



Fundación para la
Innovación Agraria

MINISTERIO DE AGRICULTURA

OFICINA DE PARTES 1 FIA
RECEPCIONADO

Fecha 22 MAY 2018

Hora 10:10

Nº Ingreso 49052

CONVOCATORIA REGIONAL TEMÁTICA

VALORIZACIÓN DE PATRIMONIO 2017

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

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Agregación de valor a productos patrimoniales elaborados por pequeños productores vitícolas de la Región de O’Higgins.
Ejecutor:	Red del Vino Sexta Región S.A
Código:	PYT-2017-0846
Fecha:	11 de mayo del 2018.



Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo.....	3
1. Configuración técnica del proyecto	3
2. Anexos	19
3. Costos totales consolidados	24
II. Detalle administrativo	26

I. Plan de trabajo

1. Configuración técnica del proyecto

1.1. Resumen ejecutivo

La Red del Vino es una organización de pequeños vitivinicultores que está haciendo vinos en forma asociativa desde el año 2015 y ha adquirido experiencia en la industria del vino como resultado de la vinculación que sus 20 asociados tienen con esta industria. La Red del Vino también ofrece turismo enológico y ha obtenido el "sello de Calidad turística" y la "Distinción de Sustentabilidad Turística" de SERNATUR. Se ofrecen seis distintos paquetes turísticos, todos los cuáles incluyen visitas a viñas de los socios, degustación de vinos y un almuerzo campestre. Los detalles pueden consultarse en <http://es.reddelvino.com/turismo-valle-de-colchagua/>.

Nuestro proyecto Agregación de valor a productos patrimoniales elaborados por pequeños productores vitícolas de la Región de O'Higgins busca seguir potenciando el desarrollando nuevos productos para aumentar la oferta de los pequeños productores y generar el valor patrimonial de estos productos con el territorio como vino natural, vino de misa o dulce, Chicha y Arrope.

Actualmente existe un mercado para vinos de nicho, donde tienen cabida los productos tradicionales aquí propuestos. Existe un comercio "en línea" (*on line*) para productos artesanales, desde cervezas hasta productos vitícolas. Ejemplos son las distribuidoras vinos, Jatoki y otras, donde los productos aquí propuestos podrían encontrar mercado.

Actualmente los pequeños productores elaboran solamente vinos naturales, pero aquí se busca (i) ampliar la cartera, agregando productos patrimoniales y transferir una tecnología mejorada para hacer estos productos.

La producción se hará en varias bodegas, lo que puede introducir variaciones de calidad en el producto. Se buscará una marca colectiva que permita diferenciar los vinos de la Red por su calidad y la empresa solo comercializará los vinos producidos en las distintas bodegas que obedezcan a ese estándar de calidad. La protección con una marca colectiva es necesaria para prestigiar el producto y para obligar a los productores a tener altos estándares de calidad.

La empresa posee una vasta experiencia comercial generada durante los años de funcionamiento, tanto en registro de marcas, como en la protección de derechos de propiedad intelectual, mantiene vigente su registro en INAPI, como participa de procesos de capacitación para estar en conocimiento de las normativas vigentes de propiedad intelectual.

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general¹

Elaboración de vinos patrimoniales de alta calidad, para mejorar la competitividad y la rentabilidad de los vinos artesanales de la agricultura familiar campesina. Bajo los principios de la certificación Fair Trade y el turismo Enológico.

1.2.2. Objetivos específicos²

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Producir a escala piloto los siguientes productos vitícolas patrimoniales: vino natural (o campesino), chicha cruda, vino de misa (o vino dulce) y arrope.
2	Generar procesos estandarizados de los productos antes mencionados, con una calidad de productos de exportación.
3	Transferir a los socios de la Red del Vino S.A, procesos de producción mejorados de los productos vitícolas antes mencionados
4	Establecer un modelo de negocio que permita colocar los productos antes mencionados en el mercado nacional.

¹ El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con el proyecto. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

² Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general del proyecto. Cada objetivo específico debe conducir a uno o varios resultados. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

- 1.3. Método: identificar y describir los procedimientos que se van a utilizar para alcanzar cada uno de los objetivos específicos del proyecto. (Incluir al final, las actividades de difusión y transferencia de los resultados del proyecto) (máximo 8.000 caracteres para cada uno).

Método objetivo 1:

Producir a escala piloto los siguientes productos vitícolas patrimoniales: vino natural (o campesino), chicha cruda, vino de misa (o vino dulce) y arrope.

Los socios de la Red en la actualidad han empezado a desarrollar vinos artesanales, no todos los socios producen vinos, la mayoría todavía produce solo uva vinífera, debido a las barreras de inversión y a tener el acceso limitado a asesoría especializada para poder elaborar este tipo de vinos.

Lograremos establecer procedimientos vinícolas para elaborar vinos campesinos de calidad y sumar la elaboración de chicha, vino de misa y arrope, es fundamental en este proyecto para generar una estructura productiva en el desarrollo de estos nuevos productos.

Para lograr estos procedimientos conformara parte del equipo técnico un enólogo que estará a cargo de las etapas de cosecha, elaboración, seguimiento y embotellado de los vinos mencionados.

Se complementara a los socios beneficiarios del equipamiento que no posee, para implementar sus bodegas de forma que tengan la infraestructura requerida, para elaborar estos productos de forma adecuada. La mayoría de los socios que participaran del proyecto posee alguna implementación para vinificar como, pequeñas cubas, instrumentos de medición y uva vinífera.

Se apoyara el proceso a través de análisis de laboratorio necesarios para hacer el seguimiento de los vinos y hacer correcciones para obtener los parámetros deseados en los indicadores de calidad establecidos.

Además se compraran todos los insumos necesarios para la producción de los vinos, como para el embotellado y venta de los productos con apoyo del equipo técnico.

Método objetivo 2:

Los socios de la Red exhiben las siguientes brechas tecnológicas, que deben ser superadas para producir vinos y productos vitícolas de calidad:

- Enología:
 - Sin Control de temperatura.
 - Utilización de equipos en malas condiciones
 - Utilización de contenedores poco adecuados.
 - Carencia de envasado.
 - Bajo o nulo seguimiento de parámetros físico – químicos.
- Técnicas de elaboración:
 - Baja o inexistente utilización de sulfuroso.
 - Falta de Higiene en bodega (Contaminaciones cruzadas).
 - Problemas de Fermentación.
- Certificaciones y venta:
 - Certificar la producción de vinos patrimoniales como Fair Trade
 - Mejora en el packaging y rotulado de los nuevos productos
 - Envío de muestras a potenciales clientes

La asesoría del equipo técnico estará orientada en resolver estas brechas, productivas, tecnológicas y comerciales, mediante revisión crítica de los parámetros establecidos, mejorando el equipamiento y asesoría enológica permanente, en las vendimias 2018 y 2019.

Método objetivo 3:

Durante todo el proyecto habrá asistencia enológica para los productores de parte del equipo técnico, logrando en dos vendimias realizar la transferencia técnica práctica para que los productores puedan mejorar sus sistemas productivos de vinificación.

Se realizarán procedimientos escritos sobre los procesos enológicos que deben realizar para que les sirvan de apoyo para la transferencia en mejores procesos y obtención de mejores productos.

Se establecerán etapas de producción, actividades a desarrollar en cada etapa y tareas para lograr las actividades, estableciendo una metodología de seguimiento que permita cubrir los procesos necesarios para establecer producciones de calidad

También se realizarán talleres destinados a entregar a los productores las tecnologías mejoradas de producción de vinos naturales, chicha, vino de misa y arrope de parte del equipo técnico, como capacitaciones anual para este objetivo.

Método objetivo 4:

El equipo técnico hará pruebas de mercado con los nuevos productos usando los canales formales. Se contempla hacer estas pruebas colocando los productos en ferias y en plataformas digitales de ventas "en línea" (*on line*). Las pruebas incluirán estudio de marcas y de empaque (*packaging*).

También los productos serán testeados en el punto de venta que posee los socios en términos de apreciación del consumidor, para establecer relaciones de precio calidad y diferenciación de los productos tradicionales.

El equipo técnico buscara establecer un modelo de negocio basado en las características propias de los productos mencionados, resaltando las características propias de Colchagua, como de los atributos de cada producto, sumado a una experiencia que permita comprender al consumidor el valor que posee el producto.

Se aprovechara el desarrollo enoturismo que posee la empresa en términos de certificaciones de calidad y sellos de sustentabilidad, para integrar el desarrollo de los nuevos productos a experiencias de vinculación cultural patrimonial.

Se ocupara todo el soporte comercial y experiencia que posee la empresa para dar impulso a los nuevos productos que se desarrollaran con el proyecto y buscar el mejor modelo económico para fortalecer la comercialización.

1.4. Resultados esperados e indicadores: Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico de acuerdo a la siguiente tabla.

Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.					
Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ³ (RE)	Indicador ⁴	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)
1	1	Elaboración de:			
		- Vino Campesino	Botellas de 750 cc	10.000	26.000
		- Chicha	Botellas de 750 cc	0	2.400
		- Vino de misa	Botellas de 750 cc	0	2.400
		- Arrope	Botellines de 250 cc	0	4.800
		- Vino Campesino	Volátil	0,6	0,6 – 0,8
		- Chicha	Acidez Total	4,5	4,5 – 5,5
		- Vino de misa	Azúcar	80	60 - 90
		- Arrope	Azúcar	70	60 - 90
2	2	- Compra e instalación de equipos en las viñas de los socios, según listado hecho por los socios de la Red.	Equipos		47 distintos equipos instalados en distintas viñas.
	3	- Análisis físico-químicos de productos (CVC).	Análisis de: pH,GA,AT,AV,MR,SO2 libre,SO2 total	0	4 productos vitícolas analizados, 2 muestras de cada uno, vendimia 2018.
		- Paneles			4 productos vitícolas analizados, 2 muestras de cada uno, vendimia 2019.

³ Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta.

⁴ Indicar el indicador del resultado esperado.

	4	sensoriales 2018 (Enólogo Equipo técnico)	Paneles de los 4 productos	0	2
	5	- Paneles sensoriales 2019 (Enólogo Equipo técnico)	Paneles de los 4 productos	0	2
	6				
3	7	- Taller de capacitación 2018	Taller	0	1
	8	- Taller de capacitación 2019	Taller	0	1
	9	- Asesorías en las vendimias 2018 (Enólogo Equipo técnico).	Meses-enólogo	0	8 Meses-enólogo
	10	- Asesorías en las vendimias 2019 (Enólogo Equipo técnico)	Meses enólogo		8 Meses-enólogo
4	11	Diseño de empaques, estudio de marcas (Equipo técnico)	Meses-especialista en marketing	0	2 Meses especialista
	12	Pruebas de mercado (Equipo técnico)	Meses-especialista en marketing	0	4 Meses-especialista en marketing
	13	Ventas de:			20.000
		- Vinos naturales (Campesinos)	Botellas	10.000	2.000
		- Chicha	Botellas	0	2.000
		- Vino de misa	Botellines	0	4.000
		- Arrope			

Nota: Se asume que al final del Proyecto quedará un inventario que se venderá en los meses siguientes.

1.5. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos ⁵	Resultado Esperado ⁶ (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Compra e instalación de equipos en las viñas de los socios	Compra e instalación de 47 equipos, según listado hecho por los socios de la Red.	3/2019

⁵ 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.

⁶ Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

1.6. Carta Gantt: Indicar la secuencia cronológica para el desarrollo de las actividades señaladas anteriormente de acuerdo a la siguiente tabla:

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2018											
			Trimestre											
			1°			2°			3°			4°		
1	1	Elaboración de:												
		- Vino Campesino				X	X	X	X	X	X	X	X	X
		- Chicha				X	X	X	X	X	X			
		- Vino de misa				X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	1	- Arrope				X	X	X	X	X	X			
		Compra e instalación de equipos en las viñas de los socios				X	X	X	X	X	X			
		Análisis físico-químico de productos vitícolas, vendimia 2018.										X	X	
		Paneles sensoriales												X
3	7	Taller de capacitación 2018				X	X	X						
	9	Asesorías en vendimia 2018				X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	12	Estudio de marcas, de empaques										X	X	X

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2019											
			Trimestre											
			1°			2°			3°			4°		
1	1	Elaboración de: - Vino Campesino - Chicha - Vino de misa Arrope				X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	3	Análisis físico-químico de productos vitícolas, vendimia 2019.										X	X	
	5	Paneles sensoriales												X
3	8	Taller de capacitación 2019	X											
	10	Asesorías en vendimia 2019	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	11	Pruebas de mercado				X	X	X	X					
	13	Ventas de: - Vinos naturales (Campesinos) - Chicha - Vino de misa - Arrope	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

1.7. Modelo de negocio / Modelo de extensión y sostenibilidad

A continuación, considere lo siguiente:

- Si la propuesta está orientada al mercado, debe completar la sección Modelo de negocio.
- Si la propuesta es de interés público, se debe completar la sección Modelo de extensión y sostenibilidad

No se deben completar las dos secciones

MODELO DE NEGOCIO

Describa el mercado al cual se orientará los productos generados en la propuesta.

El producto ofertado, se dirige a una clientela nacional e internacional, apasionada por el rubro vitivinícola que busque ir más allá de la degustación del vino genérico y quiera conocer nuevos estilos de vinos y productos vitivinícolas. Adicionalmente, también apuntará a mejorar ya el turismo existente ya que los turistas tendrán la oportunidad de probar licores que ya no se producen debido a la industrialización en los procesos.

Además, el producto está enfocado a que diferentes colectivos agrícolas u otros rubros quieran conocer la experiencia de este proyecto y quieran reproducirla en su país o región de origen.

Describa quiénes son los clientes potenciales y cómo se relacionarán con ellos.

Se entablará una relación directa y cercana con los clientes, buscando entregar un servicio de excelencia y la identificación del cliente con el patrimonio histórico-cultural.

Los potenciales clientes serán consumidores u o turistas que estén en la búsqueda de vinos con identidad cultural, son personas con un conocimiento sobre vinos, son personas mayores de 25 años, por lo general parejas adultas y extranjeros.

La relación será dada a la hora de realizar los WineTour por las viñas, donde aparte de poder mostrar su viñedo, como hace sus manejos de la vid, y sus producciones de vino artesanal, podrá mostrar como hace los vinos patrimoniales los cuales tienen procesos y tiempos diferentes. También habrá interacción con los clientes participando en las diferentes ferias que se realizan y donde los productores ya están participando algunas de ellas; son Fiesta de la Vendimia de Peralillo, Fiesta Huasa de Rancagua, Expo Mundo Rural de Santiago y la feria Vyva de Santiago.

También estará dada a través de internet interactuando por redes sociales, invitando a conocer nuestra ruta y los vinos patrimoniales, por correo electrónico con servicios de post venta donde se les envíe las promociones, nuevas líneas de productos y productos especiales y personalizados, para aquellos consumidores con un mayor cupo de compras. En definitiva, la línea de negocio turístico, buscará fidelizar a un cliente con el producto de vino *Fair Trade*.

La Red del Vino de Colchagua cuenta con un punto de venta comercial, situados en Santa Cruz (oficina principal). Se encuentran en la vía principal y de gran afluencia de potenciales clientes. Además la Red del Vino cuenta con una página web (<http://www.reddelvino.com>), a través de la cual se cuenta con venta online.

Describa cuál es la propuesta de valor.

En el valle de Colchagua la producción de vinos es algo natural, existen muchas viñas dedicadas a la venta de vino nacional como hacia el extranjero, los productores de Red del vino se están enfocando en nuevos productos con valor patrimonial, como lo son los vinos artesanales, los cuales se producían antiguamente pero de muy baja calidad, con este proyecto se busca ampliar el abanico de producciones ligadas a los vinos patrimoniales y conectar su esencia a la cultura local, generando así nuevos productos que son pedidos por nuestros clientes, los cuales no se han visto antes y poseen un factor diferenciador y cultural.

Describa cómo se generarán los ingresos y los costos del negocio.

Los ingresos serán por la venta directa de los vinos patrimoniales en nuestra tienda de vinos y de los servicios de enoturismo *Fair Trade* ligados a los intereses especiales de los consumidores por estos vinos.

También buscaremos internacionalizar algunos de los productos que tenga potencial exportador a través de los contactos comerciales que poseemos.

El costo del negocio está directamente relacionado al desarrollo de estos nuevos productos sobre toda la puesta en marcha referente a la inversión inicial y el desarrollo de capacidades productivas.

Una vez finalizado el proceso de puesta en marcha, los costos estarán directamente relacionados con la fabricación de los vinos como botellas, corchos, capsulas, cajas, etc. lo que permitirá un punto de equilibrio para el desarrollo de las nuevas unidades de negocio.

MODELO DE EXTENSION Y SOSTENIBILIDAD

Identificar y describir a los beneficiarios de los resultados de la propuesta.

Los productores que participaran de este proyecto son todos socios de red del vino Colchagua, serán los más avanzados en términos de conocimiento sobre vinificación.

Gerardo Orellana Díaz
Osvaldo Díaz Poblete
Enrique Orellana Díaz
Gilberto López Arias
Jaime Cea Morales
José Becerra Meneses
María Seguel Seguel
Benito Castro Gaete
Segundo Castro Gaete
José Castro Gaete
Juan Castro Gaete

Explique cuál es el valor que generará para los beneficiarios identificados.

El valor que genera es la sostenibilidad de los pequeños productores, hoy en día, solo quedan unos pocos pequeños productores de la reforma agraria, debido a que se han dedicado por años a ser productores de materia prima (uva vinífera), como no han logrado sumarse a la elaboración de productos procesados no han logrado la sustentabilidad, este tipo de proyecto son esenciales para lograr la transformación.

El valor del desarrollo de estos nuevos productos no son solo para los beneficiarios, también son para toda la familia, que aprenden a desarrollar nuevos productos y servicios, fortaleciendo el traspaso generacional de las familias campesinas del valle de Colchagua.

Por último el valor para los beneficiarios es la identificación cultural de los pequeños productores, son productos patrimoniales que reforzaran la identificación de los pequeños productores en la zona y su identificación con el territorio, permitiendo generar un nuevo nicho de mercado para ellos, donde no tengan tanta competencia y la diferenciación pueda ser su estrategia de competitividad.

Describa qué herramientas y métodos se utilizará para que los resultados de la propuesta lleguen efectivamente a los beneficiarios identificados, quiénes la realizarán y cómo evaluará su efectividad.

Las herramientas y métodos estará relacionados con la esencia de la empresa, la empresa red del vino es una empresa que se encuentra certificada comercio justo hace ya 8 años posee protocolos y procedimientos formales y auditados, los socios que serán beneficiarios son socios de la empresa desde su conformación hace 13 años, existen comisiones compuestas por los mismos productores, como comisión revisora de cuentas, comisión social, comisión medio ambiental, etc. que refuerza que los procesos se cumplan para los objetivos propuestos.

La empresa posee un directorio compuesto por, Gerardo Orellana Presidente y José Becerra Tesorero ambos participaran del proyecto como beneficiarios y supervisores que efectivamente el proyecto

llegue a los productores beneficiados.

Por último existirán listas de asistencia y fotografías de todas las actividades que se desarrollen durante el proyecto.

Describa con qué mecanismos se financiará el costo de mantención del bien o servicio generado de la propuesta una vez finalizado el cofinanciamiento.

Los costos de mantención de las maquinarias, los costos de servicios y los costos de insumos serán financiados de las ventas de los productos originados y de los servicios enoturístico vinculados.

Para el desarrollo de estos nuevos productos la inversión y el traspaso de capacidades son los costos más relevantes, nosotros buscamos que los productores sean los fabricantes de estos productos, por este motivo el costo de servicios será bajo una vez finalizado el proyecto, los costos de inversión serán asumidos al comienzo del proyecto y los costos de mantención no son altos para el desarrollo de los productos, los costos de insumos son razonables en la elaboración de vinos, dejando un margen amplio para poder costear el funcionamiento de la nueva unidad de negocio.

1.8. Potencial de 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.

Potenciales impactos productivos

El impacto productivo esta directamente relacionado con poseer un equipamiento adecuado para producir los vinos patrimoniales, equipamiento que permita calidad para los procesos productivos y que esto se transfiera a calidad en los productos.

El desarrollo de nuevas habilidades para producir vinos patrimoniales es esencial para lograr la transferencia tecnológica, el equipo técnico cumple un rol importante en el desarrollo del proyecto, debe dejar instaladas las capacidades productivas en los pequeños productores.

Todos estos nuevos procesos productivos de vinificación lograran inducir a los pequeños productores a replantearse sus sistema de manejo predial, para buscar una mejor calidad de sus propias materia prima, logrando generar la necesidad de mejora en todo su sistema productivo.

Potenciales impactos económicos

Los impactos económicos están directamente relacionados con la generación de nuevas unidades de negocio que aportaran a los pequeños productores a tener una diversificación productiva que generara una diversificación económica.

Los productores posee una estructura económica muy ligada a su rubro mono productivo, el vender uvas solo genera en ellos conductas de endeudamiento a corto plazo y altos intereses, se endeudan durante un año para producir y los ingresos son recibidos una vez al año. Este proyecto les permitirá generar ingresos de forma mensual, cambiando su estructura económica y su comportamiento financiero.

Potenciales impactos sociales

Los pequeños productores están vinculados en las zonas rurales de Colchagua, hoy en día son referentes en sus localidades de emprendimiento, cultura y asociatividad.

Han logrado ganar un espacio en el mundo vitivinícola y son considerados por Universidades, Colegios técnicos, etc. para poder trabajar junto a las nuevas generaciones.

Los pequeños productores de Red del vino Colchagua, están llamados a ser agentes

de promover las acciones sociales apoyando a sus comunidades en labores benéficas, recreativas, etc. El comercio justo lo exige como parte de sus exigencias.

Potenciales impactos medio ambientales

Los pequeños productores son hoy en día, los que generan una menor huella de carbono en la industria vitivinícola, debido a que la mayoría de sus procesos productivos son manuales, consumiendo menos combustible, Luz eléctrica, entre otros factores contaminantes, lograr que los pequeños productores generen una sostenibilidad permitirá mantener estas prácticas productivas y contribuir al medio ambiente.

La sostenibilidad medio ambiental también es parte de los factores que los pequeños productores deben mantener, el producir a una escala artesanal permite controlar los manejos productivos, la reincorporación y reutilización de los insumos ocupados.

La preservación de la flora y fauna rural es uno de los mayores intereses que posee red del vino Colchagua, sus productores están comprometidos en mantener sus viñedos integrados a ecosistemas de preservación, incluyendo uno de sus tours como avistamientos de aves, el poder seguir desarrollando este tipo de iniciativas también está vinculada con la sobrevivencia económica de los pequeños productores y este proyecto busca generar nuevas oportunidades que permitirán mantener el trabajo que los pequeños productores realizan en sus predios.

2. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Red del Vino Sexta Región S.A.	
Giro / Actividad	Comercialización de vinos	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	X
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores	2	
Usuario INDAP (sí / no)	Si	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax	-	
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Gerardo Antonio Orellana Díaz	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Agricultor	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente	
Firma representante legal		

Anexo 2. Ficha identificación de los asociados. Esta ficha debe ser llenada para cada uno de los asociados al proyecto.

Anexo 3. 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	Rodrigo Eduardo Valenzuela Seguel
RUT	
Profesión	Contador
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Red Del Vino Sexta Región S.A.
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Gerente
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	Evelyn Pilar Seguel Seguel
RUT	
Profesión	Ingeniera en Administración de Empresa
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Red del Vino Sexta Región S.A.
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Coordinador Alterno.
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	-
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	Alex Antonio Malverde Seguel
RUT	
Profesión	Turismo Enológico
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Red Del Vino Sexta Región S.A.
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Gestor Enoturístico
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	Sergio Andres Zavalla Parraguez
RUT	
Profesión	Técnico Vitivinícola de nivel superior.
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Red del Vino Sexta Región S.A.
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Enólogo.
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	-
Teléfono celular	
Email	
Firma	