-Sopapillas de pilones
-Turrón de arveja
-Aljapón de papa de harina

Emmolado de ulle fue parte de la propuesta del menú de identidad de la provincia de Concepción.

Brebaje:
-Molito de betanega

Sabores de Ñuble (Chef: Pablo Boucheff y David Álvarez)

Platos:
-Charquicán con changle de repollo
-Guafaca

Preparaciones:
-Queso de cabro
-Pasta molida
-Pan con chuchén

Brebaje:
-Retefado

VALORAR LA DIVERSIDAD
Y si la cocina patrimonial es un acuerdo para los chilenos, para los extranjeros es probar algo que no existe en otros lugares. "Enemas sabores distintos, como el loco, son productos nacionales que no lo van a encontrar en otro lugar y que no se puede comparar con otro. Lo mismo pasaría con el diablito o el changle, tienen un valor único por

VALOR AGREGADO
La ejecución de este proyecto de rescate y revitalización del patrimonio alimentario de la Región del Biobío conlleva varios hitos más allá de la creación de identidad, lo que obregó un valor agregado. Uno de ellos es el trabajo articulado de cocineros, restauradores, centros de formación y productores en este fin. Según explicó el gerente de Agricultura Rodrigo García, a la vez se ha buscado la asociatividad entre el pequeño productor y restauradores, considerando el trabajo de recolectores de la Agricultura Familiar Campesina, además principalmente por el Ministerio de Agricultura a través de Indap, generando así una red donde éstos se transforman en los proveedores directos de los restaurantes regionales que forman parte del proyecto.