Fundación para la Innovación Agraria
MINISTERIO DE AGRICULTURA

OFICINA DE PARTES 2 FIA
RECEPCIONADO
Fecha 21 MAR 2018
Hora 10:03
Nº Ingreso 4592

Región de O'Higgins
Gobierno Regional

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:	**Mejoramiento de procesos productivos para la Potencialización del Patrimonio Vitivinícola de la Sexta Región**
Ejecutor:	Comercializadora Santa Blanca Wines Ltda.
Código:	PYT-2017-0850
Fecha:	01 de marzo 2018

Tabla de contenidos

Tabla de contenidos 2
I. Plan de trabajo 3
1. Configuración técnica del proyecto 3
2. Anexos 25
3. Costos totales consolidados 34
II. Detalle administrativo (Completado por FIA) 36

I. Plan de Trabajo

1. Configuración técnica del proyecto

1.1. Resumen ejecutivo

Esta propuesta tiene como objetivo producir a escala humana vinos patrimoniales regionales como chacolí, chicha, pipeño y vino de pasas, y además agregar valor a los vinos naturales actualmente producidos (ejecutor más asociados). De esta forma, aumentaremos su competitividad mediante la agregación de valor tanto en su etapa productiva (inocuidad y consistencia en la calidad organoléptica final) como también agregar valor mediante el desarrollo de un concepto común llevado a cabo a través de una fuerte estrategia de marketing y el packaging. La idea es generar un "sello o logo" común que podamos usar en nuestros productos y que refleje y contribuya a crear una identidad propia como productores de vinos patrimoniales de alta calidad, fieles a su origen y carácter. Actualmente, y cada vez más frecuente, los consumidores buscan etiquetas que los cautiven, buscan un origen especial, conocer el cuento y la historia que hay detrás de ellos. De esta manera buscamos que el impacto a los consumidores finales, vaya más allá de cada tipo de vino por sí mismo, sino más bien que nos permitan contar la historia de nuestra cultura y patrimonio regional. Por lo cual nuestras actividades de difusión será mostrar el producto terminado de una forma vanguardista que muestre la innovación y diferenciación que estamos haciendo, y estarán destinadas a clientes finales, periodistas y profesionales del rubro.

Junto con lo anterior, realizaremos un catastro de pequeños productores de la región, de uvas de variedades patrimoniales. Así obtendremos una masa crítica, tanto en hectáreas como en variedades de uva que nos permitirán llevar a cabo nuestro proyecto en el corto y mediano plazo, realizaremos un diagnóstico de su estado actual y manejo. Todo lo anterior con el fin de poder mejorar las condiciones generales de estos pequeños productores y sobre todo la calidad final, consistencia, sanidad para la obtención de un producto final óptimo.

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general[1]

Crear una propuesta de valor en conjunto, que muestre el patrimonio vitivinícola de la Sexta Región

1.2.2. Objetivos específicos[2]

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	**Elaborar vinos Patrimoniales de alta calidad e innovativos, rescatando las tradiciones vitivinícolas de la Región (Chacolí, Chicha, pipeño, vino de pasas y vinos naturales), mejorando su calidad final y la consistencia en el tiempo a través de mejoras en el proceso de vinificación.**
2	**Asegurar uvas de calidad en la cantidad requerida para el óptimo desarrollo del proyecto en el corto, mediano y largo plazo, estableciendo una relación asociativa con pequeños productores de uva de la sexta región.**
3	**Elaborar un modelo de negocios exitoso para la producción y comercialización de los vinos patrimoniales producidos, el cual incluirá el desarrollo de imagen, marca y actividades de difusión de los productos finales.**

[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:

La metodología de trabajo propuesta para elaborar vinos patrimoniales de alta calidad e innovativos es la siguiente:

1. Selección de uva y variedades a trabajar: se realizará una prospección a distintos pequeños campesinos de la región de Cachapoal y Colchagua, con el fin de poder adquirir uvas en buenas condiciones y buen estado sanitario. Junto con un terroir con alto potencial. La idea es identificar distintos pequeños productores vitícolas, obteniendo una masa crítica tanto de superficie como de variedades.
   Las principales variedades de uvas con las que se buscará trabajar serán: País, Carignan, Moscatel, Semillón.
   En la vendimia 2018, se realizarán 2.000 litros de Pipeño y 2.000 litros de vino de pasas, para lo cual se necesitan 3.500 kilogramos de uva respectivamente. Esto ya que la vinificación tiene una eficiencia de 60% para la conversión de kilos de uva a litros de vino aprox.
   En la vendimia 2019, se realizarán 2.000 litros de chicha y 2.000 chacolí, para lo cual se necesitan 3.500 kilogramos de uva respectivamente. Esto ya que la vinificación tiene una eficiencia de 60% para la conversión de kilos de uva a litros de vino aprox.
   El precio de compra de la uva será de $300/ kg, precio que está por sobre el promedio actual, esto con el fin de mejorar las condiciones actuales de los productores seleccionados.
2. Cosecha: se realizarán visitas a los productores seleccionados con muestreos durante el período de maduración de la uva por campo y variedad para determinar la fecha óptima de cosecha en base a análisis de madurez tecnológica (Brix, pH y acidez total) y madurez sensorial. La cosecha será manual.
3. Transporte: La uva serán cosechadas en cajas plásticas o bins, para luego ser transportada inmediatamente a la bodega para ser procesadas.
   El costo de logística de cosecha (transporte y viáticos) de la uva hasta la bodega, se estima que será aproximadamente $50/kilogramo.
4. Recepción: La uva será inspeccionada para determinar su estado sanitario y registrar los parámetros de madurez de cosecha (Brix, grado alcohol probable, pH y acidez total).
5. Despalillado y molienda: Una vez recepcionada la uva, se procederá al despalillado y molienda según el tipo de vino patrimonial a elaborar mencionados anteriormente.
6. Encubado: El mosto obtenido será encubado en cubas de acero inoxidable donde será enfriado, y se realizará una maceración por un tiempo definido en base a cada vino patrimonial deseado.
7. Fermentación: Se realizará en el mismo recipiente mencionado anteriormente (2.500 litros) en el caso que el mosto se fermente con los orujos o en su defecto se realizará la separación de ellos y posterior prensado para la fermentación de mostos libres de ellos. La fermentación comenzará espontáneamente por levaduras nativas propias de la uva, se realizarán pisoneos diarios durante la fermentación, la cuál será controlada y monitoreada diariamente, una vez alcanzados los parámetros físico químicos y organolépticos para cada tipo de vino patrimonial, estos serán descubados.
8. Descube y trasiegos: Una vez alcanzados los parámetros deseados se procederá a descubar y trasegar el vino obtenido a otro recipiente, donde serán conservados y estabilizados antes de ser embotellados, durante este periodo, los vinos serán monitoreados analítica y sensorialmente en forma periódica, para conocer su estado sanitario y de conservación, en base a esto se realizará el sulfitado de los vinos según cada caso.
9. Guarda en barricas: En el caso de los vinos naturales, estos serán envejecidos en barricas por un periodo aproximado de 12 meses, los cuales serán monitoreados periódicamente tanto analítica como sensorialmente.
10. Pre-envasado: Los vinos terminados serán analizados en los siguientes parámetros antes de ser embotellados: Alcohol, azúcar residual, acidez volátil, acidez total, pH, sulfuroso libre y total. Los vinos serán sulfitados según su requerimiento.

11. Filtrado y embotellado: Los vinos serán filtrados y embotellados en línea, de esta forma preservar sus características sanitarias y organolépticas homogéneas de los vinos, los cuales serán almacenados previo a su etiquetado, embalaje y comercialización.
    Para todos los vinos se utilizarán botellas de 750 cc de vidirio, obteniendo las siguientes cantidades: 2.600 botellas por cada uno de los vinos patrimoniales.

Para mejorar la calidad final y la consistencia en el tiempo de los vinos naturales y patrimoniales se realizará lo siguiente:

- **Acondicionamiento y adecuación de la infraestructura de bodega patrimonial utilizada para la vinificación del ejecutor y los asociados.**
  Se realizará un mejoramiento de radieres, para el cual se pondrá un sobre radier adicional al existente, reforzado con malla acma y concreto reforzado para resistir el tránsito de grúas horquilla. El radier será sellado para permitir una fácil limpieza y mantener la sanidad en la bodega. También se agregará una pendiente adecuada para la evacuación de las aguas durante la limpieza y sanitización de la bodega. Por otra parte, se mejorará la pintura del interior de la bodega (Medio Muro) para sellar las paredes y poder lavarlas de ser necesario. Este cambio nos permitirá mantener una bodega limpia y libre de microrganismos que pudiesen afectar la calidad de los vinos.

- **Control de Gestión y manejo de puntos críticos.**
  Se elaborarán manuales de procedimientos en común para todos los asociados, estos manuales nos darán las directrices básicas para todos los procesos que se realizan en la bodega, desde la recepción de la uva, hasta el envasado y etiquetado de los productos. Dentro de estos manuales se establecerán puntos críticos de control, ya sean sanitarios, analíticos o de control de calidad. Estos puntos de control nos van a permitir llevar una trazabilidad adecuada y asegurar así la consistencia e inocuidad de nuestros productos, haciéndolos más competitivos y adecuados para los mercados actuales.

- **Compra de maquinaria productiva, con el fin de aumentar la eficiencia y sanidad en los procesos de elaboración y guarda.**
  Se considera la compra de una despalilladora, cubas de acero inoxidables, sistema de frío con piping de acero inoxidable para las cubas, prensa y bombas de trasiego. Esta maquinaria nos va a permitir aumentar nuestra capacidad productiva y adecuar nuestros procesos para producir de manera más eficiente e inocua, mejorando así la calidad de nuestros productos y agregando valor a los vinos patrimoniales que elaboramos.

- **Habilitación de un laboratorio de análisis vitivinícolas que permita realizar análisis periódicos.**
  Para esto se comprarán insumos e implementos de laboratorio para realizar análisis de pH, azúcar, acidez total, acidez volátil, cromatografías, densidad y temperatura. Además, se contratará un profesional especializado que vaya periódicamente a realizar los análisis que sean necesarios para el ejecutor y los asociados.

Método objetivo 2:

Con el fin de asegurar una alta calidad de uva en la cantidad requerida y establecer una relación asociativa con los productores de uva, realizaremos la siguiente metodología:

- Se realizará un catastro de diferentes productores vitícolas en diferentes zonas de la región. Para ello se realizarán giras por estás zonas con el fin de contactarlos, identificar variedades de uva presentes, contabilizar superficie y realizar un diagnóstico del estado actual de los viñedos. Para comenzar a identificar la potencialidad patrimonial de la región.

- A través de un análisis de la oferta potencial identificada y mediante el diagnóstico realizado a cada uno, se realizará la selección de los productores con cuales se trabajará, esto en función a diferentes características tales como: kilogramos potenciales del viñedo, calidad potencial de la uva, estado del cultivo, forma de manejo del viñedo, variedades de uva, terroir, sanidad, entre otras. Se elaborará una tabla donde cada indicador tendrá una ponderación específica que nos permitirá "rankear" a los productores, y de esta forma seleccionar los más adecuados para nuestro proyecto. Una vez lista la selección se firmará un acuerdo comercial y de colaboración mutua que por nuestra parte nos asegure la provisión de la uva en la calidad y cantidad requerida, y para los productores les garantice el apoyo y seguimiento en el manejo del cultivo, como también el precio mínimo garantizado acordado. Con este acuerdo nos aseguramos la continuidad del proyecto a mediano y largo plazo, y mejorar las condiciones actuales que tienen estos pequeños productores.

- Con aquellos productores que su diagnóstico no sea óptimo, sin embargo, su potencial de calidad es alto, se realizará en conjunto un plan de trabajo con el fin de mejorar la producción y la calidad final de la uva en las próximas temporadas. Esto incluirá apoyo técnico en planificación de las diferentes labores de manejo de los viñedos, y el seguimiento en su cumplimiento. El plan de trabajo considerará en desarrollar nuevas prácticas de manejo vitícola tales como: poda, desbrote permanente, raleo de racimo, nuevos tratamientos fitosanitarios a lo usado, deshoje y manejo de cosecha.

- Se acordará un precio de compra por kilo de uva que sea justo para ambas partes, considerando un valor por sobre el precio promedio del mercado. Para poder determinar este valor, se preguntará a cada viticultor cuáles han sido los precios obtenidos en las últimas cuatro vendimias, y en paralelo se consultará a tres corredores de uvas cuales han sido estos precios y cuál es el precio mercado para este año. Con toda la información se obtendrá un precio promedio, al cual se le adicionará al menos un 20%.
Además de lo anterior, la idea es poder agregar a este precio un bono por calidad y sanidad del viñedo en función al cumplimiento del plan de trabajo elaborado previamente, de esta manera a través de incentivos poder asegurar la cantidad y calidad final requerida, y también poder proyectar un trabajo a largo plazo en conjunto.

Método objetivo 3:

Para la elaboración del modelo de negocios se utilizará el modelo "CANVAS", método amigable que permite comenzar a elaborar un modelo de negocios exitoso para la generación de ingresos.
La elaboración de este modelo de negocios se irá realizando durante toda la duración del proyecto, de manera de ir adaptándolo a los cambios que se puedan presentar tanto dentro del proyecto como externamente, y también permitirá ir evaluando si algún elemento está fallando o no. Además, es un modelo que permite el trabajo en equipo.

Dicho método consiste en la identificación de los siguientes 9 "modulos":

1. Propuesta de valor
2. Segmentación de clientes
3. Canales de distribución
4. Relación con los clientes
5. Fuentes de ingreso
6. Recursos claves
7. Actividades claves
8. Socios claves
9. Estructura de costos

Junto con lo anterior con el fin del que el proyecto sea exitoso, lograr entrar al mercado y la comercialización de los productos, se realizará lo siguiente:

1. Desarrollo de imagen y marcas, para lo cual se contratará a un publicista y/o diseñador para que cree y desarrolle lo siguiente:

    1. Desarrollo de un concepto unificador común el cual tiene que estar fuertemente relacionado con el patrimonio vitivinícola de los pequeños productores la VI Región y su rescate. Al obtener ese concepto el cual tendrá que estar ligado a una historia se creará una "imagen", "sello" o "logo" que será utilizado como sello común por el ejecutor y asociados. Dicho nuevo "sello" cada asociado lo utilizará tanto en el packaging (etiqueta y contra etiqueta) como en otros elementos de difusión de la mano de su marca propia.

    2. Elaboración de una nueva marca de vinos para ser comercializada de manera conjunta entre ejecutor y asociados, y utilizada en la comercialización de los vinos patrimoniales producidos (pipeño, chacolí, uva de pasas y chicha). Se diseñará el packaging para cada uno de estos vinos, tanto las etiquetas, corchos, cápsulas y cajas.

    3. Elaborar un flyer impreso y/o digital u otro como herramientas de difusión que faciliten la comercialización de los productos.

    4. Elaborar un "landig page" o página web.

Dichas nuevas marcas se inscribirán en el INAPI (Instituto Nacional de Propiedad Intelectual), con el fin de protegerla de un mal uso de terceros.

2. Se realizarán las siguientes actividades de difusión de los nuevos productos:

    1. Evento de difusión para realizar el lanzamiento de los nuevos productos: Para eso se invitarán a la bodega patrimonial a periodistas, distribuidores, dueños de vinotecas y autoridades regionales para que puedan degustar los vinos y contarles nuestra historia.

    2. Eventos de difusión para realizar el lanzamiento de los nuevos productos a clientes finales: para eso se invitarán a grupos de consumidores finales que son parte de la base de datos del ejecutor y asociados, con los cuales se degustarán los vinos.

    3. Publicaciones en revistas y/o medios especializados

    4. Utilización de redes sociales y mailing para promoción de los productos y generar ventas.

    5. Participación en ferias costumbristas locales y regionales para generar identidad local.

Para poder registrar lo realizado en este proyecto, y poder utilizarlo en las distintas actividades de difusión se instalará en la bodega una cámara fotográfica que permita realizar "Timelaps", de esta manera obtendremos un material audiovisual muy atractivo que mostrará la construcción y el levantamiento de este proyecto desde su inicio.

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 chacolí	Litros de vino producido	Sin producción, sin litros	2.000 litros
1	2	Elaboración de pipeño	Litros de vino producido	Sin producción, sin litros	2.000 litros
1	3	Elaboración de vino de pasas	Litros de vino producido	Sin producción, sin litros	2.000 litros
1	4	Elaboración de chicha	Litros de vino producido	Sin producción, sin litros	2.000 litros
1	5	Elaboración de vinos naturales	Litros de vino producido	10.000 litros	15.000 litros
1	6	Acondicionamiento y reparación de radier de la bodega	Porcentaje de radier reparado y acondicionado	Radier de la bodega en mal estado y sin condiciones favorables para su limpieza y sanitización	100% de radier de la bodega reparado
1	7			No existe	90% de trabajos planificados y ejecutados

[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.

		Proceso de producción y control establecido	Elaboración de plan de trabajo y metodologías de seguimiento		
1	8	Bodega totalmente equipada	Porcentaje de avance	Bodega al 20% equipada	70% de bodega equipada
1	9	Vinos con acidez volátil baja , nivel de anhídrido sulfuroso adecuado (vinos correctos)	Valores de acidez volátil (g/L), anhídrido sulfuroso libre (mg/L)	Análisis de vino esporádicos de acidez volátil y anhídrido sulfuro libre	Seguimientos periódicos de los niveles de acidez volátil y anhídrido sulfuroso libre. Acidez volátil bajo 0.7 g/L Anhídrido sulfuroso libre de 30 mg/L
2	1	Catastro de potenciales pequeños productores patrimoniales de la sexta región con las siguientes variedades: País, Carignan, Moscatel y Semillón (En número de productores y kilogramos de uvas producidos)	Número de productores catastrados y kilogramos producidos	Sin catastro	10 productores y 30.000 kilogramos producidos.
2	2	Acuerdo comercial y Plan de trabajo con pequeños productores patrimoniales seleccionados firmados	Número de acuerdos comerciales y planes de trabajo.	No existe	4 acuerdos comerciales y planes de trabajo firmados
3	1	Elaboración de un modelo de negocios con método Canvas	Modelo de negocios Canvas	Modelos de negocios individuales del postulante y asociados	Modelo de negocios Canvas creado y actualizado en el tiempo

		para los vinos patrimoniales			
3	2	Creación del concepto reflejado en imagen, logo o sello	Logo o sello	No existe	Logo creado
3	3	Creación de una historia ligada al concepto común por publicista y/o diseñador	Elaboración de la historia y concepto por especialista	No existe	Historia y concepto creada
3	4	Elaboración de nueva marca para comercialización de vinos patrimoniales: pipeño, chacolí, uva de pasas y chicha	Diseño de marca	No existe	Marca creada
3	5	Diseño de packaging de vinos patrimoniales: pipeño, chacolí, uva de pasas y chicha	Diseño de etiquetas, contra etiquetas y cajas	No existe	100% diseños listos
3	6	Impresión de etiquetas de vinos patrimoniales	Porcentaje de impresión	0%	100%
3	7	Realizar actividades de lanzamiento para difusión de nueva marca de vinos patrimoniales creada y nuevo sello	Asistentes a las degustaciones	No se ha realizado	30 asistentes

1.5. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos[5]	Resultado Esperado[6] (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Obtención uva de la calidad y variedades requeridas en la cantidad necesaria	Obtención de 7.000 kg	03-2018
Bodega de vinificación en condiciones adecuadas para el inicio de la vendimia	Radier 100% reparado, equipamiento necesario disponible y en condiciones.	03-2018
Entrega de propuesta de encadenamiento productivo virtuoso con la AFC del territorio	Propuesta entregada	04-2018
Entrega de propuesta inicial de modelo de negocio	Propuesta entregada	04-2018
Entrega de propuesta de modelo de difusión y transferencia a la AFC	Propuesta entregada	04-2018
Desarrollo de sello de concepto común	Creación de logo o imagen Creación de concepto e historia	08-2018
Creación de nueva marca colectiva para la comercialización de vinos patrimoniales	Diseño e impresión de packaging: etiquetas, contra etiquetas, cajas.	08-2018
Productos terminados cosecha 2018	Vinos patrimoniales terminados: vino de pasas y pipeño	08-2018
Puntos de ventas	Contar con 5 puntos de ventas	09-2018

[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.

Obtención uva de la calidad y variedades requeridas	Obtención de 7.000 kg	03-2019
Puntos de ventas	Duplicar puntos de ventas 2018 (10)	09-2019
Productos terminados cosecha 2019	Vinos patrimoniales terminados: chicha y chacolí Vinos naturales	08-2019

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

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											
			Trimestre											
			Ene-Mar			Abr-Jun			Jul-Sep			Oct-Dic		
1	8	Primera etapa de Equipamiento de bodega: Cotizaciones cubas de acero inoxidable, mangueras y prensa		X	X									
1	9	Cotización de equipos y materiales de laboratorio		X										
1	9	Selección de uva y variedades para elaboración de vino patrimonial vino pipeño		X	X									
1	4	Selección de uva y variedades para elaboración de vino patrimonial vino de pasas		X	X									

1	5	Selección de uva y variedades para elaboración de vinos naturales cosecha 2018		X	X									
1	9	Compra de equipos y materiales de laboratorio			X									
1	9	Selección y contratación de profesional para laboratorio		X	X									
1	8	Primera etapa de Equipamiento de bodega: Compra cubas de acero inoxidable, despalilladora y bombas		X	X									
1	6	Acondicionamiento y reparación de la bodega		X	X									
1	6	Pintura sanitaria de la bodega			X									
3	2	Presentación de primera propuesta de modelo de negocio				X								
3	2	Elaboración de modelo de difusión, transferencia y encadenamiento productivo virtuoso con la AFC				X								
1	7	Elaboración de plan de trabajo y metodologías de seguimiento			X	X								
1	2	Cosecha de uva para elaboración de vino patrimonial vino pipeño				X								
1	4	Cosecha de uva para elaboración de vino patrimonial vino de pasas				X								
1	5	Cosecha de uva para elaboración de vinos naturales cosecha 2018			X	X								
1	2	Transporte y recepción de uva para elaboración de vino patrimonial vino pipeño				X								
1	4	Transporte y recepción de uva para elaboración de vino patrimonial vino de pasas				X								
1	5	Transporte y recepción de uva para elaboración de vino patrimonial vinos naturales cosecha 2018			X	X								
1	3	Despalillado y molienda de uva para elaboración de vino patrimonial vino pipeño				X								
1	4	Despalillado y molienda de uva para elaboración de vino patrimonial vino de pasas				X								
1	5	Despalillado y molienda de uva para elaboración de vino patrimonial vinos naturales cosecha 2018			X	X								
1	2	Encubado y fermentación de uva para elaboración de vino patrimonial vino pipeño				X								
1	4	Encubado y fermentación de uva para elaboración de vino patrimonial vino de pasas				X								

1	5	Encubado y fermentación de uva para elaboración de vino patrimonial vinos naturales cosecha 2018			X	X									
1	3	Descube y trasiegos de uva para elaboración de vino patrimonial vino pipeño				X	X								
1	4	Descube y trasiegos de uva para elaboración de vino patrimonial vino de pasas				X	X								
1	5	Descube y trasiegos de uva para elaboración de vino patrimonial vinos naturales cosecha 2018				X	X								
3	3	Selección y contratación de profesional (publicista y/o diseñador) para creación marca colectiva				X									
3	3	Selección y contratación de profesional (publicista y/o diseñador) para creación de historia y concepto				X									
3	5	Selección y contratación de profesional (publicista y/o diseñador) para creación de packaging				X									
3	4	Desarrollo y creación marca colectiva					X	X	X	X					
3	3	Desarrollo y creación de historia y concepto					X	X	X	X					
3	5	Desarrollo y creación de packaging de vinos patrimoniales					X	X	X	X					
1	5	Guarda en barricas de uva para elaboración de vino patrimonial vino naturales cosecha 2018					X	X	X	X	X	X	X	X	
1	2	Pre envasado vino patrimonial vino pipeño								X					
1	4	Pre envasado vino patrimonial vino de pasas								X					
1	2	Filtrado y embotellado vino patrimonial vino pipeño								X					
1	4	Filtrado y embotellado vino patrimonial vino de pasas								X					
3	7	Presentación de los vinos a Prensa Especializada									X				
3	7	Lanzamiento de los vinos a Público General									X				
1	8	Segunda Etapa de Equipamiento de Bodega: Cotización									X				
1	8	Compra segunda Etapa de Equipamiento de Bodega										X	X		

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2019											
			Trimestre											
			Ene-Mar			Abr-Jun			Jul-Sep			Oct-Dic		
1	5	Pre envasado vinos naturales cosecha 2018	X	X	X									
1	5	Filtrado y embotellado vinos naturales cosecha 2018			X	X								
1	1	Selección de uva y variedades para elaboración de vino patrimonial chacolí	X	X										
1	3	Selección de uva y variedades para elaboración de chicha	X	X										
1	5	Selección de uva y variedades para elaboración de vinos naturales cosecha 2019	X	X										
1	1	Cosecha de uva para elaboración de vino patrimonial chacoli			X	X								
1	2	Cosecha de uva para elaboración de chicha			X	X								
1	5	Cosecha de uva para elaboración de vinos naturales cosecha 2019			X	X								
1	1	Transporte y recepción de uva para elaboración de vino patrimonial chacolí			X	X								
1	3	Transporte y recepción de uva para elaboración de chicha			X	X								
1	5	Transporte y recepción de uva para elaboración de vino patrimonial vinos naturales cosecha 2019			X	X								
1	1	Despalillado y molienda de uva para elaboración de vino patrimonial chacolí			X	X								
1	3	Despalillado y molienda de uva para elaboración de chicha			X	X								
1	5	Despalillado y molienda de uva para elaboración de vino patrimonial vinos naturales cosecha 2019			X	X								
1	1	Encubado y fermentación de uva para elaboración de vino patrimonial chacolí			X	X								
1	2	Encubado y fermentación de uva para elaboración de chicha			X	X								
1	5	Encubado y fermentación de uva para elaboración de vino patrimonial vinos naturales cosecha 2019			X	X								
1	1	Descube y trasiegos de uva para elaboración de vino patrimonial chacolí				X	X							

1	3	Descube y trasiegos de uva para elaboración de chicha				X	X								
1	5	Descube y trasiegos de uva para elaboración de vino patrimonial vinos naturales cosecha 2019				X	X								
1	5	Guarda en barricas de uva para elaboración de vino patrimonial vino naturales cosecha 2019					X	X	X	X	X	X			
1	1	Pre envasado vino patrimonial chacolí								X					
1	3	Pre envasado chicha								X					
1	1	Filtrado y embotellado vino patrimonial chacolí								X					
1	3	Filtrado y embotellado chicha								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.
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos). Tanto los vinos naturales como los patrimoniales, son de nicho, están enfocados para un perfil de conocedor de vinos, consumidores tradicionales y regionales de este tipo de vinos, y poco a poco novatos dispuestos a experimentar. Estos últimos conocidos como los Millennials (generación del milenio) claramente amantes de la gastronomía, vinos, arte y cultura, preocupados de la salud, personas que no eligen un vino sólo por su precio, sino que también buscan etiquetas y un packaging que los cautive, buscan un origen especial, conocer el cuento y la historia que hay detrás de ellos. Son jóvenes y urbanos, que imponen un nuevo modelo de consumo, festivo y orientado hacia el descubrimiento y la experiencia. Por eso nuestros principales clientes son aquellas tiendas especializadas, vinotecas online, y todo aquellos enfocados en este perfil de cliente final. Esta tendencia está cada vez más fuerte, tanto a nivel nacional como en el extranjero, países como Canadá, Estados Unidos y algunos europeos buscan nuevos e interesantes vinos, preferentemente de regiones emergentes, vinos Premium sobre los USD $15 por botella. A nivel país, cada día vemos la creación de nuevas tiendas enfocadas en la comercialización de vinos de escala humana y de pequeños productores. Si bien la oferta de estos vinos también ha aumentado, falta mucho por trabajar en su calidad y consistencia final.
Describa quiénes son los clientes potenciales y cómo se relacionarán con ellos.
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos). Estos tipos vinos son de nicho, están enfocados para un perfil de cliente con poder adquisitivo mediano-alto y alto, conocedor de vinos, amantes de la gastronomía, aquellas personas que no eligen un vino sólo por su precio, sino que buscan etiquetas y un packaging que los cautive, buscan un origen especial, conocer el cuento y la historia que hay detrás de ellos. Actualmente, tanto el ejecutor como los asociados ya comercializamos a nivel nacional vinos que cumplen con estas características, por lo cual ya poseemos relaciones estrechas con clientes en las distintas etapas de la cadena de comercialización a lo largo del país, desde distribuidores, dueños de tiendas especializadas, vinotecas online, canal horeca, hasta consumidores finales. A nivel internacional, tal como se mencionó en el punto anterior, el consumo de este tipo de vinos ha aumentado notablemente y sigue en alza, por lo cual la idea es buscar importadores. Actualmente uno de los asociados ya exporta sus productos, por lo que puede contribuir notablemente en su internacionalización.
Describa cuál es la propuesta de valor.

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

1. **Agregar valor mediante una estrategia de marketing que conduzca a elaborar productos finales que sea vanguardistas cumpliendo con los requerimientos actuales del mercado y contribuyan a rescatar en el patrimonio vitivinícola de la sexta región**. La idea es contratar a un publicista y/o diseñador que desarrolle una estrategia de marketing que permita crear una imagen (sello o logo) vinculada a una historia (slogan). De esta manera al incluir esta imagen en el packaging y en el material de difusión, podremos comunicar y educar a los consumidores que nuestros vinos son vinos patrimoniales, que su elaboración y origen viene del patrimonio de la sexta región de Chile, que buscan rescatar y recuperar nuestra cultura, ancestros y tradiciones. Además, crear una marca en conjunto para comercializar los vinos patrimoniales: pipeño, chacolí, vino de pasas y chicha.
2. **Elaborar vinos patrimoniales de la sexta región de alta calidad e innovadores.** Agregar valor mediante mejoras en la etapa productiva.
   Actualmente el ejecutor y sus asociados ya producen vinos, pero como se indica en el informe final del estudio (Alternativas de vinificación para la pequeña agricultura de la Región de O´Higgins realizado por la Universidad de Talca), es necesario priorizar en la mejora de las técnicas de vinificación, envasado y guarda de este tipo de vinos para llegar a productos de calidad competitiva en el mercado, ya sea tanto en consistencia en su calidad organoléptica como inocuidad.

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

(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

Los ingresos serán generados a través de las ventas del producto final, tanto a nivel nacional como internacional.

Los costos del negocio incluyen son los siguientes:

- Costos fijos: Arriendo de bodega y servicios básicos, costos de administración, honorarios operarios de bodega y laboratorio, honorarios de contabilidad.
- Costos variables: materias primas (uva), botellas, corchos, etiquetas, capsulas, cajas de cartón, mantención de maquinaria y equipos, combustible, transporte, insumos de laboratorio, servicios de embotellado, asesoría enológica, servicios de marketing y diseño.

MODELO DE EXTENSION Y SOSTENIBILIDAD
Identificar y describir a los beneficiarios de los resultados de la propuesta.
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).
Explique cuál es el valor que generará para los beneficiarios identificados.
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).
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.
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).
Describa con qué mecanismos se financiará el costo de mantención del bien o servicio generado de la propuesta una vez finalizado el cofinanciamiento.
(Máximo 1.500 caracteres, espacios incluidos).

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
(Máximo 750 caracteres, espacios incluidos) A nivel productivo este proyecto va a tener un gran impacto en la calidad final de los vinos, eso ya gracias a la mejora de la calidad de la uva producida por los pequeños productores como también la mejora y control de puntos críticos en el proceso de vinificación.
Potenciales impactos económicos

(Máximo 750 caracteres, espacios incluidos)
A nivel económico existe un aumento en el portafolio de productos del ejecutor y de los asociados, incorporando productos innovadores y Premium dentro del mercado de vinos patrimoniales.

Por otro lado, también tiene un impacto económico en las economías de los pequeños productores vitícolas de la región, ya que aquellos seleccionados obtendrán un precio más justo por kg de la uva y también producciones más altas con las mejoras en el manejo de los viñedos.

Potenciales impactos sociales

(Máximo 750 caracteres, espacios incluidos)
A nivel social, el proyecto tiene potencial de impacto en dos ámbitos:
- Contribuir en empoderar a los pequeños productores vitivinícolas de la sexta región en nuestra cultura vitivinícola patrimonial, junto con mejorar sus condiciones actuales.
- Difundir la riqueza de este patrimonio y tratar de acercarlo al hogar y familias de muchos chilenos, rescatando nuestras raíces.

Potenciales impactos medio ambientales

(Máximo 750 caracteres, espacios incluidos)
A nivel Ambiental, el impacto potencial va de la mano con la mejora en los manejos de los viñedos, ya que un uso más eficiente en los insumos ya sea para la fertilización o para el manejo de plagas y enfermedades, se disminuye los riesgos en la contaminación de las aguas. También conservación de suelo agrícolas a través de la reincorporación de los rastrojos y restos de poda, y el uso de los suelos.

2. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	COMERCIALIZADORA SANTA BLANCA LTDA.	
Giro / Actividad	Elaboración y 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)	8.438	
Exportaciones, último año tributario (US$)	0	
Número total de trabajadores	2	
Usuario INDAP (sí / no)	No	
Dirección **postal** (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	José Francisco González Canala-Echevarria	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Ingeniero Agrónomo / Enólogo	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Enólogo	
Firma representante legal		

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

Nombre completo o razón social	SINGULAR WINES SpA	
Giro / Actividad	ELABORACION, PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE VINOS	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	x
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	55	
Exportaciones, último año tributario (US$)	0	
Número total de trabajadores	2	
Usuario INDAP (sí / no)	No	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	CARLOS PATRICIO LÓPEZ CABELLO	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	ENOLOGO Y ADMINISTRADOR	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Agrícola y Vitivinícola La Golondrina EIRL	
Giro / Actividad	Elaboración de vinos	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	X
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	2.016	
Exportaciones, último año tributario (US$)		
Número total de trabajadores	1	
Usuario INDAP (sí / no)	no	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo	-	
Fax	-	
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Daniel Antonio Miranda Barticevic	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Enólogo	
Firma representante legal		

Nombre completo o razón social	Jaime A. Núñez Sunkel	
Giro / Actividad	Ingeniero Agrónomo Productor	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	x
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	-	
Exportaciones, último año tributario (US$)	-	
Número total de trabajadores	-	
Usuario INDAP (sí / no)	-	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Viticultor	
Firma representante legal		

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.

Datos Coordinador:

Nombre completo	Carlos Patricio López Cabello
RUT	
Profesión	INGENIERO DE EJECUCION EN AGRONOMIA
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Singular Wines SpA
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	ENOLOGO Y ADMINISTRADOR
Dirección **postal de la empresa/organización donde trabaja** (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	María Alejandra Toro Reyes
RUT	
Profesión	Ingeniero Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	INCREMENTAL
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
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:	

Nombre completo	**José Francisco González**
RUT	
Profesión	**INGENIERO AGRÓNOMO/ENÓLOGO**
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	COMERCIALIZADORA SANTA BLANCA LTDA.
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	

Nombre completo	Daniel Antonio Miranda Barticevic
RUT	
Profesión	Ingeniero Agrónomo/Enólogo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	A y V La Golondrina EIRL
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	

Nombre completo	Jaime A. Núñez Sunkel
RUT	
Profesión	Ingeniero Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	
Dirección **postal de la empresa/organización donde trabaja** (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	