

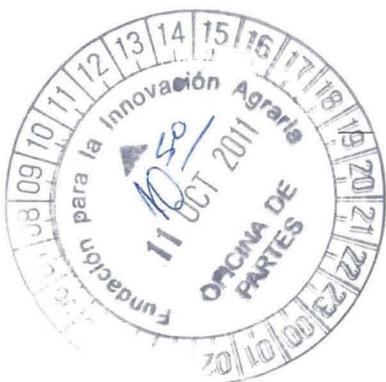


GOBIERNO DE
CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA

PLAN OPERATIVO

PROYECTOS 2011

NOMBRE INICIATIVA:	ENOTURISMO EN LOS VALLES LIMARÍ, COLCHAGUA, CASABLANCA, MAIPO, CURICO Y MAULE A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN DE PLATAFORMAS TIC'S
EJECUTOR:	Corporación Chilena del Vino A.G
CODIGO:	PYT-2011-0045
FECHA:	01 de septiembre 2011



CONTENIDO

I. PLAN DE TRABAJO TÉCNICO	3
A. Antecedentes Generales.....	3
B. Plan de Trabajo.....	6
C. Costos y Dedicación	22
D. Fichas Curriculares	29
E. Indicadores Minagri.....	38

I. PLAN DE TRABAJO TÉCNICO

A. Antecedentes Generales

1. Nombre Ejecutor (Entidad Responsable)

Nombre	Giro / actividad	RUT	Representante(s) Legal(es)
Corporación Chilena del Vino A.G.	Asociación Gremial		Mauricio Navarro Egaña

2. Identificación de Agentes Asociados

Nombre	Giro / actividad	RUT	Representante(s) Legal(es)

3. Coordinadores Principal y Alterno

Nombre	Formación / grado académico	Empleador	Función dentro del proyecto
Pablo Andrés Ramírez Morales	Licenciado en Estudios Turísticos	DTS consultores	Coordinador del proyecto
Juan Agustín Rodríguez Silva	Ingeniero Comercial	Consultor independiente	Coordinador alterno del proyecto

4. Duración y ubicación del Proyecto

Duración		Período de ejecución	
Meses	24	Fecha de inicio	septiembre 2011
		Fecha de término	agosto 2013
Territorio			
Región (es)		Comuna (as)	
IV Región (Coquimbo), V Región (Valparaíso), VI Región (L.B. O'Higgins, VII Región (Maule) y Región Metropolitana		Ovalle, Casablanca, Santa Cruz, Curicó, Maipo	

5. Estructura de financiamiento		Valor	%
FIA			
Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	Total contraparte		
TOTAL			

6. Resumen ejecutivo (máximo 400 palabras)

Este proyecto se focaliza en desarrollar un puente comercial y promocional inexistente actualmente en el mercado turístico nacional, entre la oferta de enoturismo diversificada en distintos valles de Chile y la amplia variedad de restaurante gastronómicos con perfil turístico localizados en la ciudad de Santiago. Este puente se construirá por medio de una plataforma de aplicación TIC desarrollada de manera innovativa para este mercado y que será utilizada por los turistas en los restaurantes. Esta solución se incorporará a un Table PC (ej. IPAD o Galaxy) el cual será una herramienta comunicacional que cumplirá tres funciones básicas: Informar, Promocionar y Comercializar.

Informar: Se utilizará como una herramienta para aconsejar el maridaje adecuado para cada una de las cartas de plato en los restaurantes seleccionados en este proyecto. Es decir, esta Table PC se utilizará como una carta de vino multimedia e interactivo en donde el turista o comensal podrá ver, informarse y seleccionar la mejor combinación entre platos, cepas y viñas provenientes de distintos valles de Chile.

Promocionar: Junto con conocer las distintas viñas se hará un desarrollo promocional de los productos enoturísticos localizados en cada uno de los valles. Es decir, el turista no sólo comprenderá cual es la mejor cepa a combinar con su plato de comida, sino además conocerá la oferta turística (atractivos, productos, servicios. Rutas, etc.) en donde se encuentra localizado ese vino. Será una diagramación interactiva con fotografías, experiencia, actividades, catálogo de servicios asociados.

Comercializar: Esta aplicación permitirá cerrar el puente comercializar entre el cliente/turista y el producto/servicio enoturístico ofrecido. En esta interfaz se podrá hacer una reserva en línea o solicitar información específica al prestador de servicios enoturísticos. Se llenará un formulario que se desarrollará por experiencia, ya que este es la última tendencia en promocionar productos turísticos.

Este sistema y modelo de negocio de asociatividad puede ser escalable rentablemente como geográficamente a otras regiones, ciudades, valles y destinos turísticos en donde el vino, el turismo y una buena carta en un ambiente especial, pueden ser los ingredientes perfectos para una experiencia única turística. La implementación de esta plataforma TIC va unir eficaz y eficientemente a estos elementos que hoy se encuentran descomunicados.

7. Propiedad Intelectual

¿Existe interés por resguardar la propiedad intelectual?	Si	<input type="checkbox"/>	No	<input checked="" type="checkbox"/>
Nombre institución que la protegerá	% de participación			

B. Plan de Trabajo

8. Objetivos

Objetivo general	
Mejorar la competitividad del Enoturismo desarrollado por PYMES en los Valles Limarí, Colchagua, Casablanca, Maipo, Curicó y Maule; a través de la aplicación de una plataforma TIC's que incremente la calidad de productos y servicios turísticos	
Nº	Objetivos específicos (OE)
1	Desarrollar un software georeferenciado con información enológica, gastronómica y turística, en formato de aplicación para Tablet PC, con funcionalidades que permitan mejorar la calidad del servicio enoturístico entregado a los turistas en cada uno los valles participantes del proyecto.
2	Disponer de 15 viñas y 6 restaurantes pilotos que permitan validar la utilidad y aplicabilidad de la plataforma enoturística virtual, a través del uso de una Table PC desarrollada a través del proyecto.
3	Mejorar y optimizar el servicio enoturístico, entregado por los restaurantes y viñas participantes en el plan piloto, de modo de rentabilizar cada uno de sus negocios.
4	Generar una estrategia conjunta entre todos los actores de la industria turística de modo de mejorar la oferta turística asociada al enoturismo, en los valles participantes en el proyecto

9. Resultados esperados (RE)

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicadores de RE			Fecha de Cumplimiento
			Indicador de cumplimiento	Línea base (valor actual)	Meta proyecto (valor deseado)	
1	1	Aumento del N° de empresa que implementan las aplicaciones del software enoturístico virtual desarrollado.	<p>Aplicación de Software desarrollada y en uso en Restaurantes asociados al proyecto.</p> <p>Números de Empresas que participan de este proyecto.</p>	<p>No está desarrollado este Software para el mercado enoturístico</p> <p>No hay empresas utilizando el software</p>	Incorporar 2 rutas del vino a este sistema	24 meses
2	1	Aumento del porcentaje de nuevas viñas (Pequeñas y Medianas) en las cartas de vino de los restaurantes	Número de Viñas que están en la carta de vinos y maridaje virtual en cada restaurante	Las cartas de vino son poco atractivas y no presentan un maridaje de manera audiovisual.	Disponer de 15 viñas y 6 restaurantes	6 meses
3	1	Aumento de Participación de mercado de las viñas boutique y penetración en nuevos puntos de venta	<p>Aumento en la número de botellas vendidas a través de estos nuevos puntos de venta (restaurante)</p> <p>Aumento en el número de visitas a las viñas participantes (enoturismo)</p>	<p>Restaurante trabajan con viñas tradicionales que poseen amplias redes de distribución. Desconocen viñas boutique de valles.</p> <p>Restaurantes no son puntos de promoción y comercialización de productos enoturismo.</p>	<p>Tasa de crecimiento mensual promedio de 10% en las ventas en estos restaurantes de las viñas participantes.</p> <p>Tasa de crecimiento mensual promedio de 10% en la llegada de turistas nacionales e internacionales a las viñas y valles participantes.</p>	6 meses

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicadores de RE			Fecha de Cumplimiento
			Indicador de cumplimiento	Línea base (valor actual)	Meta proyecto (valor deseado)	
4		Aumento del número de alianzas estratégicas, reflejadas en convenios, descuentos, servicios conjuntos, entre otros	Firmas de convenios de comercialización			

10. Actividades

N° OE	N° RE	Actividades	Fecha de inicio	Fecha de término
1	1	1. Diseño de Servicios de Información generales para Aplicación Enoturística Virtual 2. Diseño de especificaciones funcionales y de navegabilidad de Aplicación Enoturística Virtual 3. Diseño conjunto de los aspectos gráficos de cada local gastronómico, de forma de asegurar incorporación de oferta de Tablet PC a sus servicios. 4. Talleres de Capacitación para el adecuado uso del software Enoturístico 5. Testeo iterativo de las funcionalidades desarrolladas, de forma de entregar soluciones a los requerimientos propios del uso de la aplicación 6. Ajustes de Servicios de Información generales para Aplicación Enoturística Virtual 7. Diseño conjunto con cada viña incorporada al proyecto, de los aspectos comunicacionales de su oferta vitivinícola, de forma de estandarizar y sistematizar la información completa de la aplicación en una Base de Datos Única. 8. Talleres de Difusión para promover las ventajas del software.	Actividad 1: MES 1 Actividad 2: MES 2 Actividad 3: MES 5 Actividad 4: MES 9 Actividad 5: MES 10 Actividad 6: MES 11 Actividad 7: MES 12 Actividad 8: MES 24	Actividad 1: MES 4 Actividad 2: MES 11 Actividad 3: MES 11 Actividad 4: MES 10 Actividad 5: MES 12 Actividad 6: MES 12 Actividad 7: MES 14 Actividad 8: MES 24
2	1	A) Valles Enoturísticos (15 viñas): 1. Definición y Evaluación de aquel o aquellos valles con mayor potencial turístico. 2. Charlas de Sociabilización del Proyecto al o los Gerente (s) del o los Valle (s). 3. Selección técnica, participativa y formal de las 15 Viñas. 4. Formalización de su Participación en este proyecto 5. Visita Técnica para Primer levantamiento de la Información (ficha técnica turística) 6. Caracterización Turística de las Viñas Participantes	Actividad 1: MES 1 Actividad 2: MES 1 Actividad 3: MES 2 Actividad 4: MES 2 Actividad 5: MES 2 Actividad 6: MES 4	Actividad 1: MES 2 Actividad 2: MES 1 Actividad 3: MES 2 Actividad 4: MES 3 Actividad 5: MES 3 Actividad 6: MES 6

2	2	<p>B) 6 Restaurante Seleccionados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definición y Evaluación del sector o barrio turístico gastronómico de Santiago. 2. Charlas de Sociabilización a los Restaurante localizados en este barrio. 3. Selección técnica, participativa y formal de los 6 Restaurantes. 4. Formalización de su Participación en este proyecto 5. Visita Técnica para Primer levantamiento de la Información (ficha técnica turística) 6. Caracterización Turísticas y Enológicas de los Restaurantes Participantes 	<p>Actividad 1: MES 1 Actividad 2: MES 1 Actividad 3: MES 2 Actividad 4: MES 2 Actividad 5: MES 2 Actividad 6: MES 4</p>	<p>Actividad 1: MES 2 Actividad 2: MES 1 Actividad 3: MES 2 Actividad 4: MES 3 Actividad 5: MES 3 Actividad 6: MES 6</p>
3	1	<p>A) Evaluación Experiencial del Software en los Restaurantes Seleccionados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de la Muestra y del Método de Testeo 2. Coordinación de los Restaurantes y la Empresa Desarrolladora para implementar el Test. 3. Aplicación del Test 4. Tabulación y Análisis de Resultados 	<p>Actividad 1: MES 15 Actividad 2: MES 15 Actividad 3: MES 17 Actividad 4: MES 19</p>	<p>Actividad 1: MES 15 Actividad 2: MES 16 Actividad 3: MES 18 Actividad 4: MES 20</p>

3	2	<p>B) Lanzamiento Software al Mercado (6 restaurante):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinación Restaurantes, Viñas y Valles Participantes 2. Difusión y Promoción 3. Evento Lanzamiento 4. Evaluación de Resultados 	<p>Actividad 1: MES 20</p> <p>Actividad 2: MES 21</p> <p>Actividad 3: MES 21</p> <p>Actividad 4: MES 23</p>	<p>Actividad 1: MES 20</p> <p>Actividad 2: MES 21</p> <p>Actividad 3: MES 21</p> <p>Actividad 4: MES 23</p>
3	3	<p>C) Evaluación Comercial Viñas y Valles Participantes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinación Reuniones Viñas y Valles Participantes 2. Evaluación Comercial (impacto y crecimiento) 	<p>Actividad 1: MES 23</p> <p>Actividad 2: MES 24</p>	<p>Actividad 1: MES 23</p> <p>Actividad 2: MES 24</p>
3	4	<p>D) Evaluación Comercial Restaurantes, Viñas y Valles Participantes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinación Reuniones Restaurantes Participantes 2. Evaluación Comercial (impacto y crecimiento) 	<p>Actividad 1: MES 23</p> <p>Actividad 2: MES 24</p>	<p>Actividad 1: MES 23</p> <p>Actividad 2: MES 24</p>

4	1	<p>A) Desarrollo e Implementación Modelo Comercial:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perfeccionamiento del Modelo Comercial con equipo CCV 2. Desarrollo Modelo Comercial 3. Puesta en Marcha e Implementación 	<p>Actividad 1: MES 21 Actividad 2: MES 23 Actividad 3: MES 24</p>	<p>Actividad 1: MES 23 Actividad 2: MES 24 Actividad 3: MES 24</p>
4	2	<p>B) Desarrollo de Alianzas Estratégicas :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinación Reuniones nuevas Viñas, Restaurantes y otras empresas que pudiesen interesarse. 2. Acuerdos comerciales 	<p>Actividad 1: MES 22 Actividad 2: MES 23</p>	<p>Actividad 1: MES 23 Actividad 2: MES 24</p>

11. Hitos Críticos

Nº RE	Hitos críticos	Fecha Cumplimiento
1	Definición conjunta de las imágenes corporativa e identidades gráficas de cada local gastronómico incorporado en el proyecto. Incorporación en la Table PC (carta vino) de los restaurantes y utilización de manera eficaz y eficiente de esta herramienta en el maridaje.	MES 11 MES 15
2	Identificación y selección de Productos Enoturísticos, Viñas Boutique y Restaurantes que van a participar en este proyecto.	MES 6
3	Aplicación del Modelo, Testeo, Análisis Implementación del Software Tasa de crecimiento en la ventas de vinos boutique y productos enoturísticos. Data Mining de los resultados de las interacciones de la aplicación, de forma de entregar valor agregado a los asociados al proyecto	MES 18 MES 20 MES 24 MES 20
4	Definición e implementación Modelo Comercial Firma de acuerdos comerciales con empresas del mercado	MES 21 MES 24

12. Método

Objetivo N° 1	Nombre: Desarrollar un software georeferenciado con información enológica, gastronómica y turística, en formato de aplicación para Tablet PC, con funcionalidades que permitan mejorar la calidad del servicio enoturístico entregado a los turistas en cada uno los valles participantes del proyecto.
---------------	---

Método:

La metodología que se utilizará para el desarrollo de la aplicación será una metodología de diseño ágil, denominada SCRUM. A continuación se entregan las principales características de la misma:

SCRUM, más que una metodología de desarrollo software, es una forma de auto-gestión de los equipos de programadores. Un grupo de programadores deciden cómo hacer sus tareas y cuánto van a tardar en ello. SCRUM ayuda a que trabajen todos juntos, en la misma dirección, con un objetivo claro. SCRUM permite además seguir de forma clara el avance de las tareas a realizar, de forma que los "jefes" puedan ver día a día cómo progresa el trabajo.

Product Backlog y Product Owner

Al empezar el proyecto, el responsable del proyecto, que conoce lo que tiene que hacer, que no va a codificar y que está en contacto más estrecho con el cliente, debe crear una lista de funciones que quiere que implemente el programa. A este jefe, se le da un nombre en inglés, que es el que le da SCRUM, le llamaremos Product Owner.

Las funciones de la lista deben ser algo "tangibles", es decir, que si nuestro programa implementa una de esas funciones, un usuario que use nuestro programa puede ver que esa función está implementada. Estas funciones "cuadran" muy bien con las historias de usuario de la programación extrema.

A esta lista, también se le da un nombre en inglés decidido por Scrum y la llamaremos Product Backlog.

A lo largo del proyecto se podrán añadir más funcionalidades a esta lista, o quitarlas o modificarlas. Sólo el Product Owner podrá ordenarla y deberá mantenerla ordenada, de forma que las primeras funciones del Product Backlog -la lista- se harán antes.

Sprint Planning Meeting y Spring Backlog

El primer día que se empieza a trabajar en el proyecto, se hace una reunión, en la que estarán el Product Owner y los programadores -Scrum Team- que van a participar en el proyecto. Esta reunión también tiene un nombre decidido por Scrum y se llama Sprint Planning Meeting.

En esa reunión se determina un plazo de tiempo que Scrum aconseja que sea un mes. De todas formas, en función del proyecto, necesidades y demás, puede elegirse otro plazo: una semana, dos semanas o lo que sea. Nunca debería ser un plazo muy largo.

Una vez elegido ese plazo de tiempo, se toma el Product Backlog y se van mirando las tareas empezando por la primera. Se pregunta al Scrum Team ... ¿puede la primera tarea estar hecha dentro de un mes?. El Scrum Team la examina, descompone en subtareas si hace falta, estiman el tiempo que tardarán en hacerla y dicen "sí". Si dicen que no, habrá que descomponerla en tareas más sencillas hasta que digan el menos que sí a una de ellas.

Se coge la segunda tarea y se pregunta al Scrum Team ... ¿puede estar la primera y la segunda en un mes?. Vuelven a estimar y dicen "sí".

Se repite el proceso con las siguientes tareas hasta que el Scrum Team empiece a dudar si sí o si no va a estar todo eso. Si el Product Owner quiere que esté alguna tarea que no va a estar, puede cambiarla por otra que sí esté, o "reducir" el alcance de una de las que ha entrado para que entre otra. Este es el momento de "negociar" entre los programadores y el jefe qué va a entrar o no en un mes. El jefe puede decidir el orden, intercambiar tareas, modificarlas o partirlas, pero los programadores tienen la última palabra de cuánto tiempo necesitan para cada tarea. El tiempo necesario para todas las tareas seleccionadas no puede superar el mes.

Una vez llegado a un acuerdo, esas funcionalidades se pasan a una nueva lista, llamada Sprint Backlog.

Objetivo N° 2	Nombre: Disponer de 15 viñas y 6 restaurantes pilotos que permitan validar la utilidad y aplicabilidad de la plataforma enoturística virtual, a través del uso de una Table PC desarrollada a través del proyecto.
<p>Método:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Identificación de locales gastronómicos que posean un perfil turístico y que tengan al vino como uno de los ejes de gestión de servicios e identidad. b. Visitas técnicas a cada Valle participante para hacer un levantamiento de los productos enoturísticos más competitivos a ser puestos en este proyecto. c. Visitas técnicas a cada Valle participante para hacer un levantamiento de las viñas boutique a ser puestas en este proyecto. d. Análisis de Competitividad Turística. Aplicación de matriz de evaluación para seleccionar a una cartera final de productos enoturísticos a ser incorporado en el Table PC. e. Aplicación de encuestas a turistas para construir el diseño del software. f. Lograr acuerdos de comercialización entre los productos enoturísticos y restaurantes seleccionados. g. Apoyo técnico en la elaboración del contenido a ser aplicado en las Table PC h. Apoyo técnico en la generación de un modelo comercial a ser utilizado en las Table PC. i. Evaluación de la calidad de la experiencia (maridaje y compra de productos enoturísticos) a través de la utilización de esta herramienta TIC (aplicación de encuestas). 	

Objetivo N° 3	Nombre: Mejorar y optimizar el servicio enoturístico, entregado por los restaurantes y viñas participantes en el plan piloto, de modo de rentabilizar cada uno de sus negocios.
<p>Método:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Aplicación del software para ser testeado por turistas, clientes, empleados y dueños de restaurantes y viñas participantes. b. Evaluación de los resultados c. Retroalimentación y mejoramiento del software en los puntos más débiles detectados d. Levantamiento estadístico comercial con el software actualizado e. Análisis de la información comercial de cada restaurante y de las viñas participantes f. Reuniones con los actores participantes para evaluar los resultados 	

Objetivo N° 4	Nombre: Generar una estrategia conjunta entre todos los actores de la industria turística de modo de mejorar la oferta turística asociada al enoturismo, en los valles participantes en el proyecto
<p>Método:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Definición de un Modelo Comercial que permita dar sustentabilidad al proyecto incubado.b. Determinación de un Plan de Negocios y un modelo organizacional funcional.c. Implementación del Modelo Comercial, desarrollo de acuerdos comercialesd. Lanzamiento del producto al mercado	

i. Carta Gantt (Trimestral) rediseñar considerando como fecha de inicio septiembre 2011, trimestralmente según año calendario

N° OE	N° RE	Actividad/Hito Crítico	Año 1		Año 2				Año 3	
			3	4	1	2	3	4	1	2
1	1	Definición conjunta de las imágenes corporativa e identidades gráficas de cada local gastronómico incorporado en el proyecto. Incorporación en la Table PC (carta vino) de los restaurantes y utilización de manera eficaz y eficiente de esta herramienta en el maridaje		X	XXX	XXX	XXX	XXX	XX	
2	2	Identificación y selección de Productos Enoturísticos, Viñas Boutique y Restaurantes que van a participar en este proyecto.	X	XXX	XX					
3	3	Aplicación del Modelo, Testeo, Análisis Implementación del Software Tasa de crecimiento en la ventas de vinos boutique y productos enoturísticos. Data Mining de los resultados de las interacciones de la aplicación, de forma de entregar valor agregado a los asociados al proyecto						X	XXX	X
4	4	Definición e implementación Modelo Comercial Firma de acuerdos comerciales con empresas del mercado							XXX	XX

ii. Función y responsabilidad del ejecutor(es) y asociado(s) en el desarrollo del proyecto

Ejecutor(es) / Asociado(s)	Función y responsabilidad
José Antonio Ramírez	Director del Proyecto. Es responsable ante el FIA y los beneficiarios de la gestión técnica y económica del proyecto. Dirige el equipo de trabajo según los objetivos planteados en él.
Pablo Ramírez M.	Coordinador Técnico del Proyecto. Es responsable de la correcta y eficiente ejecución de las actividades dentro de los plazos establecidos. Reporta al Director del Proyecto.
Carlos Encalada V.	Coordinador y Responsable de la Implementación del Software. Bajo su gestión dependerá el normal funcionamiento del software y sus aplicaciones, coordinará el correcto uso de tablet. Deberá realizar un soporte constante de las herramientas en funcionamiento.
Juan Rodríguez S.	Coordinador Alterno del Proyecto y encargado del levantamiento y selección de la viñas y productos enoturísticos . Realiza la evaluación económica y de gestión para el cumplimiento de los objetivos y perfil del proyecto de las rutas de vino, asociaciones de productores y viñas participantes. Tiene la labor de asesorar a las viñas en el posicionamiento de los productos y su mercadeo.
Patricio Castillo T.	Encargado del levantamiento y selección de los vinos para los restaurantes participantes. Tiene la responsabilidad enológica de selección de vinos y criterios de clasificación según segmentos de consumidores según preferencias, tipos de clientes y enfoque de restaurantes beneficiados, Debe cumplir con la asesoría a viñas para que sus productos cumplan con los objetivos del proyecto.
David Altair	Periodista, Encargado de comunicaciones del proyecto. Tiene la función de la difusión del proyecto, de generar las estrategias comunicacionales y de mercadeo del proyecto ecoturístico, en búsqueda de lograr un alto impacto en la Industria Vitivinícola y Gastronómica.

iii. Actividades de Difusión Programadas

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Perfil de los participantes	Medio de Invitación
MES 15	Restaurante a definir	Reportaje Televisivo (Avance del Proyecto)		Audiencia	Invitación Directa a los Medios de Prensa
MES 24	Restaurante a definir	Lanzamiento del Producto Tecnológico	200	Autoridades Empresarios Turísticos Empresarios Gastronómicos Viñas y Bodegas Prensa	Invitación Directa (Base Datos)
MES 24	Varios restaurantes	Reportaje Televisivo		Audiencia	Invitación Directa a los Medios de Prensa
MES 24	Varios Restaurantes	Reportaje en Prensa Turística/Enológica Especializada		Lectores y Suscriptores	Invitación Directa a los Medios de Prensa

C. Costos y Dedicación

iv. Cuadro de costos totales consolidado

Ítem	Sub Ítem	Total	Aporte FIA	Aporte contraparte		Total
				Pecuniario	No pecuniario	
Recursos humanos	Pablo Andrés Ramírez Morales					
	Juan Agustín Rodríguez Silva					
	David Altair Azocar Bordones					
	Patricio Castillo Torres					
	Hugo Córdova Sepúlveda					
	Carlos Encalada Valenzuela					
	José Antonio Ramírez Urbina					
	Diego Pizarro Baeza					
	Marcos Adriazola Aranguiz					
	Manuel Flores Cabrales					
Viviana Barham Gallardo						
Equipamiento	Prototipos					
Infraestructura (menor)	Estructuras desmontables					

Viáticos y movilización	Movilización					
Materiales e insumos						
Servicios de terceros	Desarrollo e implementación software					
Difusión						
Capacitación						
Gastos generales						
Gastos de administración						
Imprevistos						
Total						

v. Fuentes de financiamiento de contraparte

Agente Participante	Monto en \$		Total
	Pecuniario	No Pecuniario	
Corporación Chilena del Vino			

vi. Aportes de contraparte

Ítem	Sub Ítem	Ejecutor	Asociado 1	Asociado 2	Asociación	Total
Recursos humanos	Pablo Andrés Ramírez Morales					
	Juan Agustín					

	Rodríguez Silva					
	David Altair Azocar Bordones					
	Patricio Castillo Torres					
	Hugo Córdova Sepúlveda					
	Carlos Encalada Valenzuela					
	José Antonio Ramírez Urbina					
	Diego Pizarro Baeza					
	Marcos Adriazola Aranguiz					
	Manuel Flores Cabrales					
	Viviana Barham Gallardo					
Equipamiento	Prototipos					
Infraestructura (menor)						
Viáticos y movilización						
Materiales e insumos						
Servicios de terceros						
Difusión						

Capacitación						
Gastos generales						
Gastos de administración						
Imprevistos						
Total						

vii. Tiempos de dedicación del equipo técnico*.

Nombre	Rut	Cargo dentro del proyecto	Nº de resultado sobre el que tiene responsabilidad	Nº de Meses de dedicación	Período dd/mm/aa - dd/mm/aa	Horas/Mes
Pablo Andrés Ramírez Morales		Coordinador	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	19
Juan Agustín Rodríguez Silva		Coordinador alterno	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	17.5
David Altair Azocar Bordonos		Periodista	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	47
Patricio Castillo Torres		Enólogo	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	55
Hugo Córdova Sepúlveda		Sommelier	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	22.5
Carlos Encalada Valenzuela		Coordinación software	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	8.75
José Antonio Ramírez Urbina		Director proyecto	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	15
Diego Pizarro		Contador	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	22.5

Marcos Adriazola		Comunicaciones y difusión del proyecto	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	22.5
Manuel Flores		Ing. Agrónomo	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	22.5
Viviana Barham		Administrativo	1-2-3-4	24	31/07/2011 31/07/2013	22.5

*Equipo Técnico: Todo el recurso humano definido como parte del equipo de trabajo del proyecto. **No incluye RRHH de servicios de terceros.**

D. Fichas curriculares

ix. Ficha del Ejecutor (entidad responsable)

Nombre o razón social	Corporación Chilena del Vino A.G			
Giro / Actividad	Asociación Gremial			
RUT				
Tipo de entidad (1)	Sin fines de lucro			
Ventas totales (nacionales y exportaciones) de la empresa durante el año pasado, indique monto en UF en el rango que corresponda	Micro empresa menos de 2400 UF/ año	Pequeña 2.401 a 25.000 UF / año	Mediana 25.001 a 100.000 UF / año	Grande más de 100.001 UF / año
Exportaciones, año 2010 (US\$)				
Número total de trabajadores				
Usuario INDAP (sí / no)				
Dirección (calle y número)				
Ciudad o Comuna				
Región	Metropolitana			
País	Chile			
Teléfono fijo				
Fax				
Teléfono celular				
Email				
Dirección Web	www.ccv.cl			

(1) Tipo de entidad

Empresas productivas y/o de procesamiento
Personas Naturales
Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas
Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores
Otras (especificar)

x. Ficha representante(s) Legal(es) del Ejecutor (entidad responsable)

Nombre	Mauricio Antonio
Apellido paterno	Navarro
Apellido materno	Egaña
RUT	
Cargo en la organización	Gerente General
Género	Masculino
Etnia (2)(clasificación al final del documento)	
Tipo (3) (clasificación al final del documento)	
Firma del representante legal	

xi. Ficha del Asociado N°1. (Repetir esta información por cada asociado)

Nombre o razón social				
Giro / Actividad				
RUT				
Tipo de entidad (1)				
Ventas totales (nacionales y exportaciones) de la empresa durante el año pasado, indique monto en UF en el rango que corresponda	Micro empresa (menos de 2400 UF/año)	Pequeña (2.401 a 25.000 UF / año)	Mediana (25.001 a 100.000 UF / año)	Grande (más de 100.001 UF / año)
Exportaciones, año 2010 (US\$)				
Número total de trabajadores				
Usuario INDAP (sí / no)				
Dirección (calle y número)				
Ciudad o Comuna				
Región				
País				
Teléfono fijo				
Fax				
Teléfono celular				
Email				
Dirección Web				

xii. Ficha representante(s) Legal(es) de Asociado(s) N°1. Repetir esta información por cada asociado

Nombre	
Apellido paterno	
Apellido materno	
RUT	
Cargo en la organización	
Género	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)	
Tipo (3) (clasificación al final del documento)	
Firma del representante legal	

xiii. Fichas de los Coordinadores

Nombres	Pablo Andrés	
Apellido paterno	Ramírez	
Apellido materno	Morales	
RUT		
Profesión	Administrador y Planificador en Recursos Turísticos	
Empresa/organización donde trabaja	DTS Consultores	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Socio-Director	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Metropolitana	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

xiv. Ficha Equipo Técnico. Se deberá repetir esta información por cada profesional del equipo técnico

Nombres	Manuel Esteban	
Apellido paterno	Flores	
Apellido materno	Cabrales	
RUT		
Profesión	Ingeniero Agrónomo	
Empresa/organización donde trabaja	Viñedos WIN Ltda.	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Enólogo	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Metropolitana	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Carlos Enrique	
Apellido paterno	Encalada	
Apellido materno	Valenzuela	
RUT		
Profesión	Ingeniero Civil Industrial	
Empresa/organización donde trabaja	Consultor independiente	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Consultor	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Metropolitana	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Hugo	
Apellido paterno	Córdova	
Apellido materno	Sepúlveda	
RUT		
Profesión	Sommelier	
Empresa/organización donde trabaja	www.mundotenedores.cl	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente general	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Metropolitana	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Marco Antonio	
Apellido paterno	Adriazola	
Apellido materno	Aranguiz	
RUT		
Profesión	No	
Empresa/organización donde trabaja	Corporación Chilena del Vino	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Encargado de comunicaciones	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Metropolitana	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	David Altair	
Apellido paterno	Azócar	
Apellido materno	Bordones	
RUT		
Profesión	Periodista	
Empresa/organización donde trabaja	Centro Astrofísica y Tecnologías (CATA)	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Asesor	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Metropolitana	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

Nombres	Juan Agustín	
Apellido paterno	Rodríguez	
Apellido materno	Silva	
RUT		
Profesión	Ingeniero Comercial-Master of Tourism	
Empresa/organización donde trabaja	+MGROUP	
RUT de la empresa/organización		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente-Socio	
Si es investigador responda	Horas totales dedicadas al proyecto	Valor total de las horas dedicadas al proyecto (\$)
Dirección laboral (calle y número)		
Ciudad o Comuna		
Región	Metropolitana	
País	Chile	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Género	Masculino	
Etnia (2) (clasificación al final del documento)		
Tipo (3) (clasificación al final del documento)		
Firma		

xv. Cuantificación e identificación de Beneficiarios directos de la iniciativa

¿Su proyecto tiene que ver con la venta de algún producto o servicio?				Si		No	x
Si su respuesta es sí , refiérase a los siguientes indicadores relacionados con el proyecto:							
Indicador	Línea base (valor actual)	Meta proyecto (valor deseado)	Fecha de Cumplimiento				
Nivel de Ventas (\$)*							
Costos (\$)							
Mano de Obra							

Género	Masculino		Femenino		Subtotal
	Pueblo Originario	Sin Clasificar	Pueblo Originario	Sin Clasificar	
Etnia					
Agricultor micro-pequeño					
Agricultor mediano-grande					
Subtotal					
Total					

E. Indicadores Solicitados por el Ministerio de Agricultura

xvi. Indicadores Minagri

*Nivel de ventas, costos y mano de obra deben estar enfocados exclusivamente al alcance del proyecto propuesto.

(2) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(3) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

III. DETALLES ADMINISTRATIVOS

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

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

Período ejecución	
Fecha inicio:	01/09/2011
Fecha término:	30/08/2013
Duración (meses)	24

- Calendario de Desembolsos

Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
	Firma de Contrato		
24/05/2012	Aprobación Informe Técnico N°1 y Financiero N°1		
03/01/2013	Aprobación de Inf. Técnico N° 2 y Financiero N°2		
12/12/2013	Aprobación Inf. Técnico y Financiero N° 3 y finales		
Total			

* El Informe Financiero Final debe justificar el gasto de este aporte

- Calendario de Entrega de Informes

Informes Técnicos	
Informe Técnico de Avance 1:	21 de marzo 2012
Informe Técnico de Avance 2:	25 de septiembre 2012
Informe Técnico de Avance 3:	21 de marzo 2013

Informes Financieros	
Informe Financiero de Avance 1:	21 de marzo 2012
Informe Financiero de Avance 2:	25 de septiembre 2012
Informe Financiero de Avance 3:	21 de marzo 2013

INFORME TECNICO FINAL:	24 de septiembre 2013
INFORME FINANCIERO FINAL:	24 de septiembre 2013

CONFORME CON PLAN OPERATIVO

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL