CÓDIGO (uso interno)	

FORMULARIO DE POSTULACIÓN

CONVOCATORIA REGIONAL 2017

“Agregación de valor a productos patrimoniales elaborados por pequeños productores vitícolas de la Región de O’Higgins”

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA	
1. NOMBRE DE LA PROPUESTA	
Puesta en valor de Chacolís, Pipeños, Chichas, Arropes y Vinos Asoleados de pequeños productores de localidades de Lo Miranda y La Gonzalina en la Provincia de Cachapoal, Región de O'Higgins.	
2. SECTOR, SUBSECTOR Y ESPECIE EN QUE SE ENMARCA Ver identificación sector y subsector en Anexo 8.	
Sector	Alimentos
Subsector	Vinos, otros alcoholes, concentrados
Especie (si aplica)	Uvas viníferas
3. FECHAS DE INICIO Y TÉRMINO	
Inicio	Enero 2018
Término	Diciembre 2019
Duración (meses)	24 meses
4. LUGAR EN QUE SE LLEVARÁ A CABO	
Región(es)	O'Higgins
Provincia(s)	Cachapoal
Comuna (s)	Doñihue, Rancagua, Machalí

5. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Los valores del cuadro deben corresponder a los valores indicados en el Excel **"Memoria de cálculo proyectos vitícolas O'Higgins 2017".**

Aporte		Monto ($)	Porcentaje
FIA			
CONTRAPARTE	**Pecuniario**		
	No pecuniario		
	Subtotal		
TOTAL (FIA + CONTRAPARTE)			

SECCIÓN II: COMPROMISO DE EJECUCIÓN DE PARTICIPANTES	
La entidad postulante y asociados manifiestan su compromiso con la ejecución de la propuesta y a entregar los aportes comprometidos en las condiciones establecidas en este documento.	
6. ENTIDAD POSTULANTE	
Nombre Representante Legal	Francisco Martínez Camus
RUT	
Aporte total en pesos:	
Aporte pecuniario	
Aporte no pecuniario	
_____ **Francisco Martínez Camus**	
7. ASOCIADO (S)	
Nombre Representante Legal	Ver páginas siguientes….
RUT	
Aporte total en pesos:	
Aporte pecuniario	
Aporte no pecuniario	
_____ **Firma** **Nombre y RUT**	

SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DE LA ENTIDAD POSTULANTE, ASOCIADO(S) Y COORDINADOR DE LA PROPUESTA

8. IDENTIFICACION DE LA ENTIDAD POSTULANTE

Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Adicionalmente, se debe adjuntar como anexos los siguientes documentos:

- Certificado de vigencia de la entidad postulante en Anexo 1.
- Certificado de iniciación de actividades en Anexo 2.

8.1. Antecedentes generales de la entidad postulante

Nombre	Agrícola Agrobees				
Giro/Actividad	Desarrollo, producción, comercialización y venta de hortalizas y productos agropecuarios.				
RUT					
Tipo de entidad (Marque con una X)	Organización		Tamaño (Marque con una X)	Pequeño	X
	Empresa	X		Mediano	
	Productor				
Ventas anuales de los Últimos 12 meses (en UF)					
Identificación Cuenta Bancaria	Banco	Estado			
	Tipo de cuenta	Corriente			
	Número				
Dirección	Calle, N°				
	Comuna	Doñihue			
	Ciudad	Doñihue			
	Región	O'Higgins			
	Domicilio postal				
Teléfono					
Correo electrónico					

8.2. Representante legal de la entidad postulante

Nombre completo		Juan Martínez Camus
Cargo que desarrolla el representante legal en la Entidad		Gerente General
RUT		
Nacionalidad		chileno
Dirección	Calle, N°	
	Comuna	Doñihue

	Ciudad	Doñihue, Lo Miranda			
	Región	Región de O'Higgins.			
Teléfono					
Celular					
Correo electrónico					
Profesión		Ingeniero Agrónomo			
Género (Marque con una X)		Femenino		Masculino	X
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia)		No			

8.3. Realice una breve reseña de la entidad postulante

Indicar brevemente la actividad de la entidad postulante.

(Máximo 1.500 caracteres)

La Agrícola Agrobees es una empresa destinada a la producción y venta de productos agropecuarios. Calificada por organismos de fomento y academias como de alto potencial económico y social, está conformada por profesionales capaces de identificar necesidades y soluciones en distintos niveles de las cadenas productivas, así como también encontrar soluciones a problemas sociales, pérdidas de competitividad y agregación de valor a productos tradicionales. Tiene por misión desarrollar y comercializar soluciones para el sector agroalimentario, priorizando aquellos productos y servicios innovadores que poseen valor agregado en aspectos ambientales y sociales. La propuesta de valor de la agrícola agrobees es ofrecer productos y servicios diferenciados, nuevos o significativamente mejorados, así como Desarrollar innovaciones en productos, procesos, marketing, organización y/o logística, de manera de obtener productos y servicios con ventajas comparativas y competitivas. Cuenta con bodegas y espacios suficientes para el desarrollo de actividades consideradas en el proyecto. Por último, la empresa cuenta con la experiencia técnica y solvencia suficiente para la ejecución del proyecto y para entregar las garantías necesarias.

8.4. Indique la vinculación de la entidad postulante con la propuesta.

Describa brevemente la vinculación de la entidad postulante con la temática de la propuesta y sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir la propuesta

(Máximo 1.500 caracteres)

AgroBees Solutions ha estado trabajando en el desarrollo y producción de alimentos derivados de uvas viníferas tintas, por lo tanto, adicionalmente a los vinos patrimoniales, hay un especial interés en el presente proyecto por el desarrollo de arrope de uva vinífera tinta, trabajando particularmente con pequeños productores. Se aprovechará de destacar la mayor actividad antioxidante de la uva tinta chilena en los productos patrimoniales valorizados, donde existen estudios que han demostrado que en las variedades nacionales de Cabernet Sauvignon, Merlot y Pinot Noir, al igual que en las cepas País, Mollar, Semillón y otras criollas tradicionales presentes entre los asociados, cuentan con una mayor concentración de antioxidantes que sus contrapartes de otros lugares del mundo (Diaz et al, 2015). El mercado de antioxidantes naturales ha aumentado en la última década debido al efecto preventivo contra las enfermedades y a un rechazo general hacia los antioxidantes sintéticos, de mayor potencia pero con efectos colaterales (A. Olaechea, 2012), desafío que obliga a buscar nuevas fuentes de antioxidantes con alta biodisponibilidad (D. Goreck, 2010) (Williamson, 2005), como podría ser el arrope y los vinos patrimoniales a valorizar. El aporte de la uva a la concentración de polifenoles en el vino es muy significativa, encontrándose valores entre 1000 a 1800 mg/Lt (Sauro-Calixto, 1998). Por su parte, un estudio realizado por Olaechea el año 2012, elaborando mermeladas de uvas tintas, encontró valores entre 9.000-12.000mg/Kg de polifenoles (var. Petit Verdot), demostrando la resistencia de estos a altas temperaturas y a la oxidación ambiental. De los atributos saludables presentes en la uva vinífera de cepas tintas, destaca la acción de los polifenoles con efectos vasodilatadores, que modulan perfil lipídico, atenúan oxidación de lipoproteinas de baja densidad, presentan efectos antinflamatorios y regulan apoptosis en el endotelio vascular (Quiñones et al., 2012). También pueden proteger frente al cáncer mediante la inhibición del daño oxidativo del ADN. También quercetina y miricetina son los flavonoides de mayor actividad neutralizadora de radicales libres. Por último, el **resveratrol** presente en uvas también ha adquirido gran importancia.

8.5. Cofinanciamiento de FIA u otras agencias

Indique si la entidad postulante ha obtenido cofinanciamiento de FIA u otras agencias del Estado en temas similares a la propuesta presentada (marque con una X).			
SI		**NO**	**X**

8.6. Si la respuesta anterior fue SI, entregue la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones (inicie con la más reciente).	
Nombre agencia	
Nombre proyecto	
Monto adjudicado ($)	
Año adjudicación	

9. IDENTIFICACION DEL(OS) ASOCIADO(S)

Si corresponde, complete los datos solicitados de cada uno de los asociados de la propuesta.

9.1. Asociado 1

Nombre	José Manuel Jiménez Fariña				
Giro/Actividad	Agrícola				
RUT					
Tipo de entidad (Marque con una X)	Organización		Tamaño (Marque con una X)	Pequeño	X
	Empresa			Mediano	
	Productor	X			
Ventas anuales de los Últimos 12 meses (en UF)	----				
Identificación Cuenta Bancaria	Banco	No aplica			
	Tipo de cuenta	No aplica			
	Número	No aplica			
Dirección	Calle, N°	Av. Salvador Allende			
	Comuna	Rancagua			
	Ciudad	Rancagua			
	Región	Sexta			
	Domicilio postal	----			
Teléfono					
Correo electrónico	No posee				

9.2. Representante legal del(os) asociado(s)

Nombre completo	José Manuel Jiménez Fariña
Cargo que desarrolla el representante legal en la Entidad	Dueño

RUT					
Nacionalidad		chileno			
Dirección	Calle, N°	Av. Salvador Allende			
	Comuna	Rancagua			
	Ciudad	Rancagua			
	Región	Sexta			
Teléfono					
Celular					
Correo electrónico		No Tiene			
Profesión		Ingeniero Forestal, viticultor.			
Género (Marque con una X)		Femenino		Masculino	X
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia)		----			

9.3. Realice una breve reseña del(os) asociado(s)

Indicar brevemente la actividad del(os) asociado(s) y su vinculación con el tema de la propuesta.

(Máximo 3.500 caracteres)

José Manuel Jiménez, productor de Pipeño, Chicha, Chacolí, Vino Asoleado, Vino de Misa ubicado en el sector de Tuniche, cercano a Rancagua. Estos vinos que cuentan con un valor patrimonial asociado a un prestigio vinculado a herencia familiar, es un vino de tercera generación, los tres dueños y administradores familiares han preservado por tradición el nombre Manuel, llevando el abuelo, padre y actual nieto el mismo nombre, a su vez el preservar la tradición es el sostén productivo de esta familia las parras plantadas en la década de los 40 son las mismas que hoy nos deleitan con su grandioso vino añejo o su extraordinario vino asoleado (vino pasa), La maquinaria empleada también posee un valor histórico se mantienen con sus respectivas adaptaciones funcionando por más de 100 años, al igual que sus memorables barriles de guarda (Rauli) .

Don Manuel Jiménez cuenta con media hectárea de uvas de variedades: Cabernet, País, Moscatel, Sauvignon Blanc, entre otras.

Imágenes Bodegas y Viña Asociado JM Jiménez:

IDENTIFICACION DEL(OS) ASOCIADO(S) Si corresponde, complete los datos solicitados de cada uno de los asociados de la propuesta.					
Asociado 1					
Nombre	Francisco Núñez Camus				
Giro/Actividad	Agrícola				
RUT					
Tipo de entidad (Marque con una X)	Organización		Tamaño (Marque con una X)	Pequeño	X
	Empresa			Mediano	
	Productor	X			
Ventas anuales de los Últimos 12 meses (en UF)		----			
Identificación Cuenta Bancaria	Banco	No aplica			
	Tipo de cuenta	No aplica			
	Número	No aplica			
Dirección	Calle, N°				
	Comuna	Doñihue			
	Ciudad	Lo Miranda			
	Región	Sexta			
	Domicilio postal				
Teléfono					
Correo electrónico					

Representante legal del(os) asociado(s)		
Nombre completo		Francisco Núñez Camus
Cargo que desarrolla el representante legal en la Entidad		Dueño
RUT		
Nacionalidad		chileno
Dirección	Calle, N°	
	Comuna	Doñihue
	Ciudad	Lo Miranda
	Región	Sexta
Teléfono		
Celular		

Correo electrónico	No tiene			
Profesión	Viticultor			
Género (Marque con una X)	Femenino		Masculino	X
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia)				

Realice una breve reseña del(os) asociado(s)

Indicar brevemente la actividad del(os) asociado(s) y su vinculación con el tema de la propuesta.

Francisco Núñez agricultor de Lo Miranda por más de 50 Años y productor de vinos campesinos por más de 20. En sus tierras ubicadas a los pies del cerro Tren Tren tiene su pequeña y generosa viña, cuyas variedades país, mollar, entre otras, cultivadas y manejadas bajo condiciones de secano, libres de plaguicidas y fertilizantes artificiales, esconden una parte importante de la historia de Chile. Estas tierras fueron entregadas por Pedro De Valdivia a Don Pedro De Miranda y Rueda como parte de la encomienda de Copequén, que es la encomienda más antigua que se tenga registro en la región de O'Higgins, 1575, fundó el año 1577 el pueblo de Lo Miranda, construyendo su casa en esta propiedad. Ya separado de su esposa española se casa con Huicelda, hija del Cacique Copequen, sin embargo, en una visita de su ex mujer a Chile dándose cuenta de que Pedro de Miranda estaba casado, en un ataque de celos la envía a asesinar contratando dos soldados. Ante tanta tristeza la tribu estuvo de luto por un mes y se trasladó al norte, cerca de Paine, luego de su muerte Huicelda es trasladada a Copequén y cuenta la leyenda que por su hermosura y pureza comienzan a brotar diáfanos manantiales, dando origen a lo que es actualmente agua mineral Cachantun.

Don Francisco apegado a la tradición y a la historia mantiene en su propiedad una casa de adobe cuyo dueño fue la congregación Compañía de Jesús, traída a Chile por doña Catalina de Miranda, Pariente del Fundador, quien luego de presenciar una misa en Sevilla por San Francisco de Borja se dedicó por entero a la piedad y al establecimiento de la compañía de Jesús en Chile. Posteriormente, luego de la expulsión de los jesuitas en 1767, cuenta la leyenda, que transformaron parte del oro que poseían en dos campanas de oro ocultas en algún lugar cercano a la casa de retiro de la congregación en terrenos de Don Francisco Núñez.

Por tanto, los vinos, chacolí, chicha y pipeño del productor provienen de terrenos donde se desarrolló parte importante de la historia de Chile.

Imágenes Bodegas y Viña Asociado Francisco Núñez:

IDENTIFICACION DEL(OS) ASOCIADO(S) Si corresponde, complete los datos solicitados de cada uno de los asociados de la propuesta.					
Asociado 1					
Nombre	Nadia Loreto Aranda Camus				
Giro/Actividad	Mieles de frutas artesanales				
RUT					
Tipo de entidad (Marque con una X)	Organización		Tamaño (Marque con una X)	Pequeño	X
	Empresa			Mediano	
	Productor	X			
Ventas anuales de los Últimos 12 meses (en UF)					
Identificación Cuenta Bancaria	Banco	No aplica			
	Tipo de cuenta	No aplica			
	Número	No aplica			
Dirección	Calle, N°				
	Comuna	Doñihue			
	Ciudad	Lo Miranda			
	Región	Sexta Región			
	Domicilio postal	---			
Teléfono					
Correo electrónico	No posee				
Representante legal del(os) asociado(s)					

Nombre completo		Nadia Loreto Aranda Camus			
Cargo que desarrolla el representante legal en la Entidad		Dueña			
RUT					
Nacionalidad		chilena			
Dirección	Calle, N°				
	Comuna	Doñihue			
	Ciudad	Lo Miranda			
	Región	Sexta Región			
Teléfono					
Celular					
Correo electrónico		No posee			
Profesión		Productora de mieles y mermeladas			
Género (Marque con una X)		Femenino	X	Masculino	
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia)					

Realice una breve reseña del(os) asociado(s)

Indicar brevemente la actividad del(os) asociado(s) y su vinculación con el tema de la propuesta.

Nadia Aranda, es una pequeña productora artesanal de Lo Miranda produce mermeladas, mieles de fruta y también arrope de miel de abejas.

La tradición viene de su abuela que era reconocida en su entorno por la calidad de sus mieles de fruta especialmente de peras y uva. Para su producción contaba con utensilios como pailas y grandes ollas de cobre que se conservan actualmente y son usadas al igual que hace 60 años para elaborar exquisitas mieles de variadas frutas como melón, pera, durazno y por supuesto de uvas. Estos elementos de cobre permiten la conservación de las mieles por muchos años, permitiendo un añejamiento en botella que mejora la calidad en aspectos como sabor y aroma con el paso del tiempo.

Nadia Aranda acepta este desafío para mejorar la cadena de producción pensando que la estandarización de procesos permitirá tener una mejora continua que le proporcione mayores retornos y faciliten su comercialización.

La productora está consciente de la oportunidad que significa el potenciar el arrope de uva dada las restricciones para la producción de miel de palma chilena en pro de su conservación.

La importancia patrimonial de este arrope es que data desde la llegada de los españoles a Chile y estos la conocen y disfrutan desde el siglo XI, cuando fueron invadidos por los árabes.

Imagen arrope de uva:

10. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA PROPUESTA Complete cada uno de los datos solicitados a continuación.				
Nombre completo		Francisco Martínez Camus		
RUT				
Profesión		Ingeniero Agrónomo		
Pertenece a la entidad postulante (Marque con una X).	SI	**x**	NO	
	Indique el cargo en la entidad postulante	Gerente	Indique la institución a la que pertenece	Agrícola Agrobees
Dirección	Calle, N°			
	Comuna	Doñihue		
	Ciudad	Lo Miranda		
	Región	Región de O'Higgins.		
Teléfono				
Celular				
Correo electrónico				

SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA

11. RESUMEN EJECUTIVO

Sintetizar con claridad la justificación de la propuesta, sus objetivos, resultados esperados e impactos.

(Máximo 1.500 caracteres)

Se espera rescatar y poner en valor productos vitícolas patrimoniales, que están siendo comercializados actualmente de manera precaria por pequeños productores y viñateros de las localidades de La Gonzalina y Lo Miranda, en la provincia de Cachapoal. Participarán tres asociados, Don Francisco Núñez, en viñas carentes de manejo, productor de Chicha, Pipeño, Chacolí y Vino de Misa. Don José Manuel Jiménez, productor de Chicha, Vino Asoleado, Pipeño, Chacolí, Vino Natural y Vino Añejo. Y por último la Srta. Nadia Aranda, quien se dedica a la producción de arrope, que actualmente produce sólo para consumo propio, de familiares y venta sólo a cercanos. Los asociados fueron seleccionados debido a condiciones detectadas que otorgarán una propuesta de valor a los productos. En la viña de uno de ellos se encuentra la casa del fundador de Lo Miranda, Don Pedro de Miranda, quien encomendado por Don Pedro de Valdivia, se radicó como primer habitante de Lo Miranda, quien estando casado en España, se casó con la hija del Cacique Copequén, quien fue mandada a asesinar por la esposa española, cuando de visita en Chile se enteró que su esposo se había vuelto a casar. Los otros dos productores cuentan con interesantes historias familiares, donde por terceras generaciones, han mantenido la tradición de producir sus productos vitícolas. Se hará una intervención en ellos para la estandarización de sus procesos, de manera que logren generar productos de calidad, inocuos y con un envasado que permita destacar sus atributos de valor como producto vitícola patrimonial, destacando sus aspectos históricos, familiares, formas de producción y tradiciones tras cada producto. Para lograr una producción estandarizada y de calidad, el proyecto aportará ciertos implementos a los asociados para sus producciones. Los productos valorizados, serán puestos en mercados más rentables, pero también más exigentes, por lo que la visibilidad y calidad del producto debe ser garantizada. Se consideran restaurantes gourmet y hoteles boutique de la región. Se espera aumentar los ingresos de sus productos en al menos un 20%.

12. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

12.1 Productos patrimoniales a agregar valor

Describa brevemente el o los productos patrimoniales que serán valorizados a través de la propuesta.
(Considerar como base los resultados del Estudio “Alternativas de vinificación para la pequeña agricultura de la región de O’Higgins)

(Máximo 1.000 caracteres)

Chicha: Bebida fermentada extensamente consumida en el continente Americano, el cual contiene una amplia diversidad cultural dentro del territorio, por lo que su nombre varía dependiendo de la zona, siendo los conquistadores españoles en su avance por el continente, quienes la nombran según la escucharon llamar en los primeros acercamientos que tuvieron con este producto.

Pipeño: Vino artesanal, joven y popular, clásico de la Zona Central de Chile, es un vino nuevo (del año de vendimia) de corta fermentación y duración.

Chacolí: El chacolí es un vino joven propio de España, originario del País Vasco denominado “Txakoli” (literalmente “vino casero” en euskera) pero ha sido castellanizado fuera de allí. Las uvas son cosechadas más

verdes y ácidas, otorgando un vino ligero, bajo en alcohol y ácido. Su versión chilena es algo distinto, por lo que solo comparten el nombre y un remoto pasado.

Arrope El arrope es la reducción del mosto de uva mediante cocción quedando como un jarabe a los que algunos denominan como "miel de uva". Es una reducción de mosto de uva País, donde se caramelizan los azucares y evapora el agua, resultando un jarabe dulce y denso, de color café oscuro

Vinos Asoleados: El vino asoleado se elabora a partir de uvas parcialmente deshidratadas al sol. Una vez maduros, los racimos son cortados y expuestos sobre las mismas parras, dos o tres semanas a la luz solar. Como resultado, el racimo se deshidrata y se produce mayor concentración relativa de azúcar en la uva. Cada cuatro o cinco días de asoleo, se incrementa 1° de azúcar y se disminuye 10% el volumen de uva. Finalizado el proceso, se realiza la pisada de la uva y la fermentación, en la que la mayor presencia de azúcar genera un vino con alto grado alcohólico. Se obtiene así un vino licoroso. Respecto del vino común, el asoleado tiene mayores costos de producción y precios más altos (Gay, 1855; Rojas, 1891 y 1950).

12.2 Valor patrimonial

Describa por qué el o los productos identificados anteriormente, tienen valor patrimonial. Para esto, considere la definición de FIA sobre patrimonio agrario, agroalimentario y forestal[1].

Adjuntar en el Anexo 7, la literatura citada que respalde los antecedentes entregados.

(Máximo 1.000 caracteres)

Pipeño, Chacolí y Chicha del productor Francisco Núñez de Lo Miranda: En la pequeña viña de este productor, ubicada en la Rinconada de Lo Miranda, se encuentra la primera casa construida en la localidad de Lo Miranda, por lo que cuenta con un valor patrimonial histórico. Esta casa perteneció al fundador de esta localidad llamado Pedro de Miranda y Ruedas, quien hace más de 400 años, más precisamente en el año 1577, llegó encomendado por Pedro de Valdivia. La viña y la casa están a orillas de cerro, debido a que antiguamente Lo Miranda era un territorio por donde existían una gran cantidad de ríos y cauces de agua, por lo que era el sector más seguro de habitar. Posteriormente Don Pedro de Miranda se casó con la hija del Cacique Copequén, la Sra. Huicelda, estando él casado en España. Tanto ella como sus hijos fueron encargados por la esposa española cuando visitó luego de muchos años Chile y se enteró que se había vuelto a casar. Dos oficiales de Santiago fueron enviados por la esposa española, dando muerte a Huicelda y sus hijos mestizos.

Pipeño, Chicha, Chacolí y vino asoleado del productor José Manuel Jiménez de La Gonzalina: Vinos que cuentan con un valor patrimonial asociado a un prestigio vinculado a herencia familiar de la producción de este vino en la localidad de La Gonzalina. Es un vino de tercera generación, los tres dueños y administradores familiares han preservado por tradición el nombre de Manuel, Siendo el abuelo, padre y actual nieto administrador llamados Manuel, es decir, el actual pequeño productor es el Sr. Manuel Jiménez de tercera generación.

Arrope de Lo Miranda de la Señora Nadia Aranda: Su madre y su abuela producían arrope de uva tinta, ahora la nieta desea poner en valor esta tradición familiar.

[1] Productos que tienen una significación social y simbólica, y que son parte de la historia y del desarrollo particular de una comunidad asociada a un territorio.

12.3 Vinculación con la pequeña agricultura

Describa claramente cómo el o los productos a ser valorizados en la propuesta, se vinculan con la pequeña agricultura.

(Máximo 1.000 caracteres)

Los tres pequeños productores de vinos patrimoniales y arrope, no cuentan con superficies de viñas superiores a las 1,8 ha.

Por lo tanto, los viñedos de los pequeños viñateros podemos decir que poseen superficies plantadas pequeñas. Si se toma toda la muestra, la superficie plantada es de 3 ± 4 hectáreas, pero si se excluyen seis productores que tienen más de 7 hectáreas (el rango superior del intervalo de confianza), entonces la superficie es de solo 1,5 ± 2,1 hectáreas. Además dentro de las cepas comunes la País es la más frecuente. Le siguen cepas criollas que representan un 59% de los casos. Las cepas francesas representan un 41%, una proporción considerable que cabe destacar. Las edades de las cepas criollas son bastante antiguas, con edad de plantación de 61 ± 28 años. Las variedades importadas, por su parte, tienen menos edad: 32 ± 30 años. Las variedades criollas corresponden mejor a la base de vinos tradicionales o ancestrales. El sistema de riego más usado es "por inundación", y el segundo lugar lo ocupan las viñas de rulo. Se observa también la existencia del riego tecnificado, por goteo. Dentro de los sistemas de conducción, el más frecuente es la espaldera, y en segundo lugar, el parrón. Hay pocos casos de viñas conducidas "en cabeza".

Productos elaborados por los pequeños productores vitivinícolas En primer lugar la producción se divide de la siguiente manera: Un 44% son productores de chicha, un 32% lo son de vinos naturales (también llamados caseros o campesinos) y vino generoso y un 15% de chacolí. El pipeño aparece en cuarto lugar con apenas un 7% de los casos. Sumados todos los vinos que produce cada productor, el promedio por productor es de 2.858 litros anuales, con 22 productores (55% de la muestra) con producciones menores que 1.500 litros anuales. Solo cinco productores (12,5% de la muestra) declararon producir más de 7.500 litros.

12.4 Vinculación con el territorio

Describa claramente cómo el o los productos a ser valorizados en la propuesta, se vinculan con el territorio.

(Máximo 1.000 caracteres)

Pipeño, Chacolí y Chicha del productor Francisco Núñez de Lo Miranda: La pequeña viña de este productor, ubicada en la Rinconada de Lo Miranda, se encuentra la primera casa construida en la localidad de Lo Miranda, por lo que cuenta con un valor patrimonial histórico. La viña y la casa están a orillas de cerro, debido a que antiguamente Lo Miranda era un territorio por donde existían una gran cantidad de ríos y cauces de agua, por lo que era el sector más seguro de habitar.

Pipeño, Chicha, Chacolí y vino asoleado del productor José Manuel Jiménez de La Gonzalina: Vinos que cuentan con un valor patrimonial asociado a un prestigio vinculado a herencia familiar de la producción de este vino en la localidad de La Gonzalina. Es un vino de tercera generación, los tres dueños y administradores familiares han preservado por tradición el nombre de Manuel, Siendo el abuelo, padre y actual nieto administrador llamados Manuel, es decir, el actual pequeño productor es el Sr. Manuel Jiménez de tercera generación.

Arrope de Lo Miranda de la Señora Nadia Aranda: Su madre y su abuela producían arrope de uva tinta, ahora la nieta desea poner en valor esta tradición familiar.

12.5 Orientación de mercado

Identifique el mercado objetivo y/o potencial del producto patrimonial a agregar valor.
Se debe considerar la demanda y oferta actual y/o potencial.

(Máximo 1.000 caracteres)

El mercado objetivo será inicialmente un mercado Gourmet, de manera de vender productos diferenciados, con un "relato patrimonial tras el producto", que destaque su identidad campesina, origen, historia tradiciones, calidad e inocuidad, en lugar de sólo vender un embotellado en embases plasticos de bebidas desechables, como se hace hoy, sin diferenciación ni destacar los atributos de valor de cada producto.

El hecho de vender productos bajo el concepto de rescate, exclusividad y atributos de valor diferenciados, en un inicio, permitirá producir balos volúmenes de vinos y arrope, pero a mejores precios que otros productos similares sin diferenciación. Esto se espera genere un negocio diferenciador para arrope y vinos patrimoniales de estos territorios. Los productores seleccionados llevan décadas produciendo vinos patrimoniales, alcanzando altos niveles de calidad y acumulando una amplia experiencia práctica a través de los años, lo que facilitaría también responder a las exigencia de mercados exigentes de los mercados gourmet.

En la búsqueda de productos diferenciados por patrimonio, historia, calidad, tradición, territorialidad y reputación, se han identificado algunos potenciales clientes gourmet, entre los que se encuentran los siguientes establecimientos:

Hoteles y Restaurantes Vinculados a productos con identidad territorial y tradiciones:

1. Hotel Boutique Vendimia Premium
2. Hotel Casa de Campo.
3. Restaurant Chivo con Bigote
4. Hotel Terravina.
5. Hotel Boutique Tierra y Vino.
6. La Sara Hotel Boutique
7. Restaurant Marina Golf Rapel
8. Viña la Playa Winery & Hotel.
9. Boutique Entre Ríos.
10. Hotel Viña Vik
11. Hotel Vendimia.

13. PROPUESTA DE AGREGACIÓN DE VALOR

Describa la propuesta de agregación de valor al producto patrimonial que se pretende realizar.

(Máximo 2.000 caracteres)

Pipeño, Chacolí y Chicha del productor Francisco Núñez de Lo Miranda: En la pequeña viña de este productor, se encuentra la primera casa vivienda construida en la localidad de Lo Miranda, por lo que cuenta con un valor patrimonial histórico único. El lugar cuenta una historia también única del fundador y primer poblador de la localidad de Lo Miranda, quien se casó con la hija del Cacique Copequén, tuvo hijos y un trágico desenlace, que será rescatado por historiadores, como parte de una de las actividades del proyecto. Esta historia será parte del valor agregado que se dará a los vinos de este productor. Por lo tanto, la propuesta de agregación de valor se asocia a ATRIBUTOS DE VALOR HISTÓRICO CULTURAL, como Contexto cultural vitivinícola basado en bienes inmateriales, a través del reconocimiento por parte de los productores, de aquellos elementos considerados como bienes culturales inmateriales, tales como poemas, cánticos, elegías, canciones, literatura,

oratoria, mitos y leyendas. Además se asocia a un reconocimiento simbólico por parte de los productores, por factores tras el producto vitícola, tales como su naturaleza metafísica, religiosa, sacramental, supra natural de alto contenido significativo para el productor y para la comunidad, que impacta en las instancias, formas y épocas de consumo, y que resultan ser un elemento plenamente diferenciador. Además se destacan su Sistema de Producción de Uva no Convencional, ya que el sistema de producción de uva posee elementos diferenciadores como la producción orgánica y la producción carente de manejos o silvestre.

Pipeño, Chicha, Chacolí y vino asoleado del productor José Manuel Jiménez de La Gonzalina: Estos vinos cuentan con un valor patrimonial asociado a un prestigio vinculado a herencia familiar de la producción de este vino en la localidad de La Gonzalina. Por lo tanto la propuesta de valor agregado se le atribuye a ATRIBUTOS DE VALOR HISTÓRICO CULTURAL, como una Herencia vitivinícola, debido al reconocimiento por parte de los productores de un vino, como un legado heredado, ya sea por una vía familiar. Los vinos de Don José Manuel son de tercera generación, preservando la tradición y prestigio de sus antecesores.

Arrope de Lo Miranda de la Señora Nadia Aranda: Su madre y su abuela producían arrope de uva tinta, ahora la nieta desea poner en valor esta tradición familiar. Por lo tanto, al igual que en caso de la familia Jiménez, este arrope cuenta con un valor patrimonial asociado a un prestigio vinculado a herencia familiar de Lo Miranda. Por lo tanto la propuesta de valor agregado se le atribuye a ATRIBUTOS DE VALOR HISTÓRICO CULTURAL, como una Herencia vitivinícola, debido al reconocimiento por parte de los productores de un producto vitícola, como un legado heredado por una vía familiar.

Los tres productores también serán asociados a ATRIBUTOS DE VALOR VITÍCOLA como Viñedo Antiguo, pues los tres viñedos tienen una edad mayor a 50 años, por lo que son capaces de entregar un elemento diferenciador al vino

14. PROPIEDAD INTELECTUAL

14.1. Protección de los resultados

a. Indique si el la propuesta aborda la protección del producto patrimonial puesto en valor. (Marque con una X)

SI	**X**	**NO**	

b. Si su respuesta anterior fue Si, indique cuál o cuáles de los siguientes mecanismos tiene previsto utilizar para la protección. (Marque con una X)

Indicación geográfica (IG)	
Denominación de origen (DO)	
Marca colectiva	X
Marca de certificación	
Otra *(Especifique)*	

c. Justifique el o los mecanismos de protección seleccionados:

(Máximo 1.000 caracteres)

Se optó por proteger los productos de los productores a través de una Marca Colectiva, que diferencie el origen de los productos por su estandarización de procesos y productos de calidad, y por su origen como

producto con diferenciación en aspectos patrimoniales. El nombre propuesto, que será validado durante el proyecto, será nombre propio del producto (chicha, Pipeño, chacolí, arrope, etc.), más "Producto Patrimonial del Valle Cachapoal" o "Patrimonio del Cachapoal", o similar.

Por definición la marca colectiva (MC) se ajusta muy bien a lo requerido, ya que las MC son signos distintivos susceptibles de representación gráfica que pueden servir para distinguir la procedencia, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y/o servicios producidos y/o prestados por los miembros de una agrupación. Las marcas colectivas permiten diferenciar en el mercado estos productos y servicios de aquellos producidos o prestados por terceros y que no forman parte de dicha asociación o grupo.

14.2. Conocimiento, experiencia y "acuerdo marco" para la protección y gestión de resultados.

a. Indique si la entidad postulante y/o asociados cuentan con conocimientos y experiencia en protección a través de derechos de propiedad intelectual. (Marque con una X)

SI		**NO**	**X**

b. Si su respuesta anterior fue Si, detalle conocimiento y experiencia.

(Máximo 1.000 caracteres)

Se contratará un asesor externo.

c. Indique si la entidad postulante y sus asociados han definido un "acuerdo marco preliminar" sobre la titularidad de los resultados protegibles por derechos de propiedad intelectual y la explotación comercial de estos. (Marque con una X)

SI		**NO**	**X**

d. Si su respuesta anterior fue Si, detalle sobre titularidad de los resultados y la explotación comercial de éstos.

(Máximo 1.000 caracteres)

Está contemplado como una actividad del proyecto.

15. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

A continuación indique cuál es el objetivo general y los objetivos específicos de la propuesta.

15.1. Objetivo general[2]

Poner en valor productos vitícolas de las Localidades de Lo Miranda y La Gonzalina, a través del rescate de patrimonio histórico-cultural, familiar y de valor vitícola, presente entre las familias y territorios donde se producen, implementando mejoras en la estandarización, calidad y comercialización de los productos, difundiendo y transfiriendo sus resultados para la futura incorporación de nuevos productores en el proyecto.

15.2. Objetivos específicos[3]

Se debe considerar como base los objetivos específicos establecidos en las Bases de la Convocatoria.

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Estandarizar el proceso de elaboración de Chichas, Pipeños, Chacolís, Asoleados y Arropes de los pequeños productores seleccionados, para obtener productos estables y de calidad.
2	Establecer un modelo de negocio que permita comercializar los productos vitícolas en mercados más exigentes y rentables, destacando sus atributos de tradiciones, familiares e históricos como propuesta de valor.
3	Difundir y transferir los resultados del proyecto entre organizaciones y otros pequeños productores, de manera de hacer un escalamiento futuro del proyecto, con nuevos pequeños productores interesados.

16. MÉTODOS

Indique y describa detalladamente **cómo** logrará el cumplimiento de los objetivos plateados en la propuesta. Considerar cada uno de los procedimientos que se van a utilizar, como análisis, ensayos, técnicas, tecnologías, etc.

Método objetivo 1. Estandarizar el proceso de elaboración de Chichas, Pipeños, Chacolís, Asoleados y Arropes de los pequeño(a)s productores seleccionados, para obtener productos estables, inocuos y de calidad.

Se propone la estandarización de los productos elaborados por los pequeños productores vitivinícolas asociados al proyecto, que incluye chicha, chacolí, pipeño y vino asoleado para el caso de dos productores y arrope de uva tinta para una productora, se espera estandarizar los procesos y productos productivos, de tal manera de garantizar calidad a los clientes, particularmente restaurantes y hoteles donde se ofrezca o valore la comida gourmet y tradicional chilena.

[2] El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con la propuesta. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

[3] Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general de la propuesta. Cada objetivo específico debe conducir a un resultado. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

Las procesos productivo a estandarizar serán:

1. **Cosecha**: Se velará por definir los mejores índices de cosecha para cada producto, preferentemente los más utilizados, obteniendo datos ideales de cosecha como el dulzor de la uva, refractómetro para alcanzar los grados Brix de cosecha, el método densimétrico y/o el de graduación Baumé.

2. **Molienda**: Según el estudio realizado por la Universidad de Talca, sobre Alternativas de Vinificación Para La Pequeña Vitivinicultura de la región de O'Higgins, la mayoría de los productores no poseen lagar, lo que los obliga a despalillar y estrujar casi al mismo tiempo que se cosecha, ya que no tienen posibilidad de dejar la uva molida en ningún sitio esperando a ser despalillada. Al ser pequeñas superficies esta tarea es posible. Por lo tanto, los aspectos a evaluar para la estandarización de procesos serán la despalilla con zaranda mecánica y manual, y prensado.

3. **Encubado**: Se estandarizarán procesos como encubado en barricas/barriles de roble, las cubas de álamo y fudres de roble, así como también los estanques alternativos como los bidones plásticos, garrafas y chuicas de 15 litros, que se usan tanto para trasiegos como envases del producto terminado.

4. **Fermentación**: Se estandarizarán procesos como uso de levaduras de vinificación, uso de equipos de frío de existir.

5. **Embotellado**: Del total de los asociados, ninguno vende el vino o arrope embotellado. Todos comercializan sus productos de manera directa, donde el cliente trae el envase donde retira el vino, siendo estos principalmente botellas de plástico desechables. Esta caracterización muestra un desarrollo tecnológico precario, que condiciona los procesos enológicos de estos productores, por lo que establecerá una sala de embotellado y etiquetado como actividad del proyecto, que permita comercializar los productos patrimoniales de manera asociativa, estandarizada y bajo una marca colectiva que agrupará a los productores.

6. **Producción de Arrope**: También se estandarizará su producción, respetando principios básicos de su producción los que consisten en el desgrane la uva, limpieza, agregado de azúcar y maceración durante una noche en la misma olla en que se preparará el arrope. Al día siguiente se pone a hervir a fuego lento hasta que el azúcar tome un color café intenso. Así se consigue a grandes rasgos este almíbar con consistencia de una miel, según lo recopilado por la asociada del proyecto.

Método objetivo 2. Establecer un modelo de negocio que permita comercializar los productos vitícolas en mercados más exigentes y rentables, destacando sus atributos de tradiciones, familiares e históricos como propuesta de valor.

Este objetivo consiste en una primera etapa, de proveer a los asociados de los componentes y equipos necesarios para la obtención de productos patrimoniales, valorizados, inocuos y de calidad. Para ello se contempla implementar a los asociados de distintas equipos y capacitaciones, que permitan a los productores incrementar la calidad y destacar los atributos de sus productos. Se contempla la implementación de los siguientes componentes para generar una oferta de productos valorizados, diferenciados y de calidad:

1. Implementación de sistema de o mecanismos de embotellado:

- En el embotellado de vino el material de uso más difundido es el vidrio, habiéndose abandonado actualmente los materiales cerámicos que se utilizaron en la antigüedad, los que serán considerados para los productos vitícolas patrimoniales de más duración. Otros materiales como el plástico o los

multicapa como bag in box o envases tipo brik se destinan fundamentalmente al envasado de productos procedentes de calidades inferiores.

- Para el cierre de las botellas se emplean diferentes sistemas de taponado, desde el tapón de plástico para productos de baja calidad, tapa rosca, siendo el corcho, con distintas calidades y mezclas, el material más ampliamente empleado.
- El vidrio coloreado del envase se emplea tanto por motivos estéticos como para proteger el producto de la luz. Se evaluará el reciclaje de botellas de vino y también materiales cerámicos.
- Los volúmenes de botellas son variados, principalmente 0.1, 0.375, 0.5, 0.7, 0.75, 1, 1.5, 3 y 5 litros, aunque los tamaños más comerciales son 0.75 y 1 litro. Algunas bodegas comercializan sus grandes vinos en botellas de 1.5 litros.

Los componentes de una línea de embotellado son:

- Lavadora de botellas
- llenadora
- taponadora o encorchadora
- capsuladora y
- etiquetadora

Las anteriores partes de la línea de embotellado pueden ser más o menos independientes, o estar integradas en una única máquina compacta o "monobloc"

2. Implementación de sistema o mecanismo de Lavado y enjuagado de botellas:

El lavado de las botellas puede ser realizado para botellas nuevas, las cuales teóricamente estarán limpias excepto por partículas de polvo, o para botellas reutilizadas, las cuales precisarán de un lavado más enérgico para eliminar restos de producto, etiquetas, colas, etc. El lavado de las botellas nuevas se reduce normalmente a un enjuague con un volumen mínimo de agua, pudiendo procederse a continuación a un secado con aire, inyección de gas inerte o simplemente a un escurrido en la línea de embotellado. Una línea básica de botellas reutilizadas realiza normalmente varios lavados alternos de agua fría y caliente, combinada con productos de limpieza (sosa, detergentes, sulfuroso, etc.), mediante boquillas a presión y sistemas de cepillado en el interior de un túnel. Este tipo de proceso será evaluado por su mayor costo y alto gasto de agua.

3. Implementación de sistema de llenado:

En el llenado se dosifica el vino con un volumen exacto, de forma que quede el espacio vacío necesario para alojar el tapón más una cámara de aire que permita cierta dilatación. Resulta de gran importancia el cuidado de la higiene en el embotellado, ya que influirá en la conservación posterior del producto. Actualmente existen en el mercado muchos tipos diferentes de llenadoras, fabricadas para los distintos formatos de envases y con una amplia gama de rendimientos. Debido al elevado precio de las embotelladoras, resulta muy importante a la hora de seleccionar el equipo evaluar la capacidad de embotellado y su versatilidad. En general se pueden distinguir tres sistemas de llenado, Por gravedad o caída libre, Isobarométricas y a vacío o sobrepresión.

4. Implementación de sistema de Taponado

El taponado consiste en la introducción del tapón en el cuello de la botella, de manera que quede cerrado de forma hermética, dejando una cámara de aire entre la superficie de líquido y la del tapón que permita cubrir

las dilataciones del primero. Se debe asegurar la hermeticidad del cierre evitando pérdidas de líquido. En el vino, el taponado se realiza con corcho, sobre todo si el producto es de calidad. La normalización del gollete de las botellas ha permitido homogeneizar diámetros de tapón y cápsulas, facilitando la automatización del proceso de cierre. El taponado debe asegurar hermeticidad respecto a líquidos y gases a la vez que permitir una fácil apertura para su consumo.

En el cierre de las botellas con tapón de corcho se dan dos fases: - La compresión del tapón y La penetración del tapón.

5. Implementación de sistema de Capsulado o Sobretaponado

En el capsulado se dispone un elemento denominado cápsula que cubre el tapón y el gollete de la botella, con el fin de asegurar la limpieza de estos y garantizar el contenido del recipiente contra llenados fraudulentos. También proporcionan una zona de personalización del embotellado. La cápsula debe quedar lisa y ajustada a la botella.

6. Implementación de sistema de etiquetado:

Este es un aspecto altamente relevante para la diferenciación de los productos. Se contará con el apoyo de diseñadores, expertos vitícolas e historiadores para obtener una etiqueta que destaque al producto con atributos de patrimonio, historia, tradiciones familiares, culturales, formas de producción entre otros. El etiquetado es la disposición de las etiquetas sobre la botella. Se debe realizar justo antes de la salida al mercado para evitar su deterioro. En la botella se pueden colocar principalmente tres tipos de etiquetas: etiqueta frontal, contra etiqueta y etiqueta collarín. Las etiquetas pueden ser autoadhesivas o encoladas.

Adicionalmente, se hará una labor de acompañamiento en la generación de cadenas cortas de comercialización, para colocar los productos en mercados más rentables, entre ellos, los restaurantes y hoteles mencionados anteriormente. Se contratará la asesoría de chefs y mixólogos, que preparen y desarrollen preparaciones de tragos, cocteles, platos, postres y otras preparaciones culinarias, que permitan también incorporar los productos patrimoniales como complemento de otros productos. Esto permitirá una mejor penetración en mercados más exigentes y rentables.

Se espera incorporar durante y ex post proyecto, a nuevos productores en la marca colectiva que será generada, esta invitación se contempla hacer durante las actividades de visibilidad del proyecto.

Método objetivo 3. Difundir y transferir los resultados del proyecto entre organizaciones y otros pequeños productores, de manera de hacer un escalamiento futuro del proyecto, con nuevos pequeños productores interesados.

- En materia de transferencia tecnológica, se desarrollará un programa de capacitaciones permanentes durante el proyecto, dirigida al grupo objetivo de viticultores asociados y externos.
- El contenido de la transferencia tecnológica abarcará aquellas temáticas necesarias para obtener productos de calidad, inocuos y diferenciados, así como las ventajas prácticas y comerciales para ellos de contar con estandarizados en estas materias.
- Se desarrollará una ficha técnica para los productores, con las mejores prácticas para la producción de los productos patrimoniales seleccionados, que permita su distribución para facilitar la transferencia tecnológica entre los pequeños viticultores.

- En materia de difusión se buscará la participación en ferias costumbristas, exposiciones y otras eventos que permitan la visibilidad y promoción del proyecto y sus beneficiarios.
- Se realizará un video de pocos minutos, relatando las bondades de calidad y tradición patrimonial de los productos vitícolas patrimoniales, el que podrá ser visualizado desde celulares a través de códigos QR.
- Se contratará la asesoría de chefs y mixólogos, que preparen y desarrollen preparaciones de tragos, cocteles, platos, postres, desayunos y otras preparaciones culinarias, que permitan también incorporar los productos patrimoniales como complemento de otros productos. Esto permitirá una mejor penetración en mercados más exigentes y rentables.
- Se realizará un seminario de cierre con los alcances y resultados finales del proyecto.
- Se realizarán días de campo con demostraciones para los productores.
- Se realizarán publicaciones en distintos medios de prensas regionales y nacionales.
- Se desarrollará una página web dedicada al proyecto, que se linkiará desde códigos QR presente en envases de los productos.

17. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Se debe considerar como base los resultados esperados establecidos en las Bases de la Convocatoria

Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado[4] (RE)	Indicador[5]	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)	Fecha de alcance de la meta (mm/aaaa)
1	1	Procesos productivos identificados en los asociados	Identificación de procesos productivos para cada etapa productiva	Procesos productivos preidentificados	Al menos 7 procesos productivos identificados y validados	Marzo 2018
1	2	Procesos productivos estandarizados para productos vitícolas patrimoniales	Estandarización de procesos productivos	Procesos productivos sin estandarización	7 procesos productivos de productos vitivinícolas estandarizados	Agosto 2019
2	3	Equipos complementarios adquiridos para producir productos vitivinícolas de calidad, inocuos y diferenciados como productos patrimoniales	Equipos complementarios	Asociados sin equipos para cadena productiva de embotellado hasta etiquetado	3 Asociados y con equipos complementarios para la producción de calidad de productos patrimoniales	Octubre 2018

[4] C8onsider8ar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta.

[5] Est9ablecer cómo se medirá el resultado esperado.

2	4	Modelo de negocio desarrollado	Modelo de Negocio validado	Sin Modelo de negocio Canvas	3 Modelos de Negocios para cada uno de los asociados	Septiembre 2019
2	5	Incremento en los precios de ventas por producto diferenciado	Precios de venta de los distintos productos patrimoniales	X	20% de X en promedio para cada producto, o menos	Diciembre 2019
3	6	Días de campo desarrollados	Días de campo	0	4	Noviembre 2019
3	7	Capacitaciones a asociados en materias de estandarización desarrolladas	Capacitaciones en estandarización	0	Al menos 7 a cada uno, total 21	Diciembre 2019
3	9	Diseño y desarrollo de etiquetas, logos, sitios web, videos, pendón, recetas y nuevas preparaciones	Actividades de promoción y difusión	0	Al menos 10	Diciembre 2019
3	10	Coberturas de prensa del proyecto realizadas	Coberturas de prensa	0	Al menos 2	Diciembre 2019
3	11	Participación en eventos expositivos realizada	Participación de asociados en ferias expositivas	0	Al menos 1	Diciembre 2019
3	12	Seminario de cierre desarrollado	Seminario de cierre	Resultados del proyecto ex antes = 0	Exposición de 10 resultados del proyecto de valorización de productos vitícolas patrimoniales	Diciembre 2019

18. HITOS CRÍTICOS DE LA PROPUESTA		
Hitos críticos[6]	**Resultado Esperado[7] (RE)**	**Fecha de cumplimiento (mm/aaaa)**
Procesos productivos estandarizados para productos vitícolas patrimoniales de los 3 asociados al proyecto	2	Agosto 2019
Equipos complementarios adquiridos para producir productos vitivinícolas de calidad, inocuos y diferenciados como productos patrimoniales	3	Octubre 2018
Modelo de negocio Canvas desarrollado para cada uno de los tres asociados	4	Septiembre 2019
Incremento en los precios de ventas por producto diferenciado en un 20% máximo	5	Diciembre 2019

[6] Un hito representa haber conseguido un logro importante en la propuesta, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

[7] Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

19. CARTA GANTT

Indique las actividades que deben realizarse para el desarrollo de los métodos descritos anteriormente y su secuencia cronológica.

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2018												Año 2019											
			Trimestre												Trimestre											
			1°			2°			3°			4°			1°			2°			3°			4°		
1	1	Identificación y validación de los Procesos productivos de los asociados																								
1	2	Estandarización de los Procesos productivos para productos vitícolas patrimoniales: Cosecha – Molienda – Encubado – Fermentación – Embotellado - Producción de Arrope																								
2	3	Adquisición de los Equipos complementarios para producir productos vitivinícolas de calidad, inocuos y diferenciados como productos patrimoniales: embotellado, lavado, llenado, tapado, Capsulado, etiquetado																								
2	4	Desarrollar los Modelos de negocio canvas para cada uno de los 3 asociados y marca colectiva																								
2	4	Recopilar y desarrollar de antecedentes patrimoniales tras los productos, realizada por historiador																								
2	5	Incrementar los precios de ventas por producto diferenciado, para los 3 asociados																								
3	6	Desarrollar de Días de campo																								
3	7	Capacitacitar a asociados en materias de estandarización desarrolladas																								
3	9	Diseñar y desarrollar de etiquetas, logos, sitios web, videos, pendón, recetas y nuevas preparaciones																								
3	10	Generar Coberturas de prensa del proyecto																								
3	11	Organizar y participar en eventos expositivos realizada																								
3	12	Oganizar y desarrollar Seminario de cierre																								

20. ORGANIZACIÓN Y EQUIPO TECNICO DE LA PROPUESTA

Organización de la propuesta
Describa el rol del ejecutor, asociados (si corresponde) y servicios de terceros (si corresponde) en la propuesta.

	Rol en la propuesta
Ejecutor AgroBees	Coordinar y ejecutar las acciones junto al equipo técnico. Hacer el seguimiento y control del avance del proyecto. Asegurar el cumplimiento de metas y objetivos finales.
Asociado 1 JM Jiménez	Aportar con infraestructura y material vitivinícola patrimonial de producción, para el desarrollo de las actividades del proyecto. Se beneficiará con la puesta en valor de su producción, que hoy vente precariamente
Asociado 2 Fco. Núñez	Ídem al anterior. Aportar con infraestructura y material vitivinícola patrimonial de producción, para el desarrollo de las actividades del proyecto. Se beneficiará con la puesta en valor de su producción, que hoy vente precariamente
Asociado 3 Nadia Aranda	Ídem al anterior. Aportar con infraestructura y material vitivinícola patrimonial de producción, para el desarrollo de las actividades del proyecto. Se beneficiará con la puesta en valor de su producción, que hoy vente precariamente.
Servicios de terceros	Se contarán con los servicios de terceros para efectos de acciones puntuales del proyecto, como asesora en marca colectiva, diseño gráfico, desarrollo de material de promoción y difusión, chef para un recetario, mixólogo para el desarrollo de nuevos tragos en base a los productos patrimoniales, un historiador que destaque y rescate un relato histórico patrimonial tras cada producto, entre otros.

20.2. Equipo técnico

Identificar y describir las funciones de los integrantes del equipo técnico de la propuesta. Además, se debe adjuntar:

- Carta de compromiso del coordinador y cada integrante del equipo técnico (Anexo 3)
- Curriculum vitae (CV) de los integrantes del equipo técnico (Anexo 4)
- Ficha identificación coordinador y equipo técnico (Anexo 5)

La columna 1 (N° de cargo), debe completarse de acuerdo al siguiente cuadro*:*

1	Coordinador principal	4	Profesionales o técnico de apoyo
2	Coordinador alterno	5	Otro
3	Equipo Técnico		

Nº Cargo	Nombre persona	Formación/ Profesión	Descripción de la función	Horas de dedicación totales	Entidad en la cual se desempeña	Incremental[8] (si/no)
1	Francisco Martínez	Ing. Agrónomo	Coordinador principal, velará por el cumplimiento de las actividades encomendadas a cada profesional y servicio externo	80	Agrícola Agrobees	No
2	Por definir	Ingeniero Agrónomo con tirulo de Master o Dr.	Coordinador Alterno, persona con experiencia en la ejecución técnica, administrativa, así como seguimiento y control de proyectos FIA. hará un acompañamiento al Coordinador	50	Independiente	N0
3	Cristian Azocar	Ingeniero Agrónomo de la PUC, con mención en Viticultura y Enología	Apoyará las etapas de estandarización e implementación de equipos necesarios para asegurar calidad inocuidad y poner en valor los productos patrimoniale	50	Dimerco Comercial Ltda., Enólogo, Cuenta con libertad de tiempo para las actividades contempladas en el proyecto	Si

[8] Profesionales que no son de planta, pero participarán en el proyecto, es decir serán contratados específicamente para la iniciativa.

			s de los asociados beneficiarios.			
4	**Antonia Droguett**	**Contadora Auditora**	**Apoyo en la gestión administrativa del proyecto, en la subida de gastos al SDGL y rendiciones, así como cartas y atención de supervisiones financieras**	**18**	**Independiente**	**Si**
4	**Por definir**	**Técnico en viticultura**	**Apoyará la materialización permanente de las observaciones y estandarizaciones realizadas por el enólogo, en toda la cadena productiva**	**180**	**Independiente**	**Si**

21. POTENCIAL IMPACTO

A continuación identifique claramente los potenciales impactos que estén directamente relacionados con la realización de la propuesta y el alcance de sus resultados esperados.

22.1. Desarrollo económico de la pequeña agricultura:

¿Cómo contribuye la propuesta al desarrollo económico de la pequeña agricultura y al fortalecimiento de la identidad territorial?

(Ej: Aumento en el ingreso bruto promedio de ventas del producto, aumento en el rendimiento de la producción, etc.)

(Máximo 1.000 caracteres)

Los asociados se verán beneficiados por concepto de un aumento en el ingreso bruto promedio de ventas de los productos que actualmente venden de manera precaria, donde la forma de compra-venta es a través de la visita de compradores a la propia bodega, donde con envases plásticos compran por volumen y pagan de acuerdo a la cantidad que llevan, forma de compra que llaman “menudeo”. Para el caso del arrope, la productora sólo

produce para ellos, familiares y sólo vende a conocidos cercanos, por lo que la puesta en valor se espera que impacte altamente en sus ingresos. Se espera que el precio de venta se incremente en alrededor un 20% en los productos comercializados, sin descartar que este valor pueda ser muy superior.

En términos de calidad, se realizará una estandarización de los procesos productivos de cada producto, por lo tanto, los beneficiarios estarán en condiciones de ofrecer un producto de mayor calidad, inocuo y con una puesta en valor como producto patrimonial. Se espera que también exista un aumento en el rendimiento de la producción, debido a las asesorías es aspectos de cosecha y evitar pérdidas por mejores manejos que serán introducidos con la transferencia tecnológica contemplada en el proyecto.

22.2. Desarrollo social de la pequeña agricultura:

¿Cómo contribuye la propuesta al desarrollo social de la pequeña agricultura y al fortalecimiento de la identidad territorial?
(Ej. Aumento en el número promedio de trabajadores en la organización, aumento en el salario promedio del trabajo en la organización, aumento en el nivel de educación superior promedio de los empleados en la organización, etc.)

(Máximo 1.000 caracteres)

Ex post, se espera generar un aumento en el número de trabajadores de los pequeños productores, debido a la incorporación de procesos como embotellado y etiquetado, aunque se trata de trabajos temporales y no indefinidos, por motivos de la estacionalidad de la producción.

Se espera además un aumento en el nivel de educación de los empleados y otros productores de la zona, ya que el proyecto contempla actividades de capacitación, transferencia tecnológica, días de campo, seminarios, promoción y difusión

ANEXO 4. CURRÍCULUM VITAE (CV) DEL COORDINADOR Y DE CADA INTEGRANTE DEL EQUIPO TÉCNICO
Se debe presentar un currículum breve, de **máximo de 3 hojas**, de cada profesional integrante del equipo técnico que no cumpla una función de apoyo. La información contenida en cada currículum, deberá poner énfasis en los temas relacionados a la propuesta y/o a las responsabilidades que tendrá en la ejecución del mismo. De preferencia el CV deberá rescatar la experiencia profesional de los últimos 5 años.

JUAN FRANCISCO MARTÍNEZ CAMUS

I. ANTECEDENTES PERSONALES

NOMBRE	: **JUAN FRANCISCO MARTÍNEZ CAMUS**
RUT	:
EDAD	: 46 años
NACIONALIDAD	: chilena
ESTADO CIVIL	: casado
PROFESIÓN	: Ingeniero Agrónomo

II. ANTECEDENTES ACADEMICOS

Educación universitaria	: - 1990-1994 Universidad Mayor -1995-2001 Universidad Santo Tomas
Tesis de grado	: Centro de Postcosecha (CEPOC) de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Chile (2002-2003)

III. ANTECEDENTES LABORALES

Año 1995- 2016	: Producción e investigación hortícola y apícola, asesorías técnicas, consultorías.
Año 2002	: Agrosuper participación elaboración del sistema de Aseguramiento de Calidad e inocuidad (HACCP) planta Rosario
Año 2003- 2015	: Asesorías técnicas: pimiento y tomate industrial, Producción de almácigos.
Año 2012- 2015	: Productor de hortalizas.

CRISTIÁN MARCELO AZÓCAR SALGADO

educacion

2002	**Examen de Enólogo aprobado**	Santiago, Chile
1996-2000	**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE** **FACULTAD DE AGRONOMÍA Y FORESTAL** *Ingeniero Agrónomo mención Enología y Viticultura*	Santiago, Chile
1994-1995	**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE** **FACULTAD DE BACHILLERATO EN CIENCIAS** *Bachiller en ciencias*	Santiago, Chile

EXPERIENCIA LABORAL

2005 a la fecha	**DIMERCO COMERCIAL LTDA.** *Enólogo* Gerente Enología. Tengo la responsabilidad de liderar el equipo Enológico, en lo que se refiera a la venta de prestigiosas marcas de insumos para el rubro. Siendo hoy en día una empresa reconocida por su servicio y calidad enológica a nivel nacional. Soy además responsable de llevar a cabo las negociaciones comerciales y negociaciones con proveedores extranjeros (Francia y Australia). Hacer el seguimiento técnico, asesorías y capacitación a los enólogos de nuestros productos en la mayoría de las viñas de Chile.	
2007 a la fecha	Viña y Cava Valle Secreto, proyecto de Vinos Premium en la Zona de Cachapoal; teniendo a cargo la Gerencia Técnica de vinos y el manejo de 50 hectáreas en las cuales las variedades son: Syrah, Cabernet Sauvignon, Merlot, Carmenere, Malbec, Petit Verdot, Cabernet Franc, Sauvignon Blanc y Viogner (www.vallesecreto.cl)	Pelequén, Chile
2007 a la fecha	Viña Fernando Riera ♣ Asesor Enológico y en Viticultura, teniendo a cargo la vinificación de 1 millón de litros y 100 hectáreas de las variedades Cabernet Sauvignon, Syrah, Carmenere, Chardonnay, Sauvignon Blanc.	Nancagua, Chile
2010 a la fecha	♣ Asesor Enológico en Pino Azul, en las variedades, Cabernet, Carmenere y Syrah,	Rengo, Chile
2011 a 2014	♣ Asesor de Viña Cantaluna Wines., proyecto de 25 mil cajas, cuyo precio promedio es USD 32 Fob la caja	San Fernando, Chile
Vendimia 2007 Sept-Octubre	Vendimia en Francia ♣ Chateau Jean Faux, Apelación Bordeaux superior. ♣ Chateau Darzac, Apelación Bordeaux superior. Las Variedades vinificadas fueron: Sauvignon Blanc, Sauvignon Gris, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc y Merlot.	Bordeaux, Francia

2003 - 2006	**AGRÍCOLA PORTOFINO, VIÑA CALIPTRA** *Enólogo* Responsable de la vendimia. Responsable de vinos terminados, estabilización, filtración, mezclas y embotellados. Responsable de guarda de vinos. Responsable del manejo de barricas (Demptos, Taransaud, Mistral, Vicard, Según Moreau, Saury). Responsable de la presentación de vinos a distribuidores y compradores. Responsable del manejo de los campos de Colchagua y del Alto Cachapoal; en las variedades Chardonnay, Sauvignon Blanc, Pinot Noir, Merlot, Cabernet Sauvignon y Syrah; total 80 há.	Rancagua, Chile
2002 -2005	**SOCIEDAD ANÓNIMA VIÑA SANTA RITA** *Enólogo* Preparación mezclas y tratamientos. Guarda de vino. Trasiegos y filtración de vinos terminados. Filtración por tierra, placas y membranas. Entrega de vino a producción.	Rancagua, Chile
2002-2003	**AGRÍCOLA ESMERALDA** Asesor vitícola de las variedades: Cabernet Sauvignon, Carmenere y Syrah; sumando en total 20 há.	Puangue, Chile
2001	**VIÑA MANQUEHUE** Enólogo asistente de vinificación.	Pirque, Chile
Agos. – Dic. 2000	**VIÑA STONESTREET** Vendimia de vinos tintos, blancos y manejo de barricas.	Healdsburg California, USA
Dic. 1999 – Abril 2000	**COOPERATIVA AGRÍCOLA PISCO ELQUI LIMITADA (CAPEL)** Agrónomo encargado de labores vitícolas	Vicuña, Chile
Feb. 1999 – Abril 1999	**VIÑA COUSIÑO MACUL** *Alumno en práctica de Enología* Vendimia	Santiago, Chile

Fortalezas y Metas profesionales

Fortalezas y Metas profesionales

Profesional organizado, responsable, con gran capacidad de trabajo en equipo, buen manejo de grupos de trabajo y preocupación por la calidad del trabajo.
Mis metas son realizar un trabajo profesional, acorde a los parámetros de la compañía, basados en la credibilidad y los objetivos propuestos.

informacion adicional

ANTONIA DEL CARMEN DROGUETT NUÑEZ

Estado civil: Casada

Nacionalidad: Chilena

FORMACIÓN EDUCACIONAL

- Enseñanza Básica y Media Competa.
- Quinto Técnico Liceo Comercial, Coquimbo.
- Titulada en 1986, como Contador General.

ANTECEDENTES LABORALES

- Contadora en Comercializadora Bakulic, La Serena 1986.
- Contadora en local comercial Sr. Mario Aguilera La Serena, 1987.
- Jefa Departamento de Contabilidad Oficina contable Chirino y Asociados Ltda. La Serena, 1987-1989 y 1990-1992-
- Jefa de Local Comercial Edmond Baraqui, Vallenar, 1989
- Jefa de Administración y finanzas Comercial Sermatec, La Serena 1993-1996.
- Oficina contable en forma independiente 1997-2002.
- Administradora General de empresa AYF Servicios 2003-2016.

ANEXO 5. FICHA IDENTIFICACIÓN COORDINADOR Y EQUIPO TÉCNICO.
Esta ficha debe ser llenada por el coordinador y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	JUAN MARTINEZ CAMUS
RUT	
Profesión	INGENIERO AGRONOMO
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Agrícola AgroBees
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	masculina
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	-------
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	Pequeño
Rubros a los que se dedica:	Agropecuario en general.

Nombre completo	Cristián Azocar Salgado
RUT	
Profesión	Ingeniero Agrónomo Mención Enología y Viticultura
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Dimerco Comercial Ltda., Enólogo
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	

Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	-----
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	-----
Rubros a los que se dedica:	Enología y Vitcultura

Nombre completo	Antonia Droguett Núñez
RUT	
Profesión	Contador Auditor
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Independiente
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	La Serena, Región de Coquimbo
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	femenino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	-----
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	-----
Rubros a los que se dedica:	-----

ANEXO 6. Carta de compromisos involucrados en la propuesta para establecer convenios generales de colaboración, si corresponde.

No aplica

ANEXO 7. LITERATURA CITADA

- Alternativas de Vinificación Para La Pequeña Vitivinicultura de la Región de O'Higgins, Informe Final de Proyecto, Universidad de Talca, MAYO 2017.
- Santiago Banco Central de Chile. (2014). Bcentral. http://www.bcentral.cl/acerca/funciones/05.htm
- Chile en el Exterior, Ministerio de Relaciones Exteriores. http://chileabroad.gov.cl/sobre-chile/asi-es-chile/organizacionpolitica/sistema-politico/
- Dodd, T. y Bigotte, V. (1997): "Perceptual differences among visitor groups to wineries", Journal of Travel Research, N. 3, pp. 46-51.
- El Movimiento turismo del Vino elige Mastroberardino. (2014). http://turismo-in.it/es/noticias-italia/el-movimiento-turismo-delvino-elige-mastroberardino/
- Gobierno de Chile, Mensaje Presidencial 21 de Mayo. (2014). pp. 16-17. http://www.21demayo.gob.cl/pdf/2014_discurso-21-mayo.pdf
- Hall, C. M. y Macionis, N. (1998): "Wine tourism in Australia and New Zealand". En Butler, R.;Hall, M. y Jenkins, J. (eds): Tourism and Recreation in Rural Areas, Wiley, Reino Unido.
- Hall, M., Sharples, L., Cambourne, B., Macionis, N. (eds) (2000): "Wine tourism around the world: Development, management and markets", Elsevier Science, Oxford, UK.
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2013). Turismo: Informes Anuales (2003-2013). SERNATUR. Instituto Nacional de Estadísticas. (2014). Turismo: Informe Anual.
- SERNATUR 76 Lacoste, P. (2005): "El vino y la nueva identidad de Chile". pp. 1-7 Los Orígenes del vino en Francia. (2012). https://www.vinetur.com/201210199953/los-origenes-del-vino-en-francia.html
- Map of the French Wine Regions. (2014). http://goeurope.about.com/od/france/l/bl-france-wine-regions.htm
- Moore, A. (2006): "El Consumo de Vino en Chile: Visión Histórica". pp. 1-6 Oliva, I. (2014). Análisis del Entorno Competitivo. Santiago: Curso de Dirección de Empresas Estratégicas.
- Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), 2014, de Economía y Negocios Online: http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=121781
- Porter, M. (1996). What is Strategy?. Harvard Business Review, 60-79 Ramis, A. (2010).
- Universidad de Alicante: "Turismo y Vino en el Mundo: El caso de Bodegas Enrique Mendoza". pp 13-15. http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15168/1/Turismo%20y%20vino%20en%20el%20mundo_Ramis.pdf
- El Mundo del Vino. "Chile: Valles Vitivinícolas y Denominaciones de Origen". (2014). http://www.elmundodelvino.cl/client/listado.php?sc=VALLES
- Oliva, I., Chanqueo, F., Carrasco, R. (2005). "Grupos Estratégicos en la Industria Vitivinícola Chilena". Revista Economía y Administración. Santiago.
- Pastor, L.E. (2006). "EL TURISMO DEL VINO, Otra experiencia de ocio". Documento de trabajo FEN. U de Chile. (2014). pp. 1-2. Rodríguez, J., Vieira, A., López-Guzmán, T. (2012).
- "Segmentación del Perfil de Enoturista en la Ruta del Vino del Marco de Jerez-Xeres-Sherry". http://www.eumed.net/rev/turydes/13/enoturista-rutavino-marco-jerez-xeres-sherry.pdf

ANEXO 8. Identificación sector y subsector

Sector	subsector
Agrícola	Cultivos y cereales
	Flores y follajes
	Frutales hoja caduca
	Frutales hoja persistente
	Frutales de nuez
	Frutales menores
	Frutales tropicales y subtropicales
	Otros frutales
	Hongos
	Hortalizas y tubérculos
	Plantas Medicinales, aromáticas y especias
	Otros agrícolas
	General para Sector Agrícola
	Praderas y forrajes
Pecuario	Aves
	Bovinos
	Caprinos
	Ovinos
	Camélidos
	Cunicultura
	Equinos
	Porcinos
	Cérvidos
	Ratites
	Insectos
	Otros pecuarios
	General para Sector Pecuario
	Gusanos
Dulceacuícolas	Peces
	Crustáceos
	Anfibios
	Moluscos
	Algas
	Otros dulceacuícolas
	General para Sector Dulceacuícolas
Forestal	Bosque nativo
	Plantaciones forestales tradicionales
	Plantaciones forestales no tradicionales
	Otros forestales
	General para Sector Forestal
Gestión	Gestión
	General para General Subsector Gestión
	Congelados

Sector	subsector
Alimento	Deshidratados
	Aceites vegetales
	Jugos y concentrados
	Conservas y pulpas
	Harinas
	Mínimamente procesados
	Platos y productos preparados
	Panadería y pastas
	Confitería
	Ingredientes y aditivos (incluye colorantes)
	Suplemento alimenticio (incluye nutracéuticos)
	Cecinas y embutidos
	Productos lácteos (leche procesada, yogur, queso, mantequilla, crema, manjar)
	Miel y otros productos de la apicultura
	Vino
	Pisco
	Cerveza
	Otros alcoholes
	Productos forestales no madereros alimentarios
	Alimento funcional
	Ingrediente funcional
	Snacks
	Chocolates
	Otros alimentos
	General para Sector Alimento
	Productos cárnicos
	Productos derivados de la industria avícola
	Aliños y especias
Producto forestal	Madera aserrada
	Celulosa
	Papeles y cartones
	Tableros y chapas
	Astillas
	Muebles
	Productos forestales no madereros no alimentarios
	Otros productos forestales
	General Sector Producto forestal
Acuícola	Peces
	Crustáceos
	Moluscos
	Algas
	Echinodermos
	Microorganismos animales
	Otros acuícolas
	General para Sector Acuícola
General	General para Sector General

Sector	subsector
Turismo	Agroturismo
	Turismo rural
	Turismo de intereses especiales basado en la naturaleza
	Enoturismo
	Otros servicios de turismo
	General Sector turismo
Otros productos (elaborados)	Cosméticos
	Biotecnológicos
	Insumos agrícolas / pecuarios / acuícolas / forestales / industrias asociadas
	Biomasa / Biogás
	Farmacéuticos
	Textiles
	Cestería
	Otros productos
	General para Sector Otros productos