

INFORME TECNICO FINAL

Cláusula de confidencialidad	NO
Nombre del proyecto	Programa de innovación en valorización del potencial vitivinícola Valle del Itata.
Código del proyecto	PYT-2019-0583
Nombre coordinador	Irina Díaz Gálvez
Firma coordinador	

INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR Y PRESENTAR EL INFORME

- I. **Todas las secciones del informe deben ser contestadas, utilizando caracteres tipo Arial, tamaño 11.**
- II. **Para completar el informe se debe tener en consideración el Manual de apoyo a Ejecutores para elaborar Informes Técnicos Finales.**
- III. **Sobre la presentación a FIA del informe**
 - La presentación de los informes técnicos se realizará mediante la entrega de 2 copias digitales idénticas y sus anexos, en la siguiente forma:
 - a) Un documento "Informe Técnico Final", en formato word.
 - b) Un documento "Informe Técnico Final", en formato pdf.
 - c) Los anexos identificando el número y nombre, en formato que corresponda.
 - La entrega de los documentos antes mencionados debe hacerse mediante correo electrónico dirigido la Oficina de Partes de FIA (oficina.partes@fia.cl). La fecha válida de ingreso corresponderá al día, mes y año en que es recepcionado el correo electrónico en Oficina de partes de FIA. Es responsabilidad del Ejecutor asegurarse que FIA haya recepcionado oportunamente los informes presentados.
 - Para facilitar los procesos administrativos, se debe indicar en el "Asunto" del correo de envío: **"Informe Técnico Final PYT-XXXX-YYYY"**.
 - La fecha de presentación debe ser la establecida en la sección detalle administrativo del Plan Operativo del proyecto o en el contrato de ejecución respectivo.
 - El retraso en la fecha de presentación del informe generará una multa por cada día hábil de atraso equivalente al 0,2% del último aporte cancelado.

CONTENIDO DEL INFORME TÉCNICO FINAL

1.	ANTECEDENTES GENERALES	4
2.	RESUMEN EJECUTIVO	5
3.	OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO.....	9
4.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) DEL PROYECTO	9
5.	RESULTADOS ESPERADOS (RE) DEL PROYECTO.....	10
6.	RESUMEN CUMPLIMIENTO RESULTADOS ESPERADOS	22
7.	ANÁLISIS DE BRECHA	23
8.	CAMBIOS Y/O PROBLEMAS DEL PROYECTO.....	24
9.	ACTIVIDADES REALIZADAS Y NO REALIZADAS DEL PROYECTO	27
10.	POTENCIAL IMPACTO DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS ¡Error! Marcador no definido.	
11.	CAMBIOS EN EL ENTORNO..... ¡Error! Marcador no definido.	
12.	PRODUCTORES PARTICIPANTES DURANTE LA EJECUCIÓN.....	31
13.	DIFUSIÓN.....	32
14.	CONCLUSIONES	32
15.	RECOMENDACIONES	34
16.	MENCIONE OTROS ASPECTOS QUE CONSIDERE RELEVANTE INFORMAR, SI LOS HUBIERE..... ¡Error! Marcador no definido.	
17.	ANEXOS.....	36
18.	BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	36

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre ejecutor:	Instituto de Investigaciones Agropecuarias, INIA
Nombre(s) asociado(s):	Clear River Multitrading Corporation Chile Spa
Fecha de inicio proyecto:	01-08-2019
Fecha término proyecto:	31-12-2022
Duración total (meses):	44 meses
Versión del Plan Operativo Vigente:	
Tipo de proyecto	Bien de Interés Público

2. RESUMEN EJECUTIVO

2.1 RESUMEN DEL PERÍODO NO INFORMADO

El resumen debe ser integrador del avance general del proyecto, con énfasis en los resultados obtenidos durante el **período no informado** de la etapa correspondiente, fundamentando con datos cuantitativos y cualitativos que lo respalden.

Los esfuerzos estuvieron destinados a preparar a los productores para la comercialización de sus vinos en mercado nacional e internacional, sin el apoyo de Clear River, empresa que dejó de ser parte del proyecto el segundo semestre del 2022.

Los 9 productores que habían sido seleccionados técnicamente y que inicialmente enviaron muestras de vinos a estados Unidos a través de Clear River, no aceptaron formar una asociación. Por ello, la marca Expediciones del Itata y dominios web se encuentran actualmente en poder de INIA.

Formación de asociación VITATA

Los productores no quisieron formar parte de una asociación gremial, por lo que la marca se encuentra en manos de INIA.

En principio la coordinadora Maruja Cortés inicio gestiones para traspasarla, al igual que Expediciones del Itata a uno de los productores “Vinos de Patio” sin embargo hubo productores como Susana Ruiz y Alvaro Señor que manifestaron descontento por esta decisión, lo que fue conversado con la SEREMI de Biobío. Frente a la situación se tomó el acuerdo que ambas marcas estarían en manos de INIA con la posibilidad de que INIA cediera el permiso de uso si se requiere.

Reunión de trabajo con productores Biobío e Itata.

Debido a que la empresa Clear River no concretó ventas durante su gestión en el marco del proyecto, el vino que los productores mantuvieron en sus cubas a espera de una posibilidad de trato comercial para exportar perdió su calidad sensorial. La mayoría perdió atributos como frescura, aromas frutal (cinsault) y aparecieron algunos problemas como oxidaciones, ocasionando pérdida económicas para los productores que pasan de tener un vino de calidad superior /exportable a vinos corrientes para la venta a granel.

Esta situación se estudió caso a caso y se propuso a los productores embotellar vinos que cumplieran con estándares de calidad química para su comercialización en el mercado nacional.

La estrategia desarrollada con cada uno de ellos se presenta en el Anexo 1.

Marca expediciones del Itata

De acuerdo a lo explicado anteriormente, la marca está en posesión de INIA, disponible para ser usada por productores de Itata si estos lo requieren.

Etiqueta de vinos “Expediciones del Itata”:

Se contrató a una diseñadora para modificar la etiqueta y dejarla en formato que fuese editable , de manera que si en el futuro los productores requieran utilizar la marca esta etiqueta podrá ser usada con los datos de quién la requiera (Anexo 2).

Análisis de vinos con posibilidades de comercializarse.

Muestras de vinos fueron tomadas desde las bodegas de los productores en el marco de visitas realizadas a sus bodegas: Álvaro Señor, Susana Ruiz y Vinos de Patio; Pablo Solís, Ronald Vera, Elier Ortiz, Luis Lagos y Viviana Díaz.

Las muestras de vinos fueron analizadas fisicoquímicamente en el laboratorio de INIA Raihuen, por Angela González.

Los resultados mostraron estabilidad de los vinos analizados, por lo que se decidió que los productores los embotellarían.

2.2 RESUMEN DEL PROYECTO

El resumen debe ser integrador del avance general del proyecto, con énfasis en los resultados obtenidos **durante todo el período de ejecución del proyecto**, fundamentando con datos cuantitativos y cualitativos que lo respalden.

El proyecto se dividió en tres componentes:

1. Centrado en Generar Clústers de agricultores de acuerdo con características socioeconómicas, climáticas y de lugar de cultivo.
2. Busca la definición de modelos de negocio, para lo cual se trabajará en forma directa con los beneficiarios.
3. Enfocado en la Difusión y Transferencia de las metodologías agronómicas, enológicas y asociadas a la venta.

El primer año de proyecto se realizó la detección y selección de productores con potencial de exportación a corto plazo, en donde se optó por pre seleccionar productores individuales, asociaciones y cooperativas.

En paralelo el componente de comercialización a cargo del asociado Clear River multitrading Corp, da inicio a sus actividades, las cuales se han centrado en la recopilación y análisis de información de la situación actual del sector del vinícola, a nivel nacional e internacional.

En cuanto al componente de transferencia tecnológica, este se comienza a ejecutar desde el área de extensión y transferencia tecnológica de INIA, considerando la experiencia en trabajos vitivinícolas en el territorio.

Al inicio del proyecto se realizó una reestructuración del plan operativo ajustando actividades del componente 1 y del componente 3 de transferencia y difusión, buscando

agilizar los procesos de selección, facilitando al componente de comercialización pueda cumplir con las fechas exigidas en los distintos mercados.

Componente 1:

Se realizó catas de vinos de diferentes productores. Como resultado se realizó la gestión y preparación de muestras de vinos de 9 productores para el mercado norteamericano.

Componente 2:

Este componente se centró en el desarrollo de la creación de Modelos de Negocio, siendo la estrategia trabajar “desde de la oferta”:

Se enfocó en los mercados destinos. El total de mercados potenciales evaluados, como destino a los modelos fueron Estados Unidos, China, Alemania, Reino Unido, México, Brasil, Canadá y Colombia.

Se trabajó en la identificación de elementos diferenciadores de los vinos de Itata en el mercado, es decir en el **Producto** (calidad: Premium/Reserva). Además se desarrollo una marca exclusiva para los vinos llamada **EXPEDICIONES DEL ITATA**, así como el sello/nombre que representará a este programa y, que agrupara a todos aquellos productores del valle que participaran en esta iniciativa: **VITATA**. Ambas marcas ya cuentan con sus respectivos dominios web (.cl y .com), así como sus registros en marcas registradas (INAPI).

Se conformo una “unidad comercializadora” con base en Chillán.

Para ejecutar el mercado americano, en el mes de noviembre del 2020 se envió un pallet con muestras de vinos (54 cajas, 6 botellas/caja, 4,50 litros/caja). El origen de estos vinos correspondió a 9 productores del Valle del Itata. Estas muestras incluían: 2 estilos de vino con calidad premium y 4 estilos en calidad reserva.

Website: <http://52.54.226.219/vitata/shop/>

Packaging y Branding

Se realizó el diseño de la imagen física de los vinos, principalmente el desarrollo de etiquetas.

Definición de canales de Distribución. Con el feedback preliminar obtenido por parte de algunos importadores/minoristas en USA, como potenciales formas de venta.

Se desarrollo con la empresa Partnerhelper LLC (USA) la plataforma de inteligencia de negocios bajo el ambiente Microsoft Dynamic 365 (“for Sale” y “Business Central”).

Componente Transferencia Tecnológica.

Trabaja con dos Grupos de Transferencia Tecnológica (GTT), i) Grupo de transferencia Tecnológica (GTT) formado por viticultores, denominado Sistemas productivos vitivinícolas sustentables, integrado por viticultores de las comunas de Florida y Tomé de la provincia de Concepción, formado en marzo de 2020, el financiamiento del funcionamiento de este Grupo proviene de INIA (Subsecretaría) se articulaba técnicamente con el proyecto y ii) Grupo de Transferencia Tecnológica (GTT) Profesionales y Técnicos del Valle del Itata PYT-2019-0583.

Componente Técnico

Se realizaron capacitaciones enfocadas a manejo del viñedo para producir vinos de calidad exportable.

Se realizó reunión de difusión del proyecto en el Gimnasio de Portezuelo donde el equipo técnico expuso a viticultores interesados en participar. Una actividad similar se realizó en el mismo lugar para exponer a la Directora Regional de INDAP Ñuble sobre el proyecto.

También se planificó actividades para constituir Asociatividad de Productores del Valle del Itata denominada VITATA. Para ello se realizó reunión virtual con los viticultores que se les envió muestras de vinos a EE. UU., de 9 invitados asistieron 5 se trató el tema Creación de una Organización para la Comercialización de vinos Exportación y traspaso de la marca y de la página WEB Expediciones del Itata. En esta reunión participó la jefa Nacional y Transferencia Tecnológica de INIA Sra. Maruja Cortés Belmar. Dicha conformación no se concretó en el marco del proyecto.

El proyecto tuvo cuatro coordinadores durante su ejecución: Marcelino Claret, Carlos Ruiz, Maruja Cortés e Irina Díaz. Además se finalizó el proyecto sin la empresa asociada.

Periodo no informado:

Los esfuerzos estuvieron destinados a preparar a los productores para la comercialización de sus vinos en mercado nacional e internacional, sin el apoyo de Clear River, empresa que dejó de ser parte del proyecto el segundo semestre del 2022.

Los 9 productores que habían sido seleccionados técnicamente y que inicialmente enviaron muestras de vinos a estados Unidos a través de Clear River, no aceptaron formar una asociación. Por ello, la marca Expediciones del Itata y dominios web se encuentran actualmente en poder de INIA.

De los 9 productores, la asociación vinos de Patio. Susana Ruiz y Alvaro Señor, continuaron participando del proyecto post salida del asociado.

Con ellos se realizaron las siguientes acciones:

- Reuniones de trabajo para programar acciones y preparar vinos para posibles ventas.
- Toma de muestras y análisis de vinos
- Gestión y compra de materiales para embotellado
- Contratación de servicio de embotellado de vino

3. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Diseñar e implementar un programa de innovación en la región del Biobío, orientado a fortalecer la competitividad de los vitivinicultores del Valle del Itata, a través del desarrollo e implementación de planes de negocios sostenibles que les permitan entrar en circuitos comerciales permanentes, sobre la base de la valorización del patrimonio e incorporación de tecnología productiva.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) DEL PROYECTO

N° OE	Objetivos específicos (OE)
1	Describir el potencial productivo y comercial de los potenciales 1 beneficiarios, en función de factores determinantes de su aptitud vitivinícola.
2	Obtención de productos de calidad, con factibilidad técnica y comercial de posicionamiento en el mercado, a través de la implementación de manejo agronómico y enológico que agreguen valor a esta zonificación.
3	Elaborar modelos de negocios sostenibles en función de las capacidades productivas y de gestión comercial de los beneficiarios.
4	Implementar y validar los modelos de negocio propuestos para cada tipo de beneficiario identificado, con énfasis en estrategias de comercialización.
5	Elaborar e implementar una estrategia de transferencia para los beneficiarios, que permita a los viñateros contar con herramientas para la gestión eficiente de sus sistemas productivos

5. RESULTADOS ESPERADOS (RE) DEL PROYECTO

*Repetir el cuadro tantas veces como Resultados Esperados (RE) tenga el proyecto.

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor del indicador al término del proyecto	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador al término del proyecto (%)	Avance del resultado al término del proyecto (%)
1	Potencial productivo y comercial de los potenciales beneficiarios del valle	Informe de caracterización situación productiva socioeconómica y comercial.	Cantidad de informe	100	01-05-2022	100	31-12-2022	100	100
<p>Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.</p> <p>Se contó con información secundaria y primaria recopilada durante la ejecución del proyecto que dan cuenta de datos generales del Valle del Itata y que sirvió como base para desarrollar una actualización de la caracterización de los beneficiarios directos del proyecto.</p> <p>Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.</p> <p>En el período, se realiza una actualización de las principales características de los viñateros beneficiarios directos del proyecto mediante entrevista no estructurada individual realizada por personal del equipo técnico del proyecto (Anexo 8). En el período siguiente se redactará informe final y se realizará una actualización de los beneficiarios finales y se recopilará nueva información secundaria de ser necesario.</p>									

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor del indicador al término del proyecto	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador al término del proyecto (%)	Avance del resultado al término del proyecto (%)
2	Productos con potencial comercial detectados en el valle (con calidad, presentación y en volúmenes mínimos necesarios).	N° de productos con potencial detectados	0	20	03-05-2021	100%	31-12-2022	100	100
Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.									
Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.									
Anexo 12- Evaluación Cata de vinos – Informe 5									

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor del indicador al término del proyecto	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador al término del proyecto (%)	Avance del resultado al término del proyecto (%)
2	3. Productores identificados con productos con potencial comercial acceden a recomendaciones de manejo agronómico y enológico.	N° de productores identificados	0	24	03-05-2021	100%	31-12-2022	100	100
Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.									
Productores requieren asistencia técnica para desarrollar trabajos en sus viñedos, pues no cuentan con capacidad técnica ni de gestión.									
Meta alcanzada									
9 productores trabajan activamente bajo las recomendaciones del proyecto									
Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.									
Reportado en informes 4 y 5.									

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor del indicador al término del proyecto	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador al término del proyecto (%)	Avance del resultado al término del proyecto (%)
3	4. Modelos de negocios sostenibles, elaborados en función de las capacidades productivas y de gestión de los beneficiarios. Se deben incluir al menos tres modelos diferentes.	N° de modelos de negocios	0	24	03-05-2021	100%	31-12-2021	100	100

Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.

De acuerdo a los cambios en el entorno nacional e internacional se actualizó el diseño de los modelos de negocios, determinando:

- Modelo de negocio comercio electrónica vinos gama alta y gama media
- Modelo de negocio comercio tradicional vinos gama alta

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor del indicador al término del proyecto	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador al término del proyecto (%)	Avance del resultado al término del proyecto (%)
									<ul style="list-style-type: none"> Modelo de negocio comercio tradicional vinos gama media
<p>Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.</p>									
<p>Este verificador se entregó en el anexo 9 informe 5</p>									

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
4	5	Modelos de negocio propuesto para cada tipo de beneficiario identificado, con énfasis en estrategias de comercialización efectivas, implementados y validados. Se deben incluir al menos 2 modelos diferentes.	Ingreso por venta anuales	Cantidad de ingreso por año	0	USD \$2.000.000	Ago 2021	0%
			Modelo de negocio validados	Cantidad de modelos de negocios	0	2 3	Ene 2021 Ago 2022	
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
Avance de resultados programados para enero del 2021.								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
Sin Anexo								

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
4	6	Estrategias comerciales para cada segmento de beneficiario. Estas estrategias deberán ser construidas y validadas durante la ejecución del programa. Se deben proponer al menos 2 estrategias comerciales y proyecciones de venta.	Nº de estrategias comerciales validadas.	Cantidad de estrategias comerciales	0	2 3	Ene 2021 Ago 2021	100
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
Propuesta de estrategia comercial entregada en informes 4 y 5								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
Informes 4 y 5								

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
5	7	Metodologías de transferencia y difusión, adaptadas a la realidad del Valle del Itata.	Nº de metodologías	Cantidad de metodologías	1	1	Dic 2019	100
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
<p>Durante el período se ha trabajado en la implementación de la nueva metodología de Transferencia tecnológica y Extensión, en donde tras un balance de las actividades, se ha observado que es necesario introducir nuevos ajustes para el buen logro de los objetivos de este componente. La estrategia contempla difundir las recomendaciones técnicas del proyecto de tal manera, de poder llegar al máximo de profesionales, técnicos y enólogos, para que a su vez ellos puedan llegar a un número mayor de agricultores. A la vez se considera necesario contrastar el nivel de la información y su incorporación cuando esta es transmitida directamente a los viñateros. La metodología para ambas cosas será la creación de Grupos de Transferencia tecnológica (GTT) en el primer caso para profesionales, técnicos y enólogos y en el segundo caso con los agricultores de la comuna de Florida, gestionados por el extensionista de INIA Ingeniero Agrónomo Sr. Carlos Ruiz, bajo la guía técnica del especialista en enología Sr. Fernando Almeda. Hasta la fecha se han establecido los contactos con profesionales de diferentes instituciones relacionadas con el rubro vitivinícola para la formación del GTT de profesionales, técnicos y enólogos del Valle del Itata. En acuerdo a la metodología de estos Grupos, se pretende convocar a una primera reunión de trabajo para definir su formación, bajo una propuesta general de entrega de tecnologías para producir vinos con estilo exportable a partir de cepas tradicionales del Valle del Itata.</p>								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
Sin Anexo								

Nº O E	Nº R E	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
5	8	Herramientas y material de transferencia y difusión, recopiladas o desarrolladas para el proyecto.	Nº de Herramientas y material obtenido	Cantidad de herramientas y material obtenido	0	8	May 2020	0%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
Debido al ajuste en el nuevo plan operativo no existe desarrollo en las actividades para la generación de este resultado.								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
Sin Anexo								

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
5	9	Actividades de transferencia y difusión, hacia los PRODESAL de la Zona.	Nº de actividades	Cantidad de actividades	0	3 3 3	Jul 2020 Jul 2021 Jul 2122	0%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
Debido a una reestructuración del plan operativo las actividades para el desarrollo de este resultado fueron reemplazadas por la generación de Grupos de transferencia tecnológica dirigida a profesionales, enólogos y técnicos.								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
Sin Anexo								

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
5	10	Actividades de transferencia y difusión, hacia los productores del valle.	Nº de actividades	Cantidad de actividades	0	4 4 4	Jul 2020 Jul 2021 Jul 2122	0%
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
Debido a una reestructuración del plan operativo las actividades para el desarrollo de este resultado fueron reemplazadas por inclusión de Grupos de transferencia tecnológica de productores de Florida.								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
Sin Anexo								

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta programada	
5	11	Productores o beneficiarios atendidos	Nº de beneficiarios	Cantidad de productores atendidos	20	200	Jul 2022	10
Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.								
Debido a una reestructuración del plan operativo las actividades para el desarrollo de este resultado fueron reemplazadas por la generación de Grupos de transferencia tecnológica.								
Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)								
Sin Anexo								

6. RESUMEN CUMPLIMIENTO RESULTADOS ESPERADOS DE TODO EL PROYECTO.

N° OE	N° y Nombre RE por OE	Avance del resultado al término del proyecto (%)	Cumplimiento del RE	Avance OE al término del proyecto (%)
1	1.Potencial productivo y comercial de los potenciales beneficiarios del valle	31-12-2022	100	100
2	2.Productos con potencial comercial detectados en el valle (con calidad, presentación y en volúmenes mínimos necesarios).	31-12-2022	100	100
2	3. Productores identificados con productos con potencial comercial acceden a recomendaciones de manejo agronómico y enológico.	31-12-2023	100	100
3	4. Modelos de negocios sostenibles, elaborados en función de las capacidades productivas y de gestión de los beneficiarios. Se deben incluir al menos tres modelos diferentes	31-12-2023	100	100
4	5. Modelos de negocio propuesto para cada tipo de beneficiario identificado, con énfasis en estrategias de comercialización efectivas, implementados y validados. Se deben incluir al menos 2 modelos diferentes.	Ago 2021 Ene 2021 Ago 2022	100	100
4	6. Estrategias comerciales para cada segmento de beneficiario. Estas estrategias deberán ser construidas y validadas durante la ejecución del programa. Se deben proponer al menos 2 estrategias comerciales y proyecciones de venta.	Ene 2021 Ago 2021	100	100
5	7. Metodologías de transferencia y difusión, adaptadas a la realidad del Valle del Itata.	Dic 2019	100	100
5	8. Herramientas y material de transferencia y difusión, recopiladas o desarrolladas para el proyecto.	May 2020	70	70
5	9. Actividades de transferencia y difusión, hacia los PRODESAL de la Zona.	Jul 2020 Jul 2021 Jul 2122	0	0

5	10. Actividades de transferencia y difusión, hacia los productores del valle.	Jul 2020 Jul 2021 Jul 2122	50	50
5	11. Productores o beneficiarios atendidos	Jul 2022	20	3

7. ANÁLISIS DE BRECHA

Cuando corresponda, justificar las discrepancias entre los resultados esperados al inicio y los obtenidos al término del proyecto. En caso de resultados esperados con cumplimiento marcado como No o Parcial.

La cantidad de productores con los que se trabajó fue bajo debido a que durante la ejecución del proyecto nos encontramos en pandemia. Fue muy complejo llegar a trabajar con productores en el Valle, y que ellos cumplieran los requisitos mínimos para formar parte del proyecto, es decir, cumplir con características de vinos premium, frescos, frutales, y con un volumen considerable para exportación.

En el mercado americano elegido por la entidad asociada, los vinos de variedades patrimoniales no están posicionadas por lo que fue difícil el ingreso de estos vinos. Lo anterior sumado a la pandemia hizo más lenta la implementación de las estrategias de mercado, además la falta de experiencia de la entidad asociada dificultó aún más la venta de vinos en dicho mercado.

8. CAMBIOS Y/O PROBLEMAS DEL PROYECTO

Especificar los cambios y/o problemas en el desarrollo del proyecto al término de su ejecución. Se debe considerar aspectos como: equipo técnico, problemas metodológicos, adaptaciones y/o modificaciones de actividades, cambios de resultados, gestión y administrativos.

Describir cambios y/o problemas	Consecuencias (positivas o negativas), para el cumplimiento del objetivo general y/o específicos	Ajustes realizados al proyecto para abordar los cambios y/o problemas
Modificación en Plan Operativo (Declarada en informe 2)	Positiva	Se ha realizado una reestructuración de los componentes 1 y 3 ajustando las actividades a las necesidades reales del proyecto. La cual se encuentra formulada y en desarrollo, se pasa ahora a la siguiente etapa que es la formalización legal del documento.
Contingencia actual: Covid-19 (Declarada en informe 2)	Negativa	La contingencia actual provocada por Covid-19, ha dificultado tanto la movilidad del equipo técnico en terreno como la realización de las catas de selección. En cuanto a las visitas en terreno estas fueron retomadas durante el mes de junio del presente año. Actualmente se trabaja en un protocolo para retomar las actividades relacionadas con la selección durante el segundo semestre, en donde las catas se desarrollarán sin la presencia de los productores.
Cambio de estrategia de transferencia. Termino de contrato con CreaPro Consultores (Declarada en informe 2)	Positiva	Por decisión de la mesa técnica del proyecto, se decide que el área de transferencia del INIA lidere este componente, dando término al contrato con Creapro Consultores. Se realiza una nueva metodología de trabajo generando así dos grupos de transferencia tecnológica.

Describir cambios y/o problemas	Consecuencias (positivas o negativas), para el cumplimiento del objetivo general y/o específicos	Ajustes realizados al proyecto para abordar los cambios y/o problemas
Equipo técnico ejecutante del proyecto requiere mayor integración. (Declarada en informe 3)	Unificación y aumento de confianza de los agricultores.	Cuando asumió nuevo coordinador INIA del Proyecto se creó instancia de coordinación periódica de los ejecutantes del Proyecto, principalmente online vía Meet.
Impacto negativo de las Variables exógenas siguientes: a) Estallido social b) COVID 19. Estas afectaron el desarrollo normal del proyecto(Declarada en informe 3)	Esto generó problemas, al momento de querer cumplir los hitos definidos, y sus respectivas fechas de entregables.	Se reprogramó actividades para primer semestre del 2021.
Proyecto en su origen asumía que seleccionaba vinos y exportaba la unidad de Comercialización(Declarada en informe 3)	Agricultores no tienen las capacidades de gestionar envasado de vinos para exportar	Se crea con autorización FIA un fondo rotativo para apoyar a productores en envasado de vinos y tener disponibilidad de oferta de exportación
Impacto negativo de las Variables exógenas siguientes: a) Estallido social b) COVID 19. Estas afectaron el desarrollo normal del proyecto. (declarado informe 4)	Esto generó problemas, al momento de querer cumplir los hitos definidos, y sus respectivas fechas de entregables.	Se reprogramó actividades para segundo semestre del 2021.
Continuidad de la situación de pandemia COVID restringe acciones a nivel nacional e Internacional (Declarada en informe 5)	Limitadas acciones presenciales No cumplimiento de ventas asociadas a modelos de negocio iniciales	Modificación Plan Operativo Término de convenio de colaboración con el asociado

	Pérdida de confianza y credibilidad en el componente comercial	
Débil comunicación para extensión de resultados componente comercial por parte de asociado (Declarada en informe 5)	Bajo entendimiento de acciones realizadas por asociado por parte de viñateros. Pérdida de confianza y credibilidad en el componente comercial Plataforma comercial se prevé que no será posible de implementar	Término de convenio de colaboración con el asociado Plataforma comercial elaborada es demasiado específica para la utilización del asociado por lo que se prevé que no será útil para la organización de viñateros
Intangibles logrados en el proyecto inscritos a nombre de Asociado (Declarada en informe 5)	Pérdida de confianza y credibilidad en el componente comercial	Plan de traspaso de activos intangibles desde asociado a INIA para posterior traspaso de INIA a organización de viñateros Incorporación de acompañamiento organizacional para constitución de personalidad jurídica de viñateros
Falta de competencias Internas para componente Comercial (Declarada en informe 5)	Al tener que asumir responsabilidades del componente comercial se prevé retraso en el cumplimiento de los OE y RE de este componente	Incorporación de competencias externas al equipo para lo que resta del proyecto.
Decepción de parte de los	Negativo	De 9 productores seccionados

productores debido a que no se concretaron ventas en el mercado internacional		para trabajar solo tres siguieron participando post salida de la directora Maruja Cortés en junio de 2022 hasta el final del proyecto.
No se concretó ventas de vinos almacenados en cubas	Negativo	Pérdida de calidad exportable de los vinos generó mermas económicas a los 9 productores
Problemas de stock de botellas	Negativo	Frente a la estrategia de embotellar vinos 2022, hubo un retraso por la falta de stock de botellas, problema que fue a nivel mundial.

9. ACTIVIDADES REALIZADAS Y NO REALIZADAS DEL PROYECTO

9.1 Actividades programadas en el plan operativo y realizadas durante todo el proyecto para la obtención de los objetivos.

N° OE	N° RE	Actividades
1	2	Descripción del potencial productivo.
2	1	Creación de la base de datos espacial de productos con potencial comercial ya existentes en el territorio. Actividad modificada a una base tabular entregada al equipo del proyecto.
2	3	Definición de los protocolos de manejos agronómicos por zona y producto buscado. La dinámica del proyecto ha determinado que lo primero es firmar con los productores un acuerdo de manejo de la viña
2	4	Definición de los protocolos de elaboración de cada producto. La dinámica del proyecto está llevando a una atención personalizada de los productores evaluando sus vinos y haciendo las correcciones técnicas necesarias
2	5	Determinación de la factibilidad técnica de cada producto. De cada producto seleccionado se han construido fichas, que justifican su factibilidad técnica.
2	6	Determinación de la factibilidad comercial de cada producto. Se han construido modelos de negocios donde el enólogo ha encasillado los vinos seleccionados garantizando su factibilidad comercial de exportación.
3	3	Recopilación y sistematización de información de mercados y comercial proveniente de fuentes primarias y secundarias. Cumplimiento acorde a programa.
3	3	Sistematización y análisis de información recopilada sobre la oferta de productos del valle. Cumplimiento parcial
3	3	Segmentación comercial inicial para beneficiarios del Programa. Cumplimiento acorde a programa.
4	4	Consolidación de oferta disponible en el valle. Cumplimiento parcial.
4	4	Desarrollo de plataforma comercial. Cumplimiento acorde a programa.

N° OE	N° RE	Actividades
		Análisis de potenciales mercados especializados en productos vitícolas patrimoniales.
2,3	3	Recopilación de información contenida en registro de productores del valle para definición de potencial comercial, así como fuentes primarias y secundarias sobre la oferta potencial de productos
2,3	3	Análisis de información recopilada de registros de productores del valle, así como de fuentes primarias y secundarias sobre la oferta potencial de productos.
3	3	Recopilación y sistematización de información de mercados y comercial proveniente de fuentes primarias y secundarias.
3	3	Sistematización y análisis de información recopilada sobre la oferta de productos del valle
3	3	Segmentación comercial inicial para beneficiarios del Programa. <u>Cumplimiento acorde a programa.</u>
3	3	Actualización de la segmentación comercial para beneficiarios del Programa.
4	4	Consolidación de oferta disponible en el valle
4	4	Desarrollo de plataforma comercial.
4	4	Análisis de potenciales mercados especializados en productos vitícolas patrimoniales
1	2	Descripción del potencial productivo
1	3	Selección de Grupos para elaboración de algunos productos propuestos
2	2	Establecimientos de Convenios con grupos de productores para seguir protocolos técnicos
2	3	Definición de los protocolos de manejos agronómicos por zona y por el proyecto.
4	4	Análisis de potenciales mercados especializados en productos vitícolas patrimoniales
3	3	Análisis de modelos de negocio.
3	4	Elaboración de nuevos modelos
3	4	Priorización de negocios priorizados
4	5	Envío de muestras de vinos a mercado americano

9.2 Actividades programadas y no realizadas durante el todo el proyecto para la obtención de los objetivos

N° OE	N° RE	Actividades	Justifique brevemente
2	2	Establecimiento de convenios con grupos de productores para seguir protocolos técnicos.	Se suscribió acuerdos con solo 9 productores para el manejo de viñas y elaboración de vinos.
2	7	Definición y caracterización de los procesos agroindustriales involucrados. Actividad	Se descartó por estar fuera del contexto de los productores de valle.
3	3	Análisis y priorización de modelos de negocio.	Esto no se realizó completamente, el asociado solo presentó propuesta preliminar que no tenía sintonía con la realidad del valle de Itata
4	4	Consolidación de oferta disponible en el valle.	Productores muy heterogéneos, no fue posible consolidar la oferta de vinos por calidad, dado que la mayoría ni siquiera manejaba análisis de laboratorio
4	4	Análisis de potenciales mercados especializados en productos vitícolas patrimoniales.	Solo se realizó una aproximación en base a información teórica por parte del asociado, sin contar con entrevistas o reuniones comerciales para obtener información de primera fuente
4	4	Puesta en marcha o ejecución de plataforma comercial.	No concretada por parte del asociado
4	4	Validación plataforma comercial.	No concretada por parte del asociado
5	2	Recopilación y generación de contenidos técnicos para la transferencia.	No se realiza actividad por reestructuración de componente 3.
4	5	Venta de vinos	No se concretó ventas por parte del asociado Clear River.

10. POTENCIAL IMPACTO DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

En esta sección se debe hacer una descripción y cuantificación general del potencial impacto de los resultados obtenidos al final del proyecto, y estimación de lograr otros en el futuro, comparación con los esperados, y razones que explican las discrepancias.

El potencial de impacto de los resultados obtenidos puede ser descrito o cuantificado según si es de ámbito productivo (rendimiento, costos de producción), económico (ventas), comercial (participación del mercado), social (nuevos empleos generados por efecto del proyecto), tecnológico (solicitudes de patentes), etc.

Al no concretarse la venta de vinos en el mercado internacional por parte del asociado Clear River, el proyecto no ha tenido impactos esperados referidos a los canales de venta de vinos y precios.

11. CAMBIOS EN EL ENTORNO

Indique si existieron cambios en el entorno (sociales, culturales, normativos, tecnológicos, de mercado y económicos, entre otros) que afectaron la ejecución del proyecto y las medidas tomadas para enfrentar cada uno de ellos.

La contingencia provocada por coronavirus ha modificado las conductas de los consumidores mucho más hacia el e-commerce y todo tipo de transacciones digitales remotas. El proyecto está considerando esta contingencia para adaptar sus actividades lo más eficiente que sea posible tanto en terreno (contacto con productores) como en las actividades ligadas a venta de los eventuales productos.

Opinión de productores sobre Proyecto señalado en el informe 4 y problemas con la ejecución de las actividades del componente comercial (2) pueden influir en un menor alcance de metas propuestas o en un retraso en el cumplimiento en la fecha indicada

No se concretaron actividades del componente 2, y se genera la salida del asociado lo cual trae un sin número de consecuencias que convergen en el descontento por parte de los productores. Por ello el último semestre del proyecto los recursos disponibles se destinaron a comprar insumos para el embotellado de vinos de los tres productores que decidieron seguir en el proyecto hasta el final Susana Ruiz, Álvaro Señor y Vinos de Patio.

12. PRODUCTORES PARTICIPANTES DURANTE LA EJECUCIÓN

Complete los siguientes cuadros con la información de los productores participantes durante la ejecución del proyecto.

12.1 Antecedentes globales de participación de productores

Debe indicar la región, tipo de productor, número de mujeres, número de hombres, etnias y el total de los participantes durante la ejecución del proyecto.

Región	Tipo productor	N° de mujeres	N° de hombres	Etnia (Si corresponde, indicar el N° de productores por etnia)	Total
Maule	Productores pequeños	2	7	no	9
	Productores medianos-grandes				
	Productores pequeños				
	Productores medianos-grandes				
Totales		2	7	No	

12.2 Antecedentes específicos de participación de productores

Debe indicar el nombre de cada productor y la información de la ubicación de las unidades productivas, la superficie y la fecha de ingreso del productor al proyecto.

Nombre	Ubicación Predio			Superficie Há.	Fecha ingreso al proyecto
	Región	Comuna	Dirección Postal		
Vinos de Patio	Ñuble	Coelemu	Guarilihue Alto sin número	18	2019
Fabian Mora	Ñuble	Coelemu	Guarilihue	10	2019
Álvaro Señor	Biobío	Florida	Predio Santa Ximena	5.5	2019
Susana Ruiz	Biobío	Florida	Cruce de Huaro	4.0	2019
Soledad Prado	Ñuble	Portezuelo	Camino a Portezuelo	30	2019
Mario Fernández	Ñuble	Portezuelo	Buenos Aires	4	2019
Joel Neira	Ñuble	Ranquil	Bularco sin número	13	2019

13. DIFUSIÓN

Describe las actividades de difusión realizadas durante toda la ejecución del proyecto:

Fecha	Lugar de Realización	Tipo de Actividad (Charla, Taller, Seminario, entre otros)	Número participantes	Número de Anexo
8/2/2020	Radio El Sembrador	Programa Radial. Servicio del mundo rural.	S/N	Informe 1
24/06/2020	Video Conferencia	Presentación SEREMI Agricultura Región de Ñuble	5	Informe 1
26 /10 /2020	Portezuelo	Lanzamiento y estado de avance Proyecto	26	Informe 3
Escoja Fecha				
Escoja Fecha				
TOTAL PARTICIPANTES				

14. CONCLUSIONES

Son las reflexiones o deducciones generadas luego de analizar la evidencia de las actividades, los resultados o las premisas del proyecto al término de su ejecución. Aborda aspectos de gestión, técnicos y de contexto, entre otros. Tiene una perspectiva de pasado.

Se debe entregar una apreciación a un nivel más amplio del aporte de los resultados obtenidos para el sector silvoagropecuario y agroalimentario de nuestro país, especialmente en el marco del desafío estratégico de FIA en el cual postuló.

Componente técnico:

Desde el punto de vista técnico fue posible determinar diferentes categorías de productores, es así como se encuentran productores que, si bien llevan muchos años desarrollando la vitivinicultura y elaboración de vinos, aún presentan problemas a nivel de vinificación, pero sobre todo luego de terminar la fermentación alcohólica. Una vez que los vinos terminan de fermentar no realizan estabilización, ni usan los análisis químicos para realizar seguimiento y correcciones al vino, quedando el producto a merced de los microorganismos y oxidaciones químicas provocadas principalmente por exposición de vinos al oxígeno, alta temperatura y luz.

Otro grupo de productores participan en muchos programas de asistencia técnica, sin embargo, existe una dependencia de la asesoría, pues no realizan análisis de vinos en sus bodegas, no saben interpretarlos ni aplicar tratamientos en base a estos.

Un tercer grupo de productores ha incorporado a sus hijos al negocio y eso les permite tener acceso a más información y conocimientos, pudiendo entrar en una categoría de viñateros mejor preparados para la exportación.

De acuerdo con lo anterior, se concluye que era necesario conocer a cabalidad la realidad de los productores para poder partir desde una categoría superior, lo que permite avanzar más rápido y contar con una calidad homogénea de vinos. Comenzar el proyecto e iniciar la búsqueda de los productores fue un proceso lento no solo por encontrar vinos con de calidad, sino que también porque no todos los productores contaban con capacidad técnica ni de gestión. Esto último implicó que para labores sencillas como tomar muestras y enviar a analizar, el proyecto tuvo que contratar una persona, situación que se vio potenciada por las distancias y mala calidad de las rutas en el valle de Itata.

El proceso de preparación de muestras para enviar al mercado americano fue difícil también, esto debido a que en el valle no hay ninguna empresa que preste el servicio de embotellado, por lo que se concluye que, de no instalarse las capacidades en la zona, la preparación de muestras de vinos y el embotellado siempre serán una brecha difícil de superar.

La disponibilidad de Insumos para embotellado de vinos en pequeños volúmenes, es decir, menos de 1000 HL, es difícil de conseguir, principalmente porque desde el inicio de la pandemia las fábricas de botellas bajaron al mínimo su producción, y si bien en Chile las Cristalerías producían, estas exportan las botellas. En conclusión, es necesario que los productores se asocien para poder tener mejor poder de negociación al momento de comprar insumos.

Componente Comercial

El mercado del vino es un mercado complejo y tradicional, la entrada al mercado de vinos del nuevo mundo y de cepas patrimoniales no es un concepto que se maneje, y costo mucho generar un espacio. De acuerdo con la estrategia de PROCHILE el mercado americano no es el más adecuado para estos vinos, sino más bien aquellos mercados de nicho. Este error estratégico por parte de Clear River puede deberse a la nula experiencia en venta de vinos, lo cual queda de manifiesto al momento de comenzar a generar las primeras conversaciones con los productores. El débil manejo de la entidad asociada fue evidente al no tener manejo de cata de vinos, desconocer los procedimientos de preparación de muestras, desconocer la legislación para exportación e importación en mercado de destino. Además de no formar parte de los agentes comerciales posicionados en un mercado tan exigente como el norteamericano.

En conclusión, Clear River no pudo generar un lazo de confianza con sus clientes que eran los productores, ni tampoco concretar ventas de vino en el mercado nacional ni internacional.

Por ello se concluye que para desarrollar una iniciativa que apunte a la comercialización de vinos en el valle de Itata, se requiere de una empresa reconocida, con trayectoria, que conozca el mercado y que este a la vanguardia de los mercados a nivel local e internacional.

Componente transferencia tecnológica

Al final del proyecto los productores siguen trabajando de la misma forma que lo hacían antes de entrar al proyecto, siendo quizá el uso de análisis de laboratorio la práctica que ellos adoptaron, sin embargo, externalizan el servicio.

El componente transferencia tecnológica debió apuntar al traspaso de conocimientos desde INIA a los productores con el fin de que ellos estuviesen preparados desde el punto de vista legal, técnico y sanitario para la exportación de vinos. Lo anterior se refiere al desarrollo de un programa de extensión vitivinícola, donde se fortaleciera capacidades para que los productores de vino siguieran trabajando de manera autónoma al final del proyecto. Esto no se realizó de esta forma por lo que la heterogeneidad de la calidad de los vinos pudo deberse a esta brecha no resuelta, pues a los productores se les entregó asistencia técnica pero no se les capacitó para que desarrollaran habilidades e implementaran capacidades en sus bodegas.

15. RECOMENDACIONES

Es un planteamiento de lo que se considera beneficioso proponer en relación con lo trabajado al término de su ejecución. Aborda aspectos de gestión, técnicos y de contexto, entre otros. A diferencia de las conclusiones, estas tienen un sentido de futuro.

Entre los aspectos a abordar, incorporar factores que se consideran claves para una implementación efectiva y/o adopción exitosa de la innovación, así como desafíos y/o problemas que quedan pendientes por resolver. Estas recomendaciones podrían, en caso justificado, conducir a futuros ajustes del proyecto inicial.

Desde el punto de vista técnico, se recomienda en futuras propuestas que busquen exportar vinos, realizar la búsqueda y selección de productores antes de presentar el proyecto. Realizar con ellos talleres participativos donde quedan claras las brechas y con esa información definir la estrategia de extensión agrícola /vitivinícola. Esta información inicial será clave para visualizar el potencial de mercado que podrían tener los vinos.

Es recomendable contar con asociado que demuestre a través de verificadores manejo en tema de comercialización de vinos, esto en todo su espectro: Aspectos legales, técnicos, comercio exterior, etc.

Y en relación con el componente comercial, exigir contratos que incluyan verificadores de venta de vinos para ejecutar pagos.

Incorporar un programa de capacitación para productores y un plan de difusión para beneficiarios indirectos, productores que podrían ser futuros candidatos para exportar vinos.

En este programa se deben abordar aspectos legales de producción de vinos y también sobre asociatividad y agricultura regenerativa, dado que los viñedos se encuentran en zonas ambientalmente frágiles.

Se recomienda, además, contar con PROCHILE como patrocinador en un futuro proyecto, y con la agencia Invest Chile para atraer posibles inversionistas, quienes pueden apoyar la apertura de mercados y coordinar giras o misiones comerciales donde participen los productores.

16. MENCIONE OTROS ASPECTOS QUE CONSIDERE RELEVANTE INFORMAR, SI LOS HUBIERE.

Los frecuentes cambios de coordinación del proyecto perjudicaron la comunicación y confianza con los productores, además que los cambios en el plan operativo fueron dando pequeños giros en la misión y visión general del equipo técnico del proyecto, lo cual se vio potenciado por la salida de profesionales del área vitivinícola como Leticia Ortiz y Fernando Almeda en el área enológica.

17. ANEXOS

Enumere y nombre los anexos en una lista. Los nombres de los anexos deben ser iguales al nombre de los documentos adjuntos.

N° del anexo	Nombre del Anexo
I	<u>Anexo i</u> : Tabla Indicador Código PYT- PYT-2019-0583
1	Materiales entregados a los productores
2	Etiquetas re editadas para ser usadas por los productores
3	
4	
N	

18. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

--

“PROGRAMA DE INNOVACIÓN EN VALORIZACIÓN DEL POTENCIAL VITIVINÍCOLA VALLE DEL ITATA”, CÓDIGO PYT-2019-0583

Dentro de las acciones realizadas en el marco del proyecto, durante el último semestre de ejecución, lo más relevante ha sido proveer a los productores de insumos para el embotellado del vino y actualmente la industria tiene un desabastecimiento de botellas a nivel nacional, por lo que ha sido difícil conseguir el stock y modelo de botella que se necesita. Al respecto, es importante considerar que la botella además condiciona la compra de corchos, lacres, impresión de etiquetas, forma de etiquetas, etc.

Productor	Tipo de productor			
	Botella	Lacre	Corcho	Cajas
Vinos de Patio	8 pallet	si	Si	si
Susana Ruiz	3 pallet	si	Si	si
Alvaro Señor	4 pallet	si	Si	si

Materiales entregados por productor

En los siguientes cuadros se detalla los materiales entregados por productor para que lleven a cabo el embotellado de vinos para mercado interno.

Cuadro 1. Materiales entregados Susana Ruiz

Tipo de material	cantidad
Botellas burdeo para envasar 6.000L	4 Pallet (7.773 botellas)
Cajas de 6 botellas	1.000
Cajas de cartón tipo maleta de 1 botellas de capacidad	100
Cajas de cartón tipo maleta de 2 botellas de capacidad	100
Cajas de cartón tipo maleta de 3 botellas de capacidad	100

Pantone 187C rojo	10 kg
lacre Pantone 874C blanco	10 kg
lacre Pantone 877C	10 kg
lacre negro	10 kg
Corchos vino seco	3.000 unidades
corchos de vino dulce	3.000 unidades
Placas filtrantes	2 cajas
Servicio de embotellado para 6.000 L	1 servicio embotellado móvil

Cuadro 2. Materiales entregados productor Álvaro Señor

Tipo de material	Cantidad
Botellas tapa rosca transparente para envasar 6.000 L.	4 pallet (7.616 botellas)
Cajas de 6 botellas	1.000
Cajas de cartón tipo maleta de 1 botellas de capacidad	100
Cajas de cartón tipo maleta de 2 botellas de capacidad	100
Cajas de cartón tipo maleta de 3 botellas de capacidad	100
Cápsulas negro mate	5.000
Cápsulas violeta	3.000
Corchos vino seco	5.000 unidades
corchos de vino dulce	3.000 unidades
Placas filtrantes	2 cajas

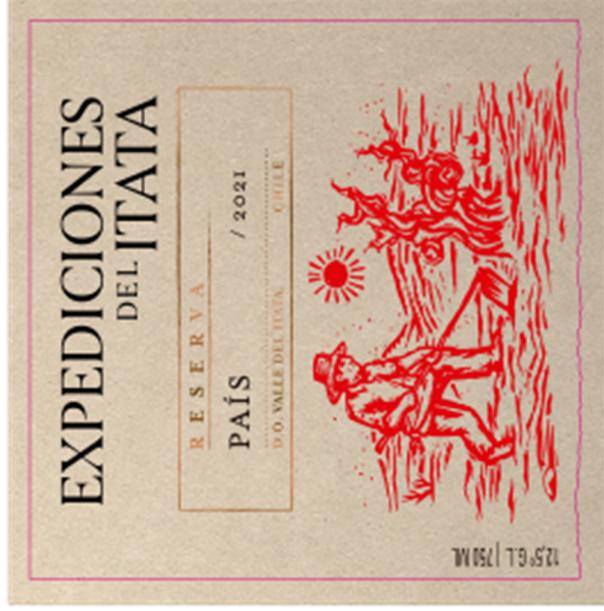
Cuadro 3. Materiales entregados productores Vinos de Patio

Tipo de material	Cantidad
Botellas borgoña Knon para envasar 8.000 L	8 Pallet (11.368 botellas)
Cajas de 6 botellas	1.000
Cajas de cartón tipo maleta de 1 botellas de capacidad	100
Cajas de cartón tipo maleta de 2 botellas de capacidad	100
Cajas de cartón tipo maleta de 3 botellas de capacidad	100
Lacre Pantone 187 Rojo	10 kg

Lacre Pantone 539 Azul	10 kg
Lacre Pantone 874 Blanco	10 kg
Corchos vino seco	12.000 unidades
Placas filtrantes	4 cajas

ETIQUETA 86mm x 85mm

CONTRAETIQUETA 86mm x 75mm



EL PIONERO. Junto a las huestes que avanzaron por el sur de América, venía un conquistador silencioso y pacífico, siendo uno de sus objetivos, el consagrarse en los primeros ritos religiosos de las Américas. Esta cepa era llamada Listan Prieto, para posteriormente recibir el nombre de “País”. En el siglo XVI, en el Valle del Itata, los pioneros españoles encontraron condiciones ideales de cultivo para esta cepa, que se han mantenido por casi 500 años y han permitido que siga siendo una de las principales zonas productivas en el mundo.

Temperatura de servicio 14°C

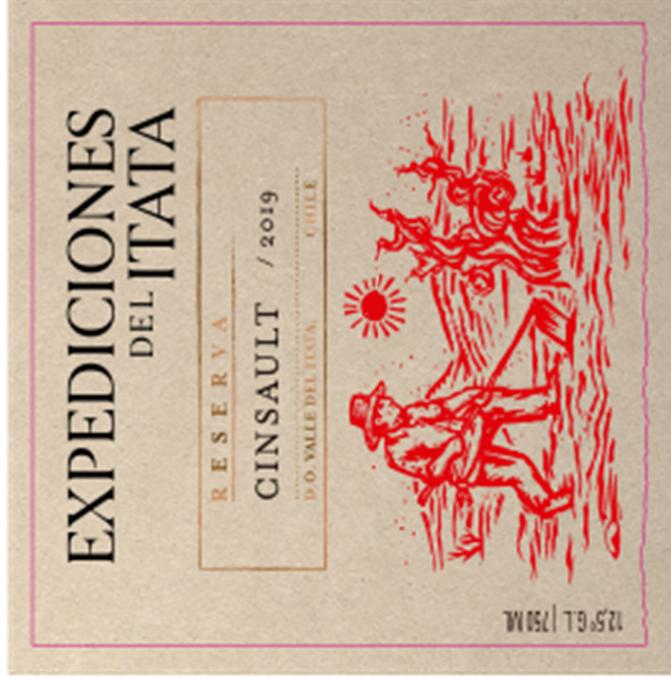
Maridaje: cocina mediterránea, legumbres, guisos.

PAÍS

750 ML | 12,5° | CONTIENE SULFITOS

Producido y envasado por Vinos de Patio SPA.
Predio el Huallecito s/n, Guarilhue,
comuna de Coelemu, Región de Nuble, Chile.
www.expedicionesdelitata.com

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBARAZO POR RIESGO DE PARTO DEFECTOS (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PERJUDICA LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPERAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.



UN NUEVO COMIENZO EN ITATA. Durante el siglo XIX llegaron técnicos agrícolas franceses a Chile, quienes se sorprendieron con una vitivinicultura que llevaba más de 300 años intacta, llena de intuición e ingenio. Ellos trajeron nuevas técnicas, así como nuevas cepas, siendo Cinsault una de las cepas que logró cruzar la barrera de la ancestralidad y las tradiciones del sur de Chile, logrando a comienzos del siglo XX desarrollarse en el Valle del Itata. Los viticultores celebraron como esta cepa logra mezclar la riqueza patrimonial, condiciones de secano y los suelos fértiles del Valle del Itata.

Temperatura de servicio 14°C

Maridaje: carnes blancas, embutidos, pescados.

CINSAULT

750 ML | 13,7° | CONTIENE SULFITOS

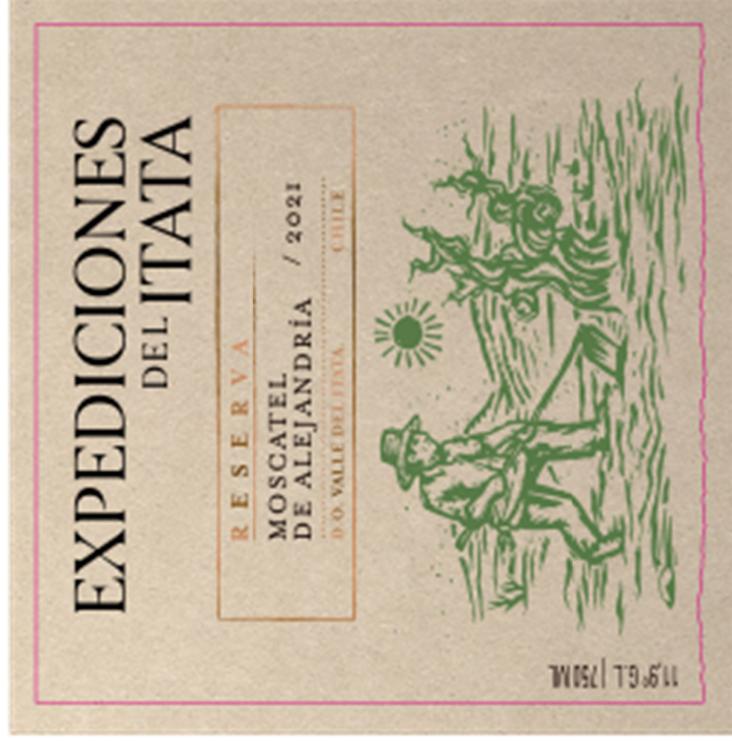
Producido y envasado por Vinos de Patio SPA.

Predio el Hualecito s/n, Guarilhue,

comuna de Coelemu, Región de Nuble, Chile.

www.expedicionesdelitata.com

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBARAZO POR RIESGO DE PARTO DEFECTOS (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PERJUDICA LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPERAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.



LA REINA BLANCA DEL ITATA. “Son como el agua: tan claros y cristalinos como ella”. Esta frase del padre Jesuita Alonso de Ovalle, escrita en 1646, fue la primera descripción histórica que recibió los vinos de Moscatel de Alejandria, en el entonces Reino de Chile. Su llegada al continente es aún un misterio, pero se estima que fue alrededor del siglo XVII; donde dicha cepa logró ser parte del linaje de las uvas que participaron de la conquista de América, convirtiéndose en la reina de las Blancas del Itata.

Temperatura de servicio 14°C

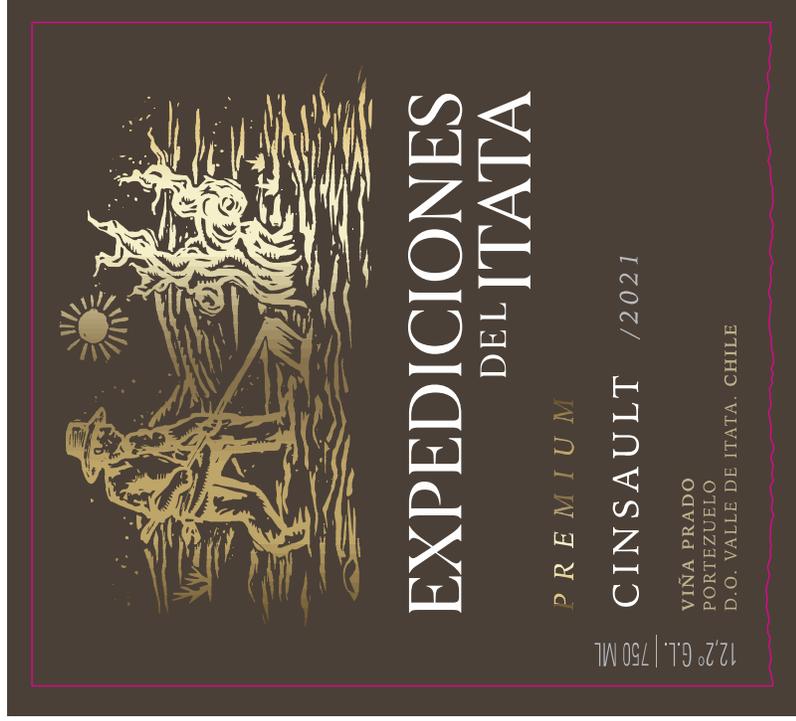
Maridaje: Maridaje: mariscos, ceviches.

MOSCATEL DE ALEJANDRÍA
750 ML | 11,9° | CONTIENE SULFITOS

Producido y envasado por Vinos de Patio SPA.
Predio el Hualecito s/n, Guarilhue,
comuna de Coelemu, Región de Nuble, Chile.
www.expedicionesdelitata.com

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBARAZO POR RIESGO DE PARTO DEFECTOS (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PERJUDICA LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPERAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.

ETIQUETA 77mm x 86mm



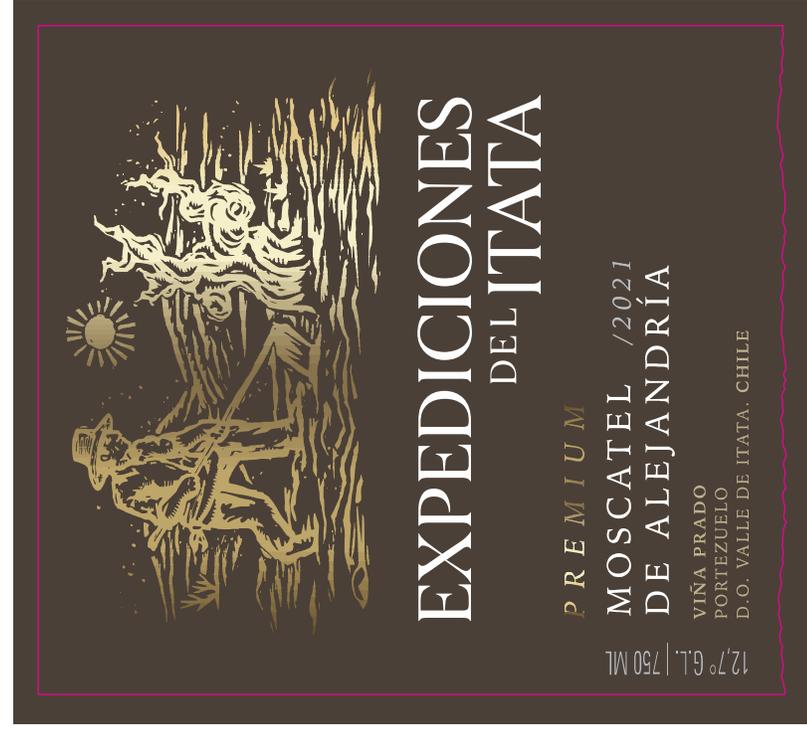
CONTRAETIQUETA 86mm x 75mm

VINO, CON CARÁCTER DEL ITATA. Hay vinos que sirven como catalizador del conocimiento, del esfuerzo y del respeto del suelo que los ve nacer. Asimismo, hay algunos pocos viticultores que agudizan sus sentidos de hacedor de vinos en el ancestral paisaje del Valle del Itata, encontrando inspiración en sus bodegas, escalando en viajes internos a las cumbres más altas de su propia tradición. Estos vinos destacan por su personalidad y carácter, marcados por suelos fértiles, longevidad de parras y condiciones climáticas extremas. Son casi 500 años de tradición en el que se ha ido desarrollando un amor por la sabiduría, los que tarde o temprano se verán reflejados en un gran vino, como este.

CINSAULT
750 ML | 12,2° | CONTIENE SULFITOS

Producido y envasado por Vinos de Patio SPA.
Predio el Huallecito s/n, Guarilhue,
comuna de Coelemu, Región de Nuble, Chile.
www.expedicionesdelitata.com

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBARAZO POR RIESGO DE PARTO DEFECTOS (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PERIUDICA LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPERAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.



VINO, CON CARÁCTER DEL ITATA. Hay vinos que sirven como catalizador del conocimiento, del esfuerzo y del respeto del suelo que los ve nacer. Asimismo, hay algunos pocos viticultores que agudizan sus sentidos de hacedor de vinos en el ancestral paisaje del Valle del Itata, encontrando inspiración en sus bodegas, escalando en viajes internos a las cumbres más altas de su propia tradición. Estos vinos destacan por su personalidad y carácter, marcados por suelos fértiles, longevidad de parras y condiciones climáticas extremas. Son casi 500 años de tradición en el que se ha ido desarrollando un amor por la sabiduría, los que tarde o temprano se verán reflejados en un gran vino, como este.

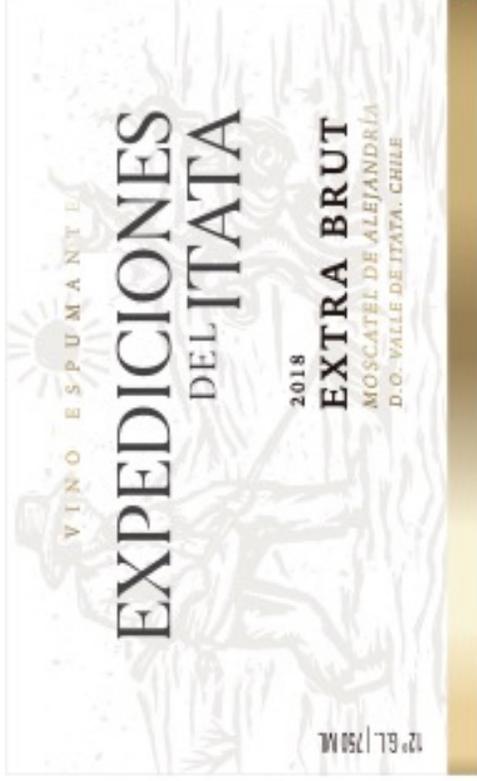
CINSAULT
750 ML | 12,7° | CONTIENE SULFITOS

Producido y envasado por Vinos de Patio SPA.
Predio el Huillecito s/n, Guarilhue,
comuna de Coelemu, Región de Nuble, Chile.
www.expedicionesdelitata.com

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBRAZO POR RIESGO DE PARTO DEFECTOS (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PERJUDICA LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPERAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.

ETIQUETA 119mm x 67 mm

CONTRAETIQUETA 86mmx75mm



EL COMIENZO DE NUEVAS TRADICIONES. Las tradiciones tienen derechos. Incluso, tienen el derecho a comenzar de cero, estableciendo un puente con el alma y la vida de un lugar. De esta forma nacen los espumantes de Itata, como una forma de materializar todo el espíritu centenario del valle. Con cada sorbo está la posibilidad de un nuevo encuentro, y en él, poder interactuar con la tradición, el paisaje, y aquellas cepas que han acompañado al habitante del Itata por casi 500 años.

Temperatura de servicio 8°C
Maridaje: aperitivos, postres, frutos seco.

EXTRA BRUT
750 ML | 12° | CONTIENE SULFITOS

Producido y envasado por Vinos de Patio SPA.
Predio el Huallecito s/n, Guarilhue,
comuna de Coelemu, Región de Nuble, Chile.
www.expedicionesdelitata.com

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBARAZO POR RIESGO DE PARTO DEFECTOS (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PERIUDICA LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPERAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.

A continuación se muestran las etiquetas en su formato editable, ellas se modificaron para ser usadas por algunos productores.



Imagen 1. Etiqueta y contraetiqueta vinos cinsault reserva.

EXPEDICIONES
DEL ITATA

PREMIUM
EXTRA BRUT
D.O. VALLE DEL ITATA.

EL COMIENZO DE NUEVAS TRADICIONES. Las tradiciones tienen derechos. Incluso, tienen el derecho a comenzar de cero, estableciendo un puente con el alma y la vida de un lugar. De esta forma nacen los espumantes de Itata, como una forma de materializar todo el espíritu centenario del valle. Con cada sorbo está la posibilidad de un nuevo encuentro, y en él, poder interactuar con la tradición, el paisaje, y aquellas cepas que han acompañado al habitante del Itata por casi 500 años.



Temperatura de servicio 8°C



Maridaje: aperitivos, postres, frutos secos.

PRODUCCION Y ENVASADO POR VINOS DE PATO SPA.
PREDIO EL HUALLECITO S/N, GUARILIHUE,
COMUNA DE COLEUVU, REGION DE NUBLE, CHILE.
WWW.EXPEDICIONESDELITATA.COM



750 ML | 12° | CONTIENE SULFITOS

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBARAZO POR RIESGO DE PARTO DEFECTOS. (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PERJUDICA LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPEARAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.



Imagen 2. Etiqueta y contraetiqueta vinos Espumantes Extra Brut.



Imagen 3. Etiqueta y contraetiqueta vinos Moscatel de Alejandría Reserva.



Imagen 4. Etiqueta y contraetiqueta vinos País Reserva.



PREMIUM
CINSAULT
D.O. VALLE DEL ITATA

EXPEDICIONES DEL ITATA

VINO, CON CARÁCTER DEL ITATA. Hay vinos que sirven como catalizador del conocimiento, del esfuerzo y del respeto del suelo que los ve nacer. Asimismo, hay algunos pocos viticultores que agudizan sus sentidos de hacedor de vinos en el ancestral paisaje del Valle del Itata, encontrando inspiración en sus bodegas, escalando en viajes internos a las cumbres más altas de su propia tradición. Estos vinos destacan por su personalidad y carácter, marcados por suelos fértiles, longevidad de parras y condiciones climáticas extremas. Son casi 500 años de tradición en el que se ha ido desarrollando un amor por la sabiduría, los que tarde o temprano se verán reflejados en un gran vino, como este.

PRODUCCION Y ENVASADO POR VINOS DE PATITO SPA,
PRECIO EL HUALLICOTO SAN GUARILHE
COMUNA DE COLEMU, REGION DE NUBLE, CHILE.
WWW.EXPEDICIONESDELITATA.COM



750 ML | 12,2° | CONTIENE SULFITOS

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBARAZO POR RIESGO DE PARTO DEFECTUOSO (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PERJUDICA LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPERAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.

PREMIUM
CINSAULT / 2021

EXPEDICIONES DEL ITATA

VIÑA PRADO
PORTEZUELO
D.O. VALLE DE ITATA - CHILE

12,2° GL. | 750 ML

Imagen 5. Etiqueta y contraetiqueta vinos Cinsault Premium.



EXPEDICIONES DEL ITATA

P R E M I U M
M O S C A T E L / 2 0 2 1
D E A L E J A N D R Í A

VINA PRADO
PORTEZUELO
D.O. VALLE DE ITATA, CHILE

127° G.L. | 750 ML

EXPEDICIONES DEL ITATA

P R E M I U M
M O S C A T E L D E A L E J A N D R Í A
D.O. VALLE DEL ITATA.

VINO, CON CARÁCTER DEL ITATA. Hay vinos que sirven como catalizador del conocimiento, del esfuerzo y del respeto del suelo que los ve nacer. Asimismo, hay algunos pocos viticultores que agudizan sus sentidos de hacecer de vinos en el ancestral paisaje del Valle del Itata, encontrando inspiración en sus bodegas, escalando en viajes internos a las cumbres más altas de su propia tradición. Estos vinos destacan por su personalidad y carácter, marcados por suelos fértiles, longevidad de parras y condiciones climáticas extremas. Son casi 500 años de tradición en el que se ha ido desarrollando un amor por la sabiduría. Los que tarde o temprano se verán reflejados en un gran vino, como este.

PRODUCIDO Y ENVASADO POR VINOS DE PATO SPA.

PREDIO EL HUALLECITO S/N. GUARILHUE.

COMUNA DE COPELÚ, REGIÓN DE NUBLE, CHILE.

WWW.EXPEDICIONESDELITATA.COM



GUARILHUE S/N
D.O. VALLE DEL ITATA

750 ML | 127° | CONTIENE SULETOS

ADVERTENCIA DEL GOBIERNO: (1) SEGÚN EL CIRUJANO GENERAL, LAS MUJERES DEBEN NO TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS DURANTE EL EMBARAZO POR RIESGO DE PARTO PRECOZ. (2) EL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS PUEDE REDUCIR LA CAPACIDAD PARA CONDUCIR UN COCHE U OPERAR MAQUINARIA, Y PUEDE CAUSAR PROBLEMAS DE SALUD.

Imagen 6. Etiqueta y contraetiqueta vinos Moscatel de Alejandría Premium.



Tabla de indicadores proyectos

En esta sección debe indicar cuando se hayan desarrollado en el marco del proyecto individualizado, productos y/o procesos nuevos o mejorados.

Nombre del proyecto:	Programa de innovación en valorización del potencial vitivinícola Valle del Itata.
Código del proyecto:	PYT-2019-0583
Ejecutor:	Instituto de Investigaciones Agropecuarias, INIA

Indicadores

1. ¿Desarrolló su proyecto una innovación de proceso¹?

Si	No
X	

Indicar cual:	Modelo de comercialización propuesto pero no ejecutado totalmente
---------------	---

2. ¿Desarrolló su proyecto una innovación de producto²?

Si	No
	X

Indicar cual:	
---------------	--

¹ Una innovación de procesos en la empresa consiste en un proceso interno nuevo o mejorado para una o más de las funciones de la empresa, que difiere significativamente de los anteriores procesos internos y que ya ha sido implementado o puesto en marcha dentro de la empresa.

² Una innovación de producto consiste en un bien o servicio nuevo o mejorado, que se diferencia significativamente de los anteriores bienes o servicios de la empresa, y que ya ha sido introducido al mercado o puesto a disposición de los potenciales usuarios.



--	--

3. Para las respuestas positivas en las preguntas 1 y/o 2, indicar en qué informe se describe en forma detallada la innovación de proceso o producto generada

<p>La innovación de proceso se refiere a una metodología de comercialización asociativa mediante un agente exportador de vinos, la cual si bien no tuvo resultados de venta de vinos, si permitió revisar y prospeccionar diferentes tipos de vinos existentes en el Valle de Itata que podrían ser comercializados en un esquema común y en un mismo mercado con el fin de posicionar los vinos de cepas patrimoniales en el mundo.</p>
--

4. Datos quien completa este formulario.

Nombre:	Irina Díaz Gálvez
RUT:	
Firma:	

5. Revisión y conformidad del ejecutivo FIA del proyecto

Nombre:	
Firma:	