



CÓDIGO
(uso interno)

FORMULARIO DE POSTULACIÓN

PROYECTOS VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO

2017

Contenido

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA	4
1. NOMBRE DE LA PROPUESTA	4
2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUE SE ENMARCA	4
3. FECHAS DE INICIO Y TÉRMINO	4
4. LUGAR EN QUE SE LLEVARÁ A CABO.....	4
SECCIÓN II: COMPROMISO DE EJECUCIÓN DE PARTICIPANTES	5
6. ENTIDAD POSTULANTE.....	5
7. ASOCIADO (S)	5
SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DE LA ENTIDAD POSTULANTE, ASOCIADO(S) Y COORDINADOR DE LA PROPUESTA.....	6
8. IDENTIFICACION DE LA ENTIDAD POSTULANTE	7
8.1. Antecedentes generales de la entidad postulante.....	7
8.2. Representante legal de la entidad postulante	7
8.3. Realice una breve reseña de la entidad postulante	8
8.4. Cofinanciamiento de FIA u otras agencias	9
8.5. Si la respuesta anterior fue SI, entregue la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones (inicie con la más reciente).....	9
9. IDENTIFICACION DEL(OS) ASOCIADO(S).....	9
9.1. Asociado 1	9
9.2. Representante legal del(os) asociado(s)	9
9.3. Realice una breve reseña del(os) asociado(s)	10
10. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA PROPUESTA.....	10
SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA	11
11. RESUMEN EJECUTIVO.....	11
12. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	11
12.1. Productos y/o procesos a valorizar	11
12.2. Valor patrimonial.....	12
12.3. Vinculación con la pequeña agricultura	13
12.4. Orientación de mercado	14
13. PROPUESTA DE VALORIZACION DEL PATRIMONIO	15



14.	PROPIEDAD INTELECTUAL	16
14.1.	Protección de los resultados	16
14.2.	Conocimiento, experiencia y “acuerdo marco” para la protección y gestión de resultados. 16	
15.	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	17
15.1.	Objetivo general	17
15.2.	Objetivos específicos.....	17
16.	MÉTODOS.....	19
17.	RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES	23
18.	HITOS CRÍTICOS DE LA PROPUESTA.....	25
19.	CARTA GANTT.....	26
20.	ORGANIZACIÓN Y EQUIPO TECNICO DE LA PROPUESTA.....	29
20.1.	Organización de la propuesta	29
20.2.	Equipo técnico.....	29
21.	MODELO DE SOSTENIBILIDAD	31
22.	POTENCIAL IMPACTO	34
22.1.	Desarrollo económico de la pequeña agricultura	34
22.2.	Desarrollo social de la pequeña agricultura.....	34
22.3.	Desarrollo ambiental de la pequeña agricultura.....	35
	ANEXOS	36

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA			
1. NOMBRE DE LA PROPUESTA			
"Valorización del patrimonio vitivinícola del Valle del Itata mediante la producción de un "Brandy D.O." que aumente la competitividad de los pequeños productores"			
2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUE SE ENMARCA			
Ver identificación sector y subsector en Anexo 8.			
Sector	Alimento		
Subsector	Otros alcoholes		
Especie (si aplica)	<i>Vitis vinifera</i>		
3. FECHAS DE INICIO Y TÉRMINO			
Inicio	Octubre 2017		
Término	Septiembre 2019		
Duración (meses)	24 meses		
4. LUGAR EN QUE SE LLEVARÁ A CABO			
Región(es)	Bio Bío		
Provincia(s)	Nuble y Concepción		
Comuna (s)	Quillón, Florida y Concepción		
5. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO			
Los valores del cuadro deben corresponder a los valores indicados en el Excel "Memoria de cálculo proyectos valorización del patrimonio 2017".			
	Aporte	Monto (\$)	Porcentaje
FIA			
CONTRAPARTE	Pecuniario		
	No pecuniario		
	Subtotal		
TOTAL (FIA + CONTRAPARTE)			

SECCIÓN II: COMPROMISO DE EJECUCIÓN DE PARTICIPANTES

La entidad postulante y asociados manifiestan su compromiso con la ejecución de la propuesta y a entregar los aportes comprometidos en las condiciones establecidas en este documento.

6. ENTIDAD POSTULANTE

Nombre Representante Legal	Sergio Alfonso Lavanchy Merino
RUT	
Aporte total en pesos:	
Aporte pecuniario	
Aporte no pecuniario	

Firma

7. ASOCIADO (S)

Nombre Representante Legal	
RUT	
Aporte total en pesos:	
Aporte pecuniario	
Aporte no pecuniario	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p>Firma</p>	
<p>SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DE LA ENTIDAD POSTULANTE, ASOCIADO(S) Y COORDINADOR DE LA PROPUESTA</p>	

<p>8. IDENTIFICACION DE LA ENTIDAD POSTULANTE</p> <p>Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Adicionalmente, se debe adjuntar como anexos los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Certificado de vigencia de la entidad postulante en Anexo 1. - Certificado de iniciación de actividades en Anexo 2.
<p>8.1. Antecedentes generales de la entidad postulante</p>
Nombre: Universidad de Concepción
Giro/Actividad: Educación Superior
RUT:
Tipo de entidad, organización, empresa o productor (mediano o pequeño): Corporación de derecho privado
Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF) (si corresponde): No corresponde
Identificación cuenta bancaria (banco, tipo de cuenta y número):
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)/Domicilio postal:
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Usuario INDAP (sí/no): No
<p>8.2. Representante legal de la entidad postulante</p>
Nombre completo: Sergio Lavanchy Merino
Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad: Rector
RUT:
Nacionalidad: Chilena
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Profesión: Ingeniero Civil Mecánico
Género (Masculino o Femenino): Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):no

8.3. Realice una breve reseña de la entidad postulante

Indicar brevemente la actividad de la entidad postulante, su vinculación con la temática de la propuesta y sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir la propuesta.

La Universidad de Concepción fue fundada en 1919, Institución de Educación Superior que tiene por objeto crear, transmitir y conservar la cultura en sus más diversas manifestaciones, atendiendo adecuadamente los intereses y requerimientos del país al más alto nivel de excelencia. Con fuerte compromiso con la comunidad y su entorno, de destacada presencia nacional e importante proyección internacional. Liderazgo reconocido en transferencia tecnológica, innovación, emprendimiento e investigación científica. Una de las tres instituciones más activas en I+D+i y tecnología en el país. En 2015 recibió el reconocimiento de INAPI, como la institución nacional con el mayor número de registro de solicitudes de patentes (87).

La Universidad crea nuevos conocimientos a través de la investigación básica y aplicada y lo transfiere al medio externo. Con sus proyectos de investigación, sus programas y centros de investigación, sus unidades de desarrollo tecnológico, sus incubadoras de empresas y sus programas de emprendimiento, se constituye en uno de los principales agentes de ciencia y tecnología. En asociación con los sectores productores de bienes y servicios contribuye a la solución de sus problemas productivos y sociales, crea y mantiene espacios de interacción con ellos e introduce sistemas, procesos y tecnologías que les permite generar nuevos productos y servicios y mayores ventajas competitivas.

La Universidad de Concepción posee un cuerpo docente e investigador con una vasta experiencia en el área agrícola. En especial, el Departamento de Agroindustrias de la Facultad de Ingeniería Agrícola dispone de infraestructura (planta piloto y laboratorios), equipamiento e instrumental, para ser aplicado en el procesamiento, la innovación y caracterización nutricional de productos, además de vasta experiencia en la transferencia tecnológica y prestación de capacitaciones. La vinculación de la Facultad de Cs. Agrícolas con los viñateros del Valle del Itata, se basa en el trabajo en conjunto en proyectos orientados a difundir las buenas prácticas agrícolas de su producción, búsquedas de mejoras productivas para incrementar la productividad y desarrollo de productos con mayor valor agregado, todo con el enfoque de mantener y dar mayor sustentabilidad a la zona.

EL proyecto trabaja con un equipo multidisciplinario que aglutina la expertise de ingenieros, investigadores en las áreas de química, biología, agroindustrias y agronomía.

8.4. Cofinanciamiento de FIA u otras agencias

Indique si la entidad postulante ha obtenido cofinanciamiento de FIA u otras agencias del Estado en temas similares a la propuesta presentada (marque con una X).

SI	X	NO	
-----------	----------	-----------	--

8.5. Si la respuesta anterior fue SI, entregue la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones (inicie con la más reciente).

Nombre agencia:	Innova Bio Bio
Nombre proyecto:	Modernización productiva y de gestión del sector vitivinícola del valle del Itata de la agricultura familiar campesina a través de capturas de tecnologías y gestión de vínculos internacionales estratégicos en toda la cadena productiva en regiones vitivinícolas de Francia 2015
Monto adjudicado (\$):	
Año adjudicación:	2015
Nombre agencia:	Innova Chile
Nombre proyecto:	Estilbenos y Procianidinas extraídos de residuos de poda de Vitis Vinífera: producto purificado y microencapsulado para la industria cosmética y/o nutracéutica.
Monto adjudicado (\$):	
Año adjudicación:	2014

9. IDENTIFICACION DEL(OS) ASOCIADO(S)

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

9.1. Asociado 1

Nombre: Comité de Viñateros Cultura y Tradiciones de Rahuil
Giro/Actividad: Comité Productivo
RUT:
Tipo de entidad, organización, empresa o productor (mediano o pequeño): pequeño
Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF) (si corresponde):
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:

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

Nombre completo: Dagoberto Riquelme Muñoz
Cargo que desarrolla el representante legal en la entidad: Presidente
RUT:
Nacionalidad: Chileno

Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):			
Teléfono:			
Celular:			
Correo electrónico:			
Profesión: campesino-viñatero			
Género (Masculino o Femenino): Masculino			
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):no			
9.3. Realice una breve reseña del(os) asociado(s)			
Indicar brevemente la actividad del(os) asociado(s) y su vinculación con el tema de la propuesta.			
<p>Comité que agrupa a pequeños viñateros de la comuna de Florida, principalmente del sector Rahuil de la comuna de Florida, los que se dedican principalmente a la producción de uvas y vinos. La venta de vino se hace a poderes compradores que se instalan en la zona en época de vendimia y los vinos se venden principalmente a granel con poco valor agregado y muchas veces de manera informal. El Comité está conformado por 60 pequeños viñateros que en promedio manejan alrededor de 2 hectáreas, cuya principal variedad de uva es moscatel de Alejandría y una parte menor de uvas país y cinsault, las cuales se manejan sin riego, sin sistema de conducción y con producciones aproximadas de 15 Ton / ha de uva.</p> <p>El Comité de Viñateros desea ser parte de este proyecto, ya que, el mayor valor agregado que se desea obtener con la producción de brandy, a partir de un protocolo avalado por estudios científicos, dará la posibilidad de obtener mejores precios para su producción de uvas Italia. Están interesados en mejorar su manejo agrícola para la obtención de uva de calidad, que servirá de materia prima para la elaboración de este nuevo producto innovador.</p>			
10. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA PROPUESTA			
Complete cada uno de los datos solicitados a continuación.			
Nombre completo: José Becerra Allende			
RUT:			
Profesión: Químico Farmacéutico, Magister en Cs. Mención Botánica y PhD en Cs. Ambientales			
Pertenece a la entidad postulante (Marque con una X).			
SI	X	NO	
Indique el cargo en la entidad postulante:	Director de Investigación y Creación Artística - Académico	Indique la institución a la que pertenece:	Universidad de Concepción

Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:

SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA
<p>11. RESUMEN EJECUTIVO</p> <p>Sintetizar con claridad la justificación de la propuesta, sus objetivos, resultados esperados e impactos.</p> <p>Las centenarias viñas del Valle del Itata poseen un valor patrimonial enorme, por su legado histórico, simbólico y socio cultural. Para los productores, el cultivo de la vid es una tradición heredada y transmitida por generaciones, representando además la sobrevivencia de toda una forma de vida, rica en implicancias sociales, culturales y ecológicas. Este valle es considerado “un diamante en bruto”, donde pequeñas superficies de viñas se mezclan entre los bosques. Antiguas parras traídas por los jesuitas, cepas profundamente arraigadas a tradiciones potentes y gente que ama lo que tiene, son algunas de las características que lo hacen un lugar único.</p> <p>Por esta razón, el presente proyecto se centra en la valorización de tres variedades de uvas terpénicas: Moscatel, Torontel y Mutilla, propias del Valle del Itata. Considerando el bajo valor de venta de estas uvas, la propuesta pretende agregar valor a esta materia prima a través de un producto diferenciado y con gran potencial comercial. Para esto, se propone la creación de un “Brandy D.O.” derivado de estas variedades, fácilmente transferible a los pequeños productores de tal modo, que estos dejen de ser proveedores de las grandes viñas del valle central y se conviertan en productores de un destilado que dará más rentabilidad a la producción de sus viñas y que se transforme en un elemento que de impulso para un desarrollo local sustentable.</p>
<p>12. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA</p> <p>12.1. Productos y/o procesos a valorizar</p> <p>Describe brevemente el o los productos y/o procesos que serán valorizados a través de la propuesta.</p> <p>Los productos que serán valorizados a través de esta propuesta son tres variedades de uvas terpénicas, propias del Valle del Itata, reconocidas por su alto potencial aromático relacionado con altas concentraciones de terpenos volátiles en la pulpa y el hollejo de la uva. Las variedades Moscatel, Torontel y Mutilla presentan altos contenidos de geraniol, nerol, terpineol, entre otros. En el Valle del Itata se encuentra cerca de 3.000 hectáreas plantadas con la cepa Moscatel, y de las</p>

cepas Torontel y Mutilla no existe estadística oficial al respecto. Considerando el bajo valor de venta de estas uvas, la propuesta pretende agregar valor a una materia prima con valor patrimonial, a través de un producto diferenciado y con gran potencial comercial.

Para esto, el proyecto propone la creación de un “Brandy D.O.” derivado de las cepas terpénicas, fácilmente transferible a los pequeños productores de tal modo, que estos dejen de ser proveedores de cepas patrimoniales a las grandes viñas del valle central y se conviertan en productores de un destilado que dará más rentabilidad a la producción de sus viñas y que se transforme en un elemento que de impulso para un desarrollo local sustentable.

12.2. Valor patrimonial

Describa por qué el o los productos y/o procesos identificados anteriormente, tienen valor patrimonial. Para esto, considere la definición de FIA sobre patrimonio agrario, agroalimentario y forestal¹.

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

Las centenarias viñas del Valle del Itata poseen un valor patrimonial enorme, por su legado histórico, simbólico y socio cultural. Para los productores, el cultivo de la vid es una tradición heredada y transmitida por generaciones, representando además la sobrevivencia de toda una forma de vida, rica en implicancias sociales, culturales y ecológicas.

El valor patrimonial de las cepas del Valle del Itata ha sido reconocido en el Plan de Inversiones del Valle del Itata 2017-2019, clasificándolas como uno de los principales recursos que los habitantes de este territorio disponen para enfrentar en buena forma sus oportunidades de desarrollo (1).

Además, el valor patrimonial de las Viñas del Valle de Itata es respaldado por investigaciones y publicaciones, algunas de las cuales se detallan a continuación:

En estudio realizado por Méndez, K. 2016, el Valle del Itata se describe como un territorio con un paisaje singular, con viñas que sobreviven entre los pinos, donde se conserva una vasta riqueza cultural e histórica. En torno a estas viñas se ha generado un legado de prácticas de cultivo, saberes locales, bienes y productos tradicionales, celebraciones, discursos y representaciones de lo rural, así como formas de relacionarse las personas y estas con el entorno. Todos estos aspectos se consideran como parte del acervo identitario y patrimonial del Valle del Itata, sin embargo la historia de este territorio en torno a las cepas tradicionales ha estado permeada por decisiones e intervenciones orientadas al mercado y los procesos de modernización, que desvalorizan ese acervo patrimonial y cultural (2).

Por su parte, la enóloga Ana María Cumsille publica “Itata: un diamante en bruto”, de donde se desprende el siguiente extracto, ...“Laderas onduladas, pequeñas superficies de viñas que se mezclan entre los bosques, antiguas parras en cabeza traídas por los jesuitas, cepas

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

profundamente arraigadas y adaptadas a este lugar, tradiciones potentes y gente que ama lo que tiene y que con mucho esfuerzo ha mantenido viva la viticultura en este rincón del país son algunas de las características que lo hacen un lugar único. Variedades que se encuentran principalmente en Itata constituyen uno de sus grandes atractivos: Moscatel, País y Cinsault, cepas que hasta hace poco estaban olvidadas y que hoy están dando que hablar” (3).

La significación social y simbólica de las cepas patrimoniales del Valle del Itata para los habitantes de estos territorios se puede evidenciar en los relatos recopilados en una investigación realizada el 2015 y financiada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (FONDART), *Vinos y toneles del Itata: patrimonio, memoria e identidad en la producción del vino pipeño* (4). De esta publicación se extraen los siguientes relatos.

“...Todavía yo digo que el 90% de la gente conserva las viñas y las trabaja, la han seguido trabajando, pero ya yo creo que a estas alturas, sinceramente, por el cariño y por el amor a las viñas, no porque van a ganar con eso”. (Paola Navarro, sector El Galpón, Ránquil).

“...ver nuestras viñas llenas de bosque, eso sí que nosotros no queremos, no queremos ver nuestras viñas con bosques porque la gente empieza a emigrar, empieza a irse a las ciudades porque ve que no hay trabajo, ve que ya no hay nada. Uno tiene que tratar de hacer lo imposible para que la gente no se nos vaya, porque ¿cómo vamos a seguir adelante?” (Conversatorio sector Batuco, Ránquil).

“...Yo sigo produciendo vino aunque no lo pueda vender y me tenga que comer la uva. Voy a seguir hasta que me muera porque esto es lo que yo sé hacer”. (José Ruiz, sector Magdalena, Guarilhue, Coelemu)

En resumen, la valorización de las cepas patrimoniales de uvas terpénicas del Valle del Itata, se hace necesario ante la urgencia de resguardar el legado que forma parte de la historia y del desarrollo particular de este Valle, que lo caracteriza y lo hace especial.

12.3. Vinculación con la pequeña agricultura

Describe claramente cómo el o los productos y/o procesos a ser valorizados en la propuesta, se vinculan con la pequeña agricultura.

Las cepas patrimoniales del Valle del Itata que serán valorizadas con la ejecución de esta propuesta se cultivaban principalmente en viñas de pequeños productores, por lo tanto los resultados de este proyecto los beneficiará directamente.

Según cifras del Servicio Agrícola Ganadero (SAG) el 2014, 11.438 hectáreas fueron destinadas a la producción de cepas rústicas, como la País y Moscatel, las que fueron cultivadas por cerca de 5.000 familias, con un promedio de 2,2 hectáreas cada una.

Una investigación realizada por el Centro Regional de Investigación Quilamapu detalla la situación de la Región del Biobío, situándola como la tercera región con mayor cantidad de predios dedicados a la producción vitivinícola. El mismo estudio expresa que la Región concentra la mayor cantidad de pequeños agricultores, concentrando al 70% de los viñateros (3.800) de Chile que

desarrollan su actividad en predios inferiores a 1 hectárea, y al 50% (2.150) de los predios viñateros entre 1,1 y 5 hectáreas.

En particular, el Comité de Viñateros Cultura y Tradiciones de Rahuil, asociados al proyecto y receptores de los resultados está conformado por 60 pequeños viñateros que en promedio manejan alrededor de 2 hectáreas.

12.4. Orientación de mercado

Identifique el mercado objetivo y/o potencial del producto y/o proceso patrimonial puesto en valor.

Se debe considerar la demanda y oferta actual y/o potencial.

Demanda

El mercado objetivo o potencial del brandy que se desarrollará a partir de las cepas patrimoniales que se valorizarán en este proyecto es el mercado de bebidas alcohólicas. Chile tuvo un consumo de 1.099 millones de litros de bebidas alcohólicas durante el año 2015, siendo la cerveza la que posee mayor participación con un 72%. (Emol, 2016).

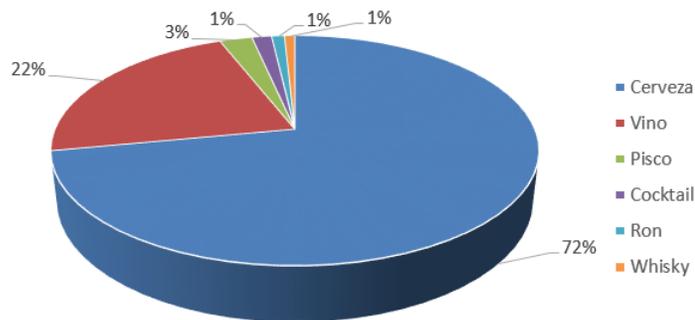


Gráfico 1: Consumo de Bebidas Alcohólicas en Chile año 2015 (Fuente: Emol, 2016)

Un nicho de este mercado que presenta gran dinamismo es el segmento de licores “Premium”, (considerados con un valor superior a \$30 mil por botella), desde el año 2010 a la fecha ha experimentado un crecimiento de 50%, con un tamaño de mercado de US\$65 millones correspondiente a la categoría de vinos, champañas y destilados. (Pulso, 2015).

El crecimiento de este segmento se sustenta en que los consumidores chilenos son cada vez más exigentes, con paladares que se han ido entrenando ante la cada vez más variada oferta de vinos y licores Premium. Los consumidores están prefiriendo productos innovadores, de mayor calidad y con identidad y están dispuestos a explorar productos nuevos.

Respecto a los destilados, el whisky y el vodka han penetrado en el mercado nacional de manera cada vez más importante, pero el pisco siempre lleva la delantera en las ventas.

Dado lo anterior, el proyecto busca ofrecer al mercado un nuevo producto generado a partir de destilados de uva del Valle del Itata, específicamente, el desarrollo de un brandy de origen nacional, enfocado al mercado nacional de licores “Premium o de lujo”. Vale mencionar que este nuevo producto tiene gran potencial de exportación, ya que en el escenario internacional, el rubro de destilados de uva, la bebida con mayor consumo es el cognac (brandy) con 151 millones de cajas el año 2012, nicho que se ha dinamizado con la salida al mercado de nuevos brandis de India y Filipinas (ODEPA 2013).

Oferta

Basta con entrar a un supermercado o botillería en Chile para observar la gran oferta de destilados, tragos preparados, que están a disposición de los consumidores locales. Esta mayor oferta se explica, según productores e importadores del rubro, en que los bebedores locales están cada vez más dispuestos a pagar por bebidas alcohólicas de mejor calidad, con sabores y diseños innovadores.

En tanto, según la Asociación Gremial de Fabricantes y Distribuidores de Licores y Bebidas Espirituosas de Chile (Aflechi), la particularidad del mercado en nuestro país pasa por un mayor ingreso per cápita de los chilenos que permite la compra de productos importados y novedosos.

Respecto a la oferta de brandys o cognac el mercado nacional ofrece productos importados desde España, Francia e Italia, con precios que van desde los \$20.000 para el caso de Brandy Torres 10 a los \$3.300.000 para una botella de Cognac Hennessy Richard (5).

13. PROPUESTA DE VALORIZACION DEL PATRIMONIO

Describa la propuesta de valorización del producto y/o proceso patrimonial que se pretende realizar. En esta descripción considere si la valorización se realizará mediante: el rescate, protección y/o el acceso a los mercados.

La propuesta de valorización de las cepas patrimoniales del Valle del Itata se realizará mediante la **protección de este patrimonio** y el **acceso a los mercados** de este nuevo producto que se generará a partir de las cepas de uvas terpénicas seleccionadas por sus atributos.

La propuesta contempla la protección del patrimonio a través de la confección de un estudio que permitirá realizar la solicitud de una marca colectiva a INAPI, para así poder obtener el Sello de Origen del brandy elaborado en el Valle del Itata, con cepas terpénicas seleccionadas y producidas en el Valle del Itata y cuya característica o reputación será atribuible principalmente a su procedencia desde la zona geográfica protegida, común a todos los productores.

Otro aspecto que está contemplado en la propuesta de protección del patrimonio es la

contratación de una asesoría de marketing que permitirá diseñar un signo distintivo o representación gráfica de la marca, con la cual se podrá distinguir que el brandy se trata de un producto con identidad territorial y mística, con características propias de la zona del Itata, fabricado por pequeños productores o campesinos.

Respecto de la propuesta de valorización de las cepas patrimoniales del Valle del Itata a través del acceso a mercados de los productos, se contempla en esta propuesta el diseño de un Plan de Marketing que definirá las estrategias necesarias para introducir de manera eficiente este nuevo producto al mercado objetivo.

Además adicionalmente está contemplado el diseño de un Plan de Negocios, que contenga un análisis del mercado, competencias, recursos necesarios para llevar a cabo el negocio, requerimiento legales y normativas que debe cumplir el producto para poder ser comercializado como bebida alcohólica en el país, entre otros aspectos fundamentales del negocio que deben ser considerados al momento de escalar el producto y comercializarlo.

14. PROPIEDAD INTELECTUAL			
14.1. Protección de los resultados			
a. Indique si el la propuesta aborda la protección del producto y/o proceso patrimonial puesto en valor. (Marque con una X)			
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
b. Si su respuesta anterior fue Si, indique cuál o cuáles de los siguientes mecanismos tiene previsto utilizar para la protección. (Marque con una X)			
Indicación geográfica (IG)		<input type="checkbox"/>	
Denominación de origen (DO)		<input type="checkbox"/>	
Marca colectiva		<input checked="" type="checkbox"/>	
Marca de certificación		<input type="checkbox"/>	
Otra		Especificar:	
c. Justifique el o los mecanismos de protección seleccionados:			
<p>Para diferenciar el producto de otros desarrollados por otros. Además le dará un valor agregado, por lo cual, podrá diferenciarse de sus competidores y entrar a mercados de licores o bebidas alcohólicas, en especial al nicho de productos Premium.</p>			
14.2. Conocimiento, experiencia y “acuerdo marco” para la protección y gestión de resultados.			
a. Indique si la entidad postulante y/o asociados cuentan con conocimientos y experiencia en protección a través de derechos de propiedad intelectual. (Marque con una X)			
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>

b. Si su respuesta anterior fue Si, detalle conocimiento y experiencia.			
El conocimiento de la Universidad de Concepción, en protección de resultados de proyectos innovadores se basa en su Unidad de Propiedad Intelectual (UPI) creada el año 2003, que presta asesoría a las distintas reparticiones Universitarias en materia de Propiedad Industrial e Intelectual en sus diversos aspectos. La UPI se preocupa de gestionar las solicitudes de patente, o cualquier otro mecanismo de protección de los resultados de los investigadores de la Universidad, además tramita cualquier otro derecho de propiedad intelectual ante las entidades que corresponda (INAPI, DIBAM, entre otros).			
c. Indique si la entidad postulante y sus asociados han definido un “acuerdo marco preliminar” sobre la titularidad de los resultados protegibles por derechos de propiedad intelectual y la explotación comercial de estos. (Marque con una X)			
SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
d. Si su respuesta anterior fue Si, detalle sobre titularidad de los resultados y la explotación comercial de éstos.			
Existe acuerdo preliminar de que la marca colectiva se registre a nombre del Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil, de manera que puedan utilizarla libremente para la comercialización de sus productos. Esto no quita el hecho de conversaciones futuras con otras partes involucradas dentro de este proyecto.			
15. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA			
A continuación indique cuál es el objetivo general y los objetivos específicos de la propuesta.			
15.1. Objetivo general²			
Desarrollar un protocolo de elaboración de un “Brandy D.O.” para agregar valor a las cepas de uvas terpénicas patrimoniales del Valle del Itata.			
15.2. Objetivos específicos³			
Nº	Objetivos Específicos (OE)		
1	Desarrollar un catastro productivo de las cepas Torontel, Moscatel y Uva Mutilla, en los		

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

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

	predios de los miembros del Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil.
2	Determinar las características organolépticas de cada una de las cepas de uva utilizadas en el estudio, mediante el análisis químico, físico y sensorial de un número representativo de muestras.
3	Determinar las condiciones óptimas de producción de un vino que conserve las características organolépticas de la fruta para la posterior elaboración de un "Brandy D.O."
4	Obtener un destilado maduro bajo condiciones controladas a partir del vino obtenido que conserve las características organolépticas de la fruta.
5	Implementar una bodega demostrativa del proceso de producción en dependencias del Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil.
6	Desarrollar un programa de capacitación en aspectos comerciales y transferencia tecnológica teórica y práctica para los integrantes del Comité.
7	Difundir el alcance del proyecto para mejorar las oportunidades de desarrollo de nuevos productos elaborados a partir de especies patrimoniales del Valle de Itata.

16. MÉTODOS

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

Método objetivo 1: Desarrollar un catastro productivo de las cepas Torontel, Moscatel y Uva Mutilla, en los predios de los miembros del Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil.

Recopilación de datos

Con el fin de determinar la distribución y volumen productivo de las tres cepas de uvas terpénicas patrimoniales del Valle del Itata incluidas en este estudio, se realizará una recopilación de los datos de cada productor que integra el Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil. Para esto, se procederá al llenado de una ficha técnica que contenga los datos requeridos para georeferenciar cada cepa.

Mapeo georeferenciado de las cepas de uvas terpénicas

Con los datos recopilados en las fichas técnicas se mapearán los sectores donde se encuentran las cepas Moscatel, Torontel y Mutilla, con el fin de conocer su distribución en el Valle del Itata y programar el traslado de material post cosecha.

Método objetivo 2: Determinar las características organolépticas de cada una de las cepas de uva utilizadas en el estudio, mediante el análisis químico, físico y sensorial de un número representativo de muestras.

Conservar las características aromáticas propias de cada cepa de uva terpénica a lo largo del proceso de elaboración de un "Brandy D.O.", es esencial para la diferenciación de cada destilado y será considerado como el elemento fundamental para determinar su calidad. Para esto, se realizarán análisis químicos y pruebas sensoriales analíticas en cada una de las etapas productivas: fruta, mosto, vino, destilado y destilado maduro, con el fin de hacer un seguimiento del comportamiento de los componentes aromáticos a lo largo del proceso.

Análisis químico

La identificación y cuantificación de los compuestos se realizará por cromatografía gaseosa acoplada a un detector de masa (CG-MS). Esto se realizará en un equipo de HP GC-MS (Hewlett Packard, series II 5890). Las determinaciones se realizarán en las siguientes condiciones; programa de temperatura del horno de 40 °C (2 min) a 280 °C en 5 °C / min, y la temperatura final se mantendrá durante 10 min; temperatura del inyector de 250 °C. El gas portador será helio extra puro, la velocidad de flujo de 1 ml / min; el volumen de muestra inyectado será de 1.5 µl de aceite diluido en hexano: acetato de etilo, la energía de ionización 70 eV, en el modo de ionización electrónica (EI); temperatura fuente de iones de 300 °C; rango de masas de barrido de m/z 50-650 e interfaz de línea de temperatura de 300 °C. Detector selectivo (Hewlett Packard, series I 5972). Los compuestos volátiles serán identificados por comparación de sus tiempos de

retención y patrones de fragmentación de masas con estándares y complementados con la librería del equipo NIST 2005. La composición será expresada como porcentajes de las áreas normalizadas de los peaks.

Pruebas sensoriales analíticas

Para llevar a cabo las sesiones, se escogerá un panel de 10 jueces, mayores de 18 años de edad, todos ellos con experiencia en análisis olfatométrico. Las sesiones tendrán una duración de 15 minutos. Los parámetros evaluados por parte de los panelistas serán: tiempo al que se percibe el aroma, descripción del olor y la intensidad. Para puntuar la intensidad percibida se empleará una escala comprendida entre 0 a 3 puntos, donde: 0 es no detectado; 1 es un olor débil, apenas reconocible; 2 es un olor claro pero no intenso y 3 es un olor intenso, teniendo en cuenta también los valores intermedios.

Método objetivo 3: Determinar las condiciones óptimas de producción de un vino que conserve las características organolépticas de la fruta para la posterior elaboración de un “Brandy D.O.”

Selección de uva

Se seleccionarán 500 kilos de uva de las cepas Torontel, Moscatel y Mutilla desde los predios de los pequeños viticultores pertenecientes al Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil, que contengan los porcentajes de azúcar y ácidos óptimos para ser procesados. La uva se molerá y el mosto resultante de este proceso se almacenará en contenedores de 400 L, para su posterior fermentación.

Levaduras

Inicialmente se comprarán cepas de levaduras resistentes a altos porcentajes de alcohol del género *Saccharomyces*, las que serán utilizadas para transformar el azúcar presente en el mosto en etanol durante la fermentación. La mantención de las cepas se realizará a 4 °C en placas de Petri con agar, efectuando repliques periódicos.

Fermentación

Contenedores de 400 L con mosto y se inocularán con las levaduras seleccionadas. Los envases se mantendrán obturados para producir condiciones de anaerobiosis en oscuridad. La fermentación se da por concluida cuando la densidad del cultivo se mantenga constante durante 2 días. Posteriormente se adiciona 30 mg L⁻¹ de SO₂ para inactivar las levaduras, favorecer el desborre, mantener la acidez, evitar oxidaciones, inhibir el desarrollo de bacterias y mohos, mejorar el color y aroma del vino. Todos los envases con vino se guardarán durante 3 semanas en posición vertical en cámara refrigerada a 0 °C para favorecer la clarificación por decantación. La borra precipitada será separada. El vino obtenido será analizado y caracterizado mediante análisis químico y pruebas sensoriales.

Método objetivo 4: Obtener un destilado maduro bajo condiciones controladas a partir del vino obtenido que conserve las características organolépticas de la fruta.

Destilación en alambique

Se realizará en un alambique de cobre Charentais de 50 L de capacidad. Se destilará vino no filtrado usando llama directa como fuente de calor y agua de la red como refrigerante en el condensador total. La potencia de calor se ajustará de tal forma que el caudal medio de destilación sea de 8 mL/min. Los primeros 300 mL de destilados serán recolectados como cabeza, el corazón se recolectará hasta alcanzar 40% v/v en etanol, y la cola se recolectará hasta que la concentración de etanol alcance 28% v/v.

Maduración

La maduración del brandy se realizará en barricas de madera noble, utilizadas anteriormente para la maduración de vinos, con el fin de acentuar las características organolépticas del destilado. Esto es resultado del paso de sustancias contenidas en la madera al etanol obtenido a partir del vino de uvas terpénicas. Se espera que el contenido de polifenoles y de compuestos volátiles aumenten considerablemente durante este proceso.

Adecuación del grado alcohólico

Se disminuirá el contenido alcohólico del destilado maduro mediante la adición de agua purificada hasta cumplir con las normativas vigentes.

Método objetivo 5: Implementar una bodega demostrativa del proceso de producción en dependencias del Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil.

Reacondicionamiento de infraestructura

Una bodega ubicada en dependencias del Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil, se reacondicionará para instalar el equipamiento requerido para la elaboración de un “Brandy D.O.”, según los protocolos diseñados en la primera etapa de ejecución de este proyecto. En este recinto se realizarán las actividades demostrativas y las capacitaciones técnicas de los pequeños productores, de tal modo, que adquieran las capacidades necesarias para producir brandy a partir de sus viñas patrimoniales.

Equipamiento de la bodega

La bodega será equipada con un contenedor de 400 L para fermentación del mosto, un alambique de cobre Charentais de 50 L de capacidad, barricas de madera de roble, mesones y repisas para almacenar los materiales que se utilizarán en la producción.

Método objetivo 6: Desarrollar un programa de capacitación en aspectos comerciales y transferencia tecnológica teórica y práctica para los integrantes del Comité.

Capacitación en aspectos Comerciales y de Negocios

A partir de las conclusiones de los estudios realizados para el diseño del Plan de Marketing y Plan de Negocios, se elaborará un programa de capacitaciones en temas de marketing, aspectos comerciales y normativos requeridos para comercializar el brandy en el mercado nacional y se dará a conocer las estrategias óptimas de validación comercial del producto desarrollado.

Se definirá con el Comité de viñateros el lugar apropiado para realizar estas capacitaciones, en primera instancia se sugiere que sea en dependencias de la Universidad de Concepción.

Capacitación teórica y práctica en aspectos de elaboración del brandy desarrollado

Durante el primer año las capacitaciones se realizarán en dependencias de la Universidad de Concepción, haciendo uso de los Laboratorios donde se encontrarán instalados los equipos para la elaboración del destilado.

Durante el segundo año se realizarán capacitaciones prácticas en la bodega demostrativa que se habilitará en dependencias del Comité de viñateros Tradición y cultura de Rahuil. El concepto de estas capacitaciones es reproducir el protocolo de elaboración de brandy que fue estandarizado durante el primer año del proyecto, pero esta vez serán los mismos productores quienes elaboren el destilado con el apoyo del equipo técnico del proyecto, la meta es que al finalizar el segundo año los productores hayan aprendido a elaborar el brandy y se pueda obtener muestras o prototipos de este nuevo producto, que será envasado en botellas que tendrán las etiquetas que serán diseñadas para este producto.

El proyecto irá en su etapa final acompañado por la búsqueda de financiamiento que permita la incorporación de nuevos equipamientos que permitirán escalar la producción, como por ejemplo a través de INDAP o Prodesal. El equipo técnico de la propuesta está capacitado para brindar este apoyo.

Metodo objetivo 7: Difundir el alcance del proyecto para mejorar las oportunidades de desarrollo de nuevos productos elaborados a partir de especies patrimoniales del Valle de Itata.

Divulgación de resultados

Se realizará un Seminario de cierre de proyecto, orientado a académicos, productores y público en general, donde se expondrá los principales resultados del proyecto. La idea es además que este seminario sea publicitado en los medios de promoción que posee la Universidad de Concepción, con el fin de que el nuevo producto, brandy de uvas patrimoniales del Valle del Itata empiece a ser conocido en el mercado.

17. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES					
Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.					
Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ⁴ (RE)	Indicador ⁵	Línea base del indicador (al inicio de la propuesta)	Meta del indicador (al final de la propuesta)
1	1	Registro de la cantidad y distribución de viñas de uvas terpéticas en los predios del Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil	Informe Técnico que contenga los datos específicos de producción	0	1
2	2	Caracterización organoléptica de las cepas de uvas seleccionadas	Informe que contenga el Perfil Químico y resultados de las pruebas sensoriales analíticas	0	1
3	3	Protocolo estandarizado de producción de Vino que conserve las características organolépticas de las cepas de uvas seleccionadas	Informe que contenga el protocolo estandarizado de producción de vino	0	1
4	4	Protocolo estandarizado de producción de destilado de vino de las cepas terpénicas estudiadas	Informe que contenga el protocolo estandarizado de producción de destilado	0	1
4	5	Protocolo estandarizado de maduración del destilado para la producción de brandy	Informe que contenga el protocolo estandarizado de maduración del destilado para la obtención de brandy	0	1
5	6	Espacio con infraestructura adecuada y equipamiento óptimo para realizar actividades demostrativas del proceso productivo del brandy	Edificación habilitada	0	1
6	7	Capacitación en aspectos de Negocios a los productores del Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil	Número de productores asistentes a las capacitaciones.	No han desarrollado capacitaciones en temas de Negocios	Asistencia de al menos un 80% de los productores del Comité

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

⁵ Establecer cómo se medirá el resultado esperado.

6	8	Capacitación en aspectos técnicos de elaboración del brandy desarrollado a los productores del Comité Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil de viñateros	Número de productores asistentes a las capacitaciones.	No han desarrollado capacitaciones en temas de Negocios	Asistencia de al menos un 80% de los productores del Comité
6	9	Diseño de un Plan de Marketing y Plan de Negocios	Informe que contenga las estrategias de marketing y de negocio para introducir el producto al mercado	0	1
6	10	Solicitud de marca colectiva obtención de Sello de origen en INAPI	Informe técnico que permitirá solicitar la marca colectiva para obtener el Sello de origen	0	1
7	11	Difusión de los resultados del proyecto, orientado a académicos, productores y público en general	Seminario de difusión	0	1

18. HITOS CRÍTICOS DE LA PROPUESTA		
Hitos críticos⁶	Resultado Esperado⁷ (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Cosechar cantidad suficiente de uva que permita obtener vino para su posterior destilación	1,2,3,4,5,6	Abril 2018
Conservar las características organolépticas de las cepas terpénicas seleccionadas a lo largo de todo el proceso productivo del brandy	3,4,5	Diciembre 2018
Implementar el proceso de producción de brandy en dependencias del Comité de viñateros Tradición y Cultura de Rahuil.	6,7,8,9,10,11	Julio 2019
Cumplir con el programa de capacitación en las áreas de negocio y técnicas para realizar una transferencia tecnológica efectiva hacia los productores del Comité de viñateros del Valle del Itata.	7,8,9	Septiembre 2019

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

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

19. CARTA GANTT

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

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2017											
			Trimestre											
			1°			2°			3°			4°		
1	1	Puesta en marcha del proyecto										X	X	X
1	1	Recolección de datos de las cepas terpénicas										X	X	X
Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2018											
			Trimestre											
			1°			2°			3°			4°		
2,3	2	Recolección de uvas en los predios del Comité de viñateros	X	X	X	X	X							
3	3	Acopio del material	X	X	X	X	X							
2	2	Análisis químico de la uva recolectada		X	X	X	X	X						
2	2	Pruebas sensoriales de la uva	X	X	X	X	X							
3	3	Molienda y obtención del mosto		X	X	X	X	X						
3	3	Fermentación del mosto			X	X	X	X	X					
3	3	Análisis químico del vino obtenido			X	X	X	X	X					
3	3	Pruebas sensoriales del vino obtenido			X	X	X	X	X					

4	4	Destilación del vino					X	X	X	X	X			
4	4	Análisis químico del destilado obtenido					X	X	X	X	X			
4	4	Pruebas sensoriales del destilado obtenido					X	X	X	X	X			
4	5	Maduración en barricas de madera de roble						X	X	X	X	X	X	X
4	5	Análisis químico del Brandy										X	X	X
4	5	Pruebas sensoriales del Brandy										X	X	X
Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2019											
			Trimestre											
			1°			2°			3°			4°		
5	6	Implementación de la bodega demostrativa	X	X										
6	8	Actividades demostrativas de producción de brandy		X	X	X	X							
6	7	Capacitaciones a los productores del comité en aspectos de negocio						X	X					
6	8	Capacitaciones técnicas a los productores del comité en elaboración del Brandy	X	X	X	X	X	X	X					
6	9	Diseño de Plan de Marketing	X	X	X	X	X	X						
6	9	Diseño de Plan de Negocios	X	X	X	X	X	X						
6	10	Solicitud de Sello de Origen en INAPI							X					
7	11	Seminario de difusión de los resultados del proyecto								X				



1-7	1-11	Informe Final del proyecto								X	X			
-----	------	----------------------------	--	--	--	--	--	--	--	---	---	--	--	--

20. ORGANIZACIÓN Y EQUIPO TECNICO DE LA PROPUESTA			
20.1. Organización de la propuesta			
Describa el rol del ejecutor, asociados (si corresponde) y servicios de terceros (si corresponde) en la propuesta.			
	Rol en la propuesta		
Ejecutor: Universidad de Concepción	Diseño y desarrollo de la investigación durante todas sus etapas, evaluación de resultados, consultas con expertos, coordinación de actividades con equipo de proyecto y asociados, gestión y control de los recursos del proyecto, divulgación de resultados.		
Asociado 1: Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil	El rol del Comité será el de proveer de la materia prima para los ensayos experimentales que derivarán en la obtención de brandy de uva Italia del Valle del Itata.		
Servicios de terceros	<p>Se solicitará el servicio de mostificación con el fin de elaborar el brandy con las uvas aportadas por el Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil.</p> <p>Además, para seleccionar el brandy que posea más aceptación dado su sabor, olor y otras características, se solicitará el servicio de un panel semi experto, que evaluará las alternativas desarrolladas para la seleccionar la de mejor calidad.</p> <p>Se requerirá de la fabricación de destiladores de brandy necesarios para la obtención del destilado.</p> <p>Se solicitará la asesoría en la elaboración de un Plan de Marketing para el nuevo producto que se desea ingresar al mercado.</p>		
20.2. Equipo técnico			
Identificar y describir las funciones de los integrantes del equipo técnico de la propuesta. Además, se debe adjuntar:			
<ul style="list-style-type: none"> - Carta de compromiso del coordinador y cada integrante del equipo técnico (Anexo 3) - Curriculum vitae (CV) de los integrantes del equipo técnico (Anexo 4) - Ficha identificación coordinador y equipo técnico (Anexo 5) 			
La columna 1 (N° de cargo), debe completarse de acuerdo al siguiente cuadro:			
1	Coordinador principal	4	Profesionales o técnico de apoyo
2	Coordinador alternativo	5	Otro
3	Equipo Técnico		

Nº Cargo	Nombre persona	Formación/ Profesión	Descripción de la función	Horas de dedicación totales	Entidad en la cual se desempeña	Incremental ⁸ (si/no)
1	José Becerra Allende	Químico	Diseño de ensayos experimentales, análisis de las características químicas para la obtención de un brandy de calidad, Confección de protocolo para la elaboración de brandy de calidad.	648	Universidad de Concepción	NO
2	Claudia Isabel Pérez Manríquez	Químico	Coordinar al equipo técnico, gestionar y controlar recursos del proyecto, diseñar y ejecutar experimentos, procesar resultados experimentales, redactar informes y artículos científicos y de difusión, capacitar a viñateros y Transferencia tecnológica	648	Universidad de Concepción	NO
3	Rudi Ragrigán	Ingeniero Agroindustrial	Participación en ensayos, evaluación de las características del brandy, participación en análisis organoléptico realizado con panel semi experto y análisis de los resultados.	216	Universidad de Concepción	NO
3	Pedro Aqueveque	Biólogo	Junto a (1) en la coordinación del equipo técnico, planificar controlar y ejecutar los ensayos experimentales, en especial con las levaduras seleccionadas para la elaboración del brandy, análisis de los resultados de los	216	Universidad de Concepción	NO

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

			ensayos realizados en terreno, redactar informes, artículos científicos y de difusión.			
3	Daniel Cajas	Biólogo	Apoyará en la caracterización de la materia prima idónea para la obtención de un brandy de calidad, diseño de ensayos experimentales, ejecución de ensayos en terreno, análisis de los resultados y confección de protocolo de elaboración de brandy.	864	---	SI
3	Gustavo Martínez	Enólogo	Apoyo en la selección de la materia prima adecuada, diseño de ensayos experimentales, confección de protocolo para la obtención de brandy de calidad.	576	---	SI

21. MODELO DE SOSTENIBILIDAD

Indique cómo el producto y/o proceso patrimonial puesto en valor perdurará en el tiempo en el corto y mediano plazo, en cuanto a aspectos económicos, patrimoniales, ambientales y sociales.

En el caso de propuestas que aborden el acceso a los mercados de los productos patrimoniales durante la ejecución, se debe describir el modelo de negocio⁹.

La sostenibilidad del producto desarrollado (brandy elaborado a partir de uvas terpéticas del Valle del Itata) en el corto y mediano plazo, depende en gran medida de la capacidad de los productores de aplicar los conocimientos que serán entregados en las capacitaciones, y que tienen como fin el entregar las herramientas necesarias para que ellos puedan implementar la “innovación”.

La propuesta está concebida como un trabajo en conjunto entre el equipo de investigadores de la Universidad de Concepción y el Comité de Vinateros Tradición y Cultura de Rahuil, donde la UdeC aportará su expertise en la elaboración de protocolos estandarizados que permitirán producir un brandy de calidad y el Comité de Viñateros aportará la experiencia en el conocimiento tradicional de sus cepas y la obtención de buena materia prima para la generación de un destilado de calidad superior. Este trabajo generará una sinergia de conocimientos que serán la base inicial y sólida que

⁹ Para describir el modelo de negocio, considere: el mercado al cual se orienta el producto, los clientes potenciales y cómo se relacionarán con ellos, la propuesta de valor y cómo se generarán los ingresos y los costos del negocio.

dará la sustentabilidad al producto desarrollado.

Un aspecto primordial para lograr la sustentabilidad serán las capacitaciones que se realizarán durante los dos años de ejecución del proyecto, durante el primer año se contemplan la visita de los productores a las dependencias de la Universidad de Concepción, con el fin de generar una retroalimentación sobre los avances en la generación de este nuevo producto. Durante el segundo año, está contemplado el implementar una bodega demostrativa en dependencias de Comité de viñateros, donde se instalarán los equipamientos necesarios para la elaboración del brandy, la idea es realizar talleres prácticos donde los productores “aprendan haciendo” y puedan elaborar ellos mismos (guiados por el equipo de investigadores y expertos) su primeros prototipos de brandy. Además de las capacitaciones técnicas, se realizarán capacitaciones en temas de negocios, en especial en temas de marketing, aspectos comerciales, normativos, financieros.

Es importante mencionar que este proyecto contempla el diseño de un Plan de Marketing y Plan de Negocios, lo que será permitirá introducir el nuevo producto al mercado a partir de estrategias adaptadas y estudiadas para este caso en particular, este aspecto dará sustentabilidad en el corto y mediano plazo al producto puesto en valor.

Un aspecto crítico del proyecto es que el Comité de viñateros pueda disponer de los equipos para dar continuidad a los resultados del proyecto y con ello empezar a producir sus primeros lotes de brandy, lo que permitirá escalar la producción en el tiempo. Por ello la propuesta contempla que post proyecto los destiladores, toneles y lagar sean utilizados libremente por los productores, con el objetivo de que la bodega demostrativa que se implementó se convierta en el corto plazo en bodega productiva.

Modelo de Negocio

El modelo de negocios que genera sustentabilidad al producto que se desarrollará en este proyecto se describe a continuación:

1) Propuesta de Valor:

El brandy que se obtendrá a partir de cepas terpénicas del Valle de Itata será un producto innovador y poseerá una serie de ventajas competitivas que lo harán resaltar en el mercado.

- 1) Primer brandy de origen nacional, lo que será un plus para el producto en el mercado.
- 2) Fabricado a partir de cepas del “Valle del Itata”, reconocidas por sus aromas y sabor, particulares de este territorio, lo que es un atributo diferenciador, ya que el mercado nacional e internacional demanda cada vez más productos con identidad, reconocibles y únicos.
- 3) Fabricado por productores del Valle del Itata, que mantienen las tradiciones del mundo rural, lo que dará al producto un carácter patrimonial y artesanal.
- 4) Fabricado bajo protocolos de producción, que definen las características de la materia prima y procedimientos de fabricación, para la obtención de un producto de calidad homogénea con imagen diferenciada.

2) Clientes potenciales:

El nuevo destilado de uva, brandy del Valle del Itata, está orientado a satisfacer la demanda de clientes que prefieren licores de calidad y alto grado de diferenciación, se trata de consumidores más exigentes y sofisticados, que buscan la sensación de exclusividad.

Se identifica como clientes potenciales las personas jóvenes y adultas que consumen habitualmente bebidas espirituosas Premium, es decir, aquellas bebidas alcohólicas con una graduación mínima de 15% de vol., obtenida por destilación de materias primas agrícolas (brandy, whisky, ron, ginebra, vodka, pisco, entre otros). (Fuente: Federación Española de Bebidas Espirituosas). Los consumidores que privilegian la calidad o Premium, están representados por personas de estratos socioeconómicos ABC1 y C2, con tendencia al consumo de productos Gourmet.

Demográficamente en una primera etapa se quiere apuntar a los consumidores de la VIII región. Luego que el producto se encuentre consolidado en el mercado regional y se pueda producir a mayor escala se pretende ampliar la oferta al mercado nacional.

Cabe apuntar que existe un mercado internacional, al cual se podría evaluar el ingreso mediante la conformación asociativa de viñateros del Valle del Itata, lo que permitirá la producción de volúmenes mínimos de uva requeridos para la elaboración de este brandy.

Para poder alcanzar a los potenciales clientes, la relación que se establezca será primordial, para ello se promoverá el producto en ferias especializadas, muestras de productos rurales, encuentros gastronómicos y posibles participaciones en concursos especializados.

3) Ingresos del Negocio:

Los ingresos se generarán a partir de la venta del producto desarrollado, a través de los mecanismos de venta directa e indirecta.

La venta directa la podría realizar el Comité de Viñateros Tradición y Cultura de Rahuil. Esta venta se podría concretar a través de la participación en ferias especializadas, ferias costumbristas de productos tradicionales, ferias de productos gourmet, fiestas de la vendimia u otro tipo de evento en donde se pueda comercializar el producto.

Mientras que para la venta indirecta, se requiere medios de distribución, que podrán ser i) botillerías y licorerías, que se especialicen en la venta de productos de coctelería de lujo y ii) el canal HORECA, que corresponde a hoteles, restaurantes y casinos.

4) Costos del Negocio:

Se puede decir que las actividades del proyecto apuntarán a obtener productos que aporten valor agregado a las cepas tradicionales del Valle del Itata, considerando minimizar los costos, para poder ser competitivo en el mercado. Se identifica que los costos del negocio son: i) materia prima (cepas de uvas seleccionadas), ii) materiales e insumos para la fabricación del destilado, iii) mano de obra para la fabricación del producto, iv) equipamiento menor y v) gastos de comercialización o distribución.

22. POTENCIAL IMPACTO

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

22.1. Desarrollo económico de la pequeña agricultura:

¿Cómo contribuye la propuesta de Valorización del patrimonio agrario, agroalimentario y forestal al desarrollo económico de la pequeña agricultura?

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

La propuesta de valorización de las cepas terpénicas del Valle del Itata contribuirá a generar un nuevo foco productivo que entregará mayor estabilidad e ingresos para los pequeños productores de la zona. Vale mencionar que actualmente, la agricultura familiar campesina tiene escasas opciones de diversificación de sus productos.

Además la propuesta contribuirá a que los viñateros optimicen sus recursos y redireccionen sus esfuerzos productivos en función de mayores posibilidades de rentabilidad sobre sus negocios. Lo anterior supone eliminar el sobre stock de existencias de vino en la zona por la imposibilidad de comercializarlo, por motivos de calidad o deficientes estrategias de comercialización.

El potenciar la actividad económica de los pequeños productores aportará directamente al desarrollo económico, puesto que no sólo aumentarán las tasas de inversión, lo que se traduce en mayores tasas de empleabilidad.

22.2. Desarrollo social de la pequeña agricultura:

¿Cómo contribuye la propuesta de Valorización del patrimonio agrario, agroalimentario y forestal al desarrollo social de la pequeña agricultura?

(Ej. Aumento en el número promedio de trabajadores en la organización, aumento en el salario promedio del trabajo en la organización, aumento en el nivel de educación superior promedio de los empleados en la organización etc.)

El proyecto causará un impacto socioeconómico positivo en una zona considerada de Rezago desde el año 2015, debido a sus altos niveles de pobreza y aislamiento.

Además, brindará un mayor dinamismo de la economía local, por la posibilidad de ampliar su matriz productiva al mercado licores Premium, permitiendo obtener mayores ingresos de sus productos, creando más empleo y mejorando la calidad de vida en el Valle, lo que contribuirá a disminuir la creciente migración campo ciudad, permitiendo así, que los habitantes del Valle del Itata conserven sus formas de relación social, y mantengan la armonía productiva, cultural y social, entre el campo y la ciudad.

Otro impacto social, será el desarrollo de un producto con identidad regional que rescata y valoriza una actividad tradicional asociada a las viñas de la región, brindando una oportunidad laboral para un

sector excluido.

22.3. Desarrollo ambiental de la pequeña agricultura

¿Cómo contribuye la propuesta de Valorización del patrimonio agrario, agroalimentario y forestal al desarrollo ambiental de la pequeña agricultura?

(Ej. Aumento del nivel promedio de consumo de energía renovable no convencional, en el consumo eléctrico y/o térmico en el sistema productivo de la organización, aumento en el nivel promedio de empleo del control integrado u otros métodos alternativos de control de plagas en la organización, etc.)

El impacto ambiental de esta propuesta es neutro.



ANEXO 4. CURRÍCULUM VITAE (CV) DEL COORDINADOR Y DE CADA INTEGRANTE DEL EQUIPO TÉCNICO

Se debe presentar un currículum breve, de **máximo de 3 hojas**, de cada profesional integrante del equipo técnico que no cumpla una función de apoyo. La información contenida en cada currículum, deberá poner énfasis en los temas relacionados a la propuesta y/o a las responsabilidades que tendrá en la ejecución del mismo. De preferencia el CV deberá rescatar la experiencia profesional de los últimos 5 años.

ANEXO 5. Ficha identificación coordinador y equipo técnico.

Esta ficha debe ser llenada por el coordinador y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	Claudia Isabel Pérez Manríquez
RUT	
Profesión	Químico
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Universidad de Concepción
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Femenino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	No corresponde
Rubros a los que se dedica:	No corresponde (Académico)

Nombre completo	Pedro Aqueveque Muñoz
RUT	
Profesión	Biólogo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Universidad de Concepción
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	No corresponde
Rubros a los que se dedica:	No corresponde (Académico)

Nombre completo	José Becerra Allende
RUT	
Profesión	Químico
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Universidad de Concepción
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	No corresponde
Rubros a los que se dedica:	No corresponde (Académico)

Nombre completo	RUDI RADRIGÁN EWOLDT
RUT	
Profesión	Ingeniero Agroindustrial
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Universidad de Concepción
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	no
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	No corresponde
Rubros a los que se dedica:	No corresponde (Académico)

Nombre completo	Daniel Cajas
RUT	
Profesión	Biólogo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Universidad de Concepción
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No corresponde
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	No corresponde
Rubros a los que se dedica:	No corresponde

Nombre completo	Gustavo Martínez Suazo
RUT	
Profesión	Ingeniero Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Independiente
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	No corresponde
Rubros a los que se dedica:	No corresponde



ANEXO 7. LITERATURA CITADA

(1) Gobierno Regional del Bio Bío, 2016. Plan Valle del Itata 2017-2019, del Programa Especial de Gestión Territorial para Zonas Rezagadas.

(2) Méndez, K. 2016. El rol de la identidad territorial de las cepas tradicionales en la reconfiguración socio-espacial del Valle del Itata.

(3) Cumsille, A. 2016. "Itata: un diamante en bruto", columna de opinión en diario Crónica de Chillan, <https://pbs.twimg.com/media/CqEBDN4XYAEF4wh.jpg>

(4) Bahamonde, M. Mariángel, P. Hernández, M. 2016. Vinos y toneles del Itata: patrimonio, memoria e identidad en la producción del vino pipeño.

(5) <https://www.vinoswine.cl/distribuidora-mayorista-whisky-ron-licores-cerveza/cognac-frances-brandy-espanol.html>

ANEXO 8. Identificación sector y subsector

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

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

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