REGIÓN METROPOLITANA
INNOVACIÓN
NUEVOS NEGOCIOS PARA LAS MIPES
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Región Metropolitana

1 _ Raimundo Romero

2 _ Javier Rodríguez

3 _ Isabel Romo

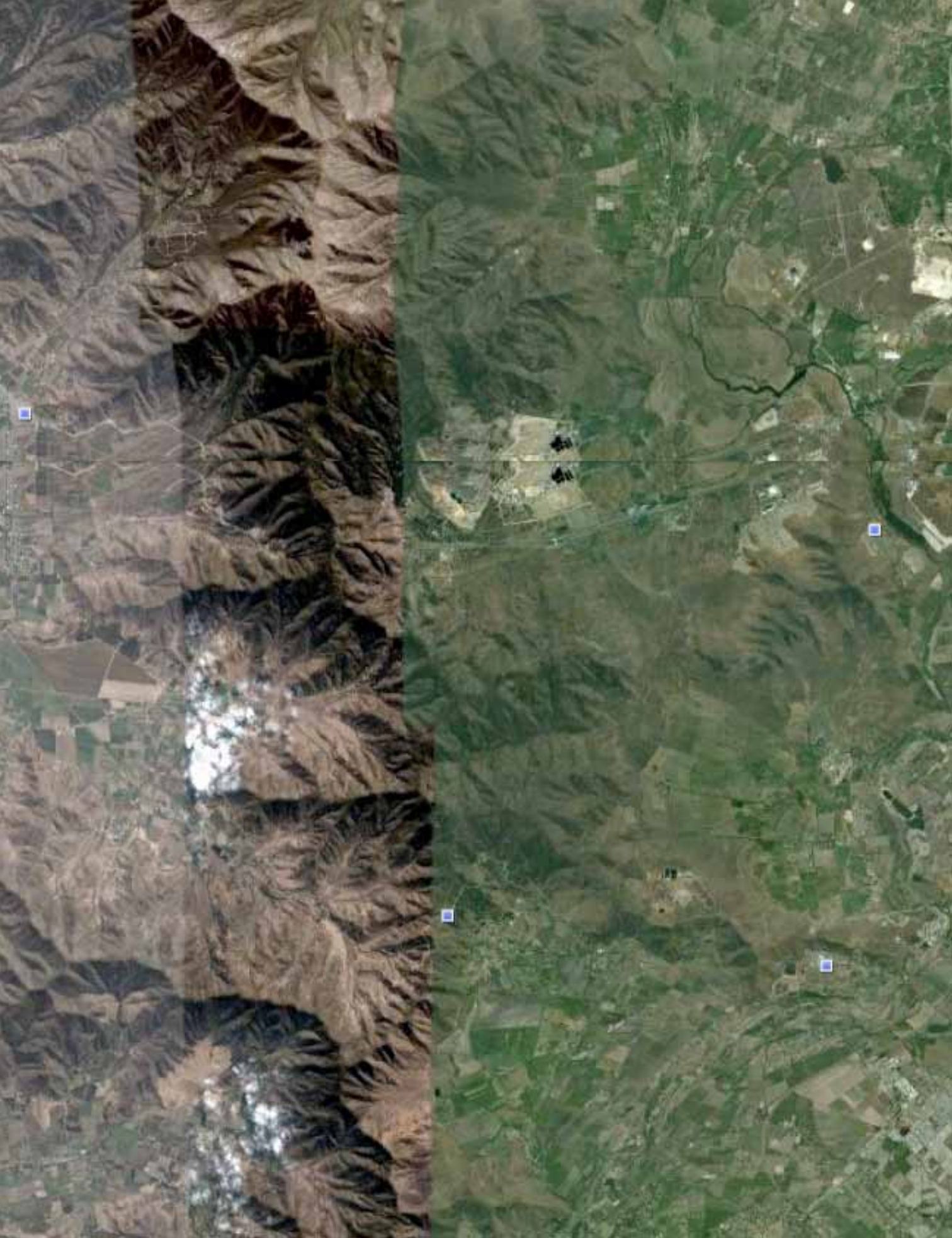
4 _ Francisco Cárdenas

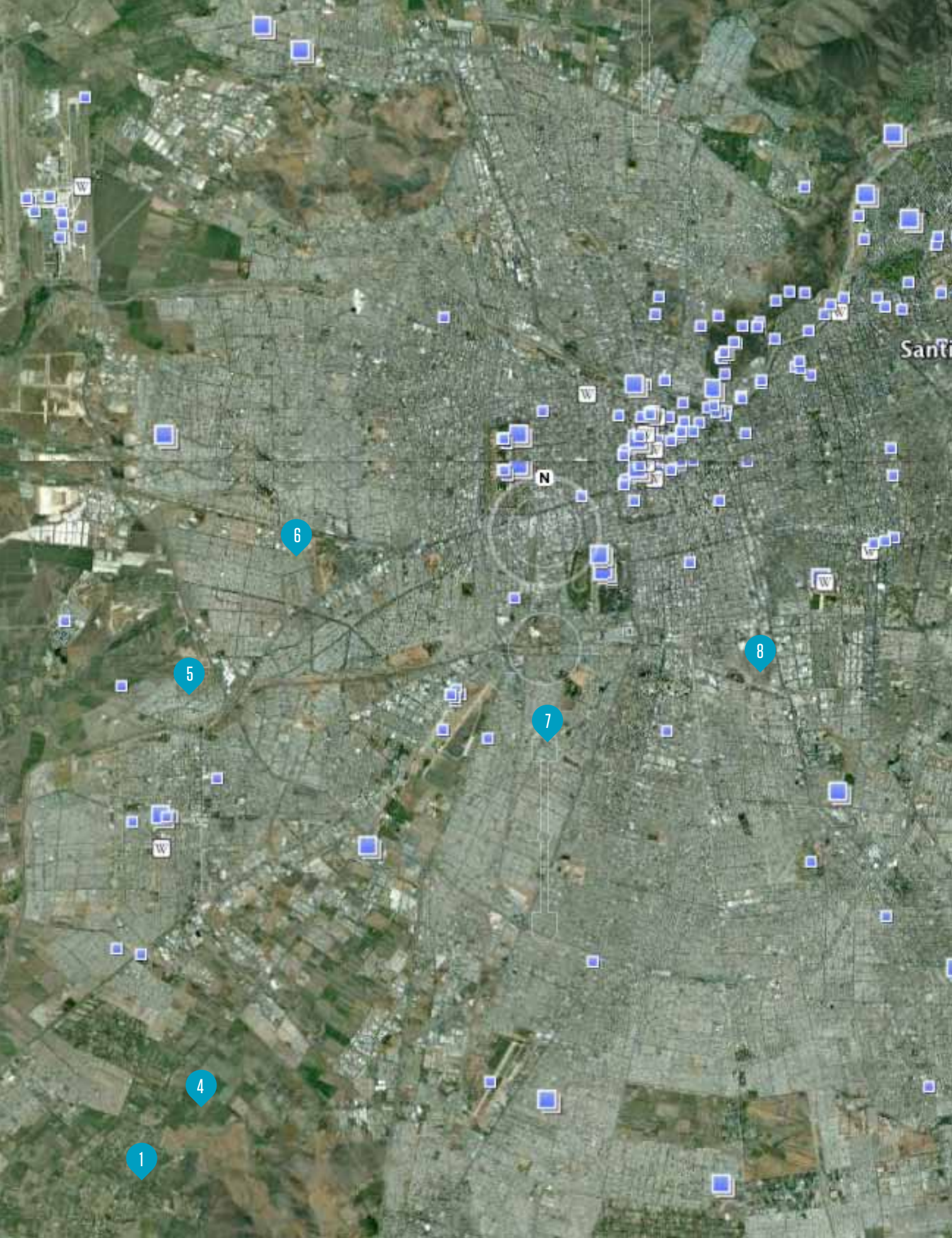
5 _ Carolina Iglesias

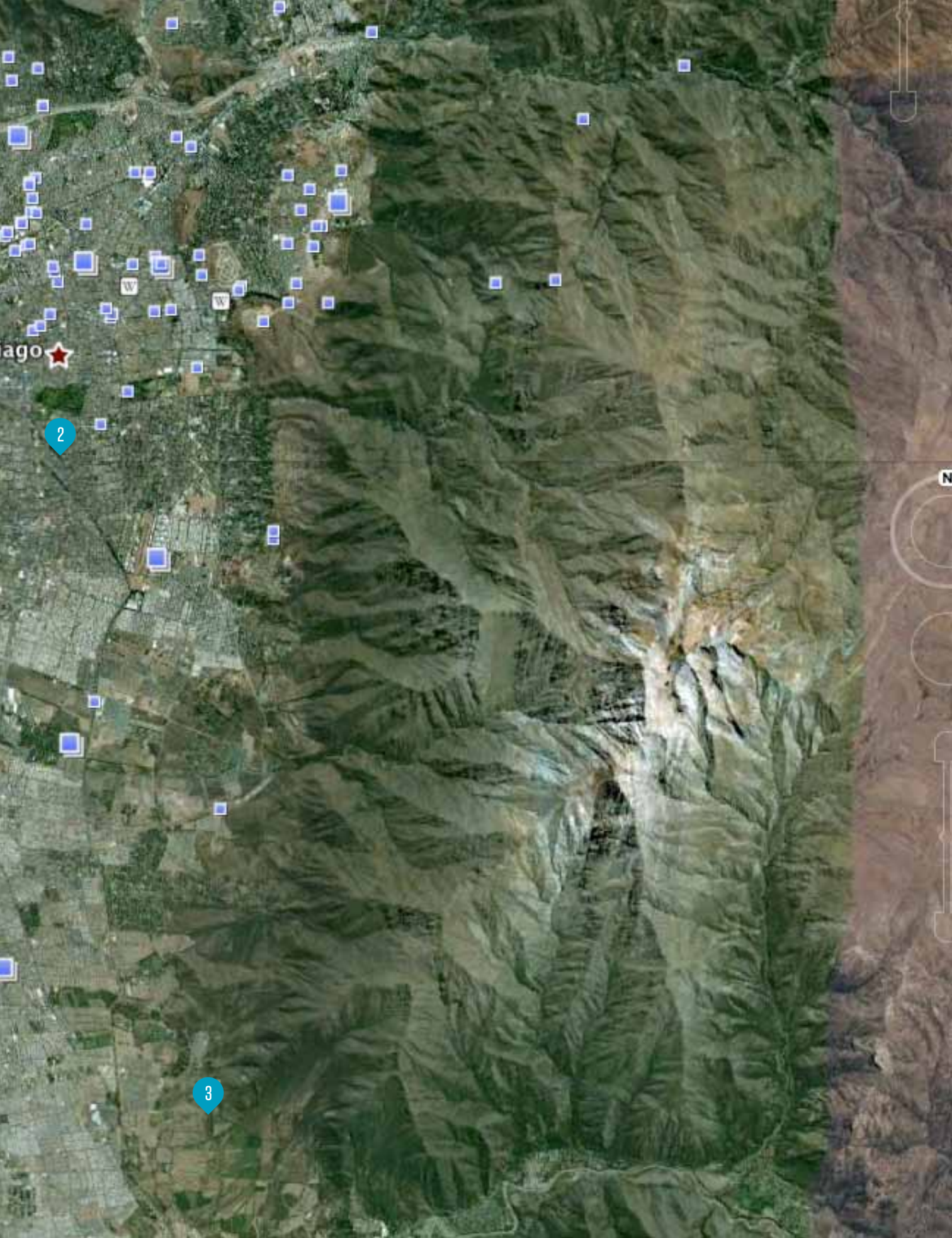
6 _ Nelson Rubilar

7 _ Soledad Bahamondes

8 _ Mónica Rodríguez




1
4
5
6
7
8
N


2
3

movistar

Generación multimedia
Canon

LAN

INDUSTRIA DE ALIMENTOS

INDUSTRIA DE TURISMO

MIPE DE TEMUCO

MIPE DE SANTIAGO

Índice

7 Sercotec
9 Universidad Mayor
10 Introducción
14 Equipo

MiPES

20 Rucamalal
26 Budi Expediciones
32 Turismo Allipen
38 Rayun
44 Api Su
50 Ecoturismo Sureste
56 Sabores Bokka
62 Corcoran
68 Licores Espirituosos
74 Delisabel
80 MoniMoni
88 Apícola SBS

100 Testimonios
105 Agradecimientos del Equipo

Innovar desde las personas

—

No desde el problema

SI
desde las oportunidades

PERFIL PARA INNOVAR
Interprete, traductor y políglota.

PROFILE TO INNOVATE
Interpreter, translator and políglot.

La economía del conocimiento está cambiando el juego de la innovación. La información fluye hacia todo el mundo, hacia todas partes, hacia todas las cosas, y a un ritmo que ya no es opcional, o un valor añadido. Es obligatoria.

Hoy en día, la cuestión sobre innovación y lograrla a través de la colaboración intersectorial y el intercambio de conocimientos, esta más allá de la experiencia profunda o de amplias miradas.

Está más allá de los especialistas o los generalistas. La innovación se logra después de que las disciplinas se juntan, después de que las visiones empatizan, después de que la experiencia se integra. Se logra cuando los principios organizacionales y premisas guías se transparentan y se aúnan. Ahí hay una adición exponencial resultante de nuevo conocimiento y posibilidad. Ahí hay una opción para innovar.

The knowledge economy is changing the game of innovation. The information flows around the world, in every direction, toward all things, and at a rate that is no longer optional, or added value. Is mandatory.

Today, the question of innovation and achievement through intersectoral collaboration and exchange of knowledge, is beyond the experience deep or wide eyes.

It is beyond specialists or generalists. Innovation is achieved after the disciplines together, after the visions empathize, after the experience is integrated. Is achieved when the organizational principles and guidelines are transparent and premises are combined. There is an exponential result of adding new knowledge and possibility. There is an option to innovate.

Hugo Rojas S.
Director Programa INN

CONTEXTO

La incorporación de Chile participando en el nuevo escenario económico global, dentro del que se manifiesta la necesidad cada vez más creciente de crear valor para una sociedad que privilegia el uso del conocimiento y su aplicabilidad en el quehacer cotidiano, demanda desarrollar un mayor grado de competitividad en el sector productivo, para lograr una clara y exitosa participación.

Este desafiante escenario, requiere incluir nuevos enfoques disciplinarios que actúen como disciplinas-vehículo para viajar hacia la innovación de productos y servicios, que sepan orientar su investigación y desarrollo, dentro de tres dimensiones esenciales para este nuevo contexto: Las Personas, la Tecnología y el Negocio.

Es en este territorio, en donde el Diseño Innovativo como una aproximación metodológica que centra su quehacer en la creación de valor y no en el valor agregado, entendiendo como valor agregado aquel que sólo se desarrolla dentro de una etapa del proceso productivo; aprovecha la oportunidad estratégica que el contexto dispone por la demanda de generar nuevos productos y servicios orientados a nuevos nichos de usuarios .

Buscar esto para el Programa INN, es buscar participar en la iniciativa de estar en la acción de construir lo nuevo para el sector productivo de las pequeñas empresas del país; es estar también en el proceso de emprendimiento innovativo de la MIPE Chilena.

CONTEXT

The incorporation of Chile to participate in the new global economic scenario, within which manifests the ever-growing need to create value for a society that favors the use of knowledge and its applicability in the daily, demand in developing a greater degree of competitiveness in the productive sector, to achieve a clear and successful participation.

This challenging scenario, requires disciplinary approaches include new disciplines, acting as a vehicle to travel to the innovation of products and services, who can focus their research and development in three key dimensions to this new context: People, Technology and Business.

It is in this territory, where the Innovative Design as a methodological approach that focuses his work on creating value rather than value added, meaning that added value that only develops in a stage of the production process takes this opportunity strategic context has generated demand for new products and services aimed at new niche users.

Find it for the INN Programme, is seeking to participate in the initiative to be in action to build the new to the productive sector of small enterprises in the country is to be also in the process of undertaking innovative Chilean IPM.

PROGRAMA INN

El Programa denominado INN, Innovación para Nuevos Negocios es un programa piloto que establece la cooperación entre la entidad pública SERCOTEC y la institución privada CMIND, Centro Mayor de Innovación y Diseño de la Universidad Mayor, cuyo propósito es incorporar al Diseño como eje estratégico en los procesos productivos y de negocios, con el fin de permitir que las micro y pequeñas empresas desarrollen capacidades para generar valor e innovación en sus productos y servicios, aumentando su competitividad.

Este Programa en una de sus líneas de acción, entrega a los ejecutivos de Sercotec, una metodología que les permite distinguir un negocio con potencial innovador; desarrollando para ello una línea de trabajo que les aporta una visión sobre innovación y además la entrega de conocimientos teóricos y prácticos que les permitan en su gestión cotidiana frente a las Mipes, diagnosticar y evaluar el valor innovativo de un proyecto emprendedor.

El Programa contempla además en su línea central, el trabajo con las empresas y emprendedores que forman parte de la cartera de clientes de SERCOTEC , cuyo proceso y resultado presentamos en este libro, focalizándose esta experiencia en las regiones Metropolitana y Araucanía: haciendo énfasis en generar la capacidad en las MIPEs de identificar oportunidades latentes y su transformación en demanda potencial, por medio del desarrollo prospectivo, el empaquetamiento y prototipaje de nuevos productos y servicios.

En esta primera parte del programa piloto participaron 20 empresarios clientes de Sercotec; ejecutivos de Sercotec de todas las regiones del país provenientes de Arica hasta Magallanes, y un equipo interdisciplinario de CMIND, constituídos, por expertos en Antropología, Alimentos, Turismo, Negocio y Diseño.

INN PROGRAM

The program called INN, New Business Innovation is a pilot program which provides for cooperation between the public and private institution SERCOTEC CMIND, Center for Innovation and Design Staff of the University, whose purpose is to incorporate design as a strategic in production and business processes in order to enable micro and small enterprises develop capabilities to create value and innovation in their products and services, increasing their competitiveness.

This program at one of its lines of action, delivery Sercotec executives, a methodology that enables them to distinguish a business with potential for innovation, developing for this line of work that gives them a vision of innovation and also the delivery of knowledge and skills to enable them in its daily management off the Mipes, diagnosing and assessing the value of innovation of an entrepreneurial project.

The program also provides in its central line, working with companies and entrepreneurs that are part of the customer base SERCOTEC, whose process and results presented in this book, focusing this experience in the Metropolitan and Araucanía: emphasis on generating MIPEs capacity to identify the latent opportunities and their transformation into potential demand by prospective development, packaging and prototyping of new products and services.

In this first part of the pilot program involving 20 entrepreneurs Sercotec customers; Sercotec executives from all regions of the country from Arica to Magellan, and an interdisciplinary team of CMIND, constituted by experts in anthropology, Food, Tourism, Business and Design .

METODOLOGÍA

La metodología o procedimiento que se emplea para alcanzar los objetivos de este programa se centra en las personas, lo que hacen a diario, sus prácticas humanas. Este Programa no funda su proceso de innovación desde premisas generadas desde el campo económico, es decir desde el análisis del mercado y su oportunidades para la realización de nuevos negocios, tampoco parte desde la producción, la tecnología y sus disponibilidades para ser aplicadas, identificando desde ahí las oportunidades.

Esta metodología usada en el Programa, se centra en lo humano, y contempla como extensión tanto para su proceso de investigación, diseño y desarrollo, las dimensiones de factibilidad y viabilidad que la industria y el mercado referencian como condicionantes para el contexto de cada proyecto., conformando así tres dimensiones de trabajo: La sociológica, la tecnológica y la económica.

La Metodología del Programa INN comienza y se centra en el comportamiento de las personas y sus prácticas cotidianas, se inicia desde identificar y reconocer el valor en los "modos" en que las personas se encuentran desarrollando su quehacer cotidiano, ya sea tanto en el ámbito del consumo como en el productivo y organizativo propio del MIPE. Esta aproximación metodológica centrada en el usuario, aún pudiendo ser considerada un prototipo dentro de esta primera parte del Programa INN, aumenta nuestra confianza en que las ideas y propuestas serán culturalmente sustentables, responderán a necesidades reales y por lo tanto podrán ser más propensas a tener el impacto social y de mercado deseado.

Tradicionalmente para el diseño y desarrollo de productos, se han ocupado los estudios de mercado para encontrar que es lo que las personas quieren, preguntándoles directamente por medio de encuestas o focus groups; estos métodos funcionan muy bien para saber que es lo que la gente dice que quiere.

Si la meta es innovar, el producto o servicio aun no ha sido siquiera pensado, así que no puede ser explicado por las personas. Aquí es donde es necesario métodos para descubrir necesidades latentes y deseos provenientes desde lo que las personas hacen y como se comportan, esto ayuda a quienes diseñan y configuran el ADN del producto a contar con información relevante para la posterior entrega de un producto consistente y coherente con el ecosistema en donde será producido y también en donde será adoptado.

METODOLOGY

The methodology or process used to achieve the objectives of this program focuses on people, what they do every day, human practices. This program does not cover the process from premises generated from the economic field, ie from market analysis and opportunities for realization of new business, either from the production side, the technology and its availability to be implemented, identifying opportunities from there.

The methodology used in the program, focuses on the human, and therefore seen as extension to its research, design and development, feasibility and sustainability dimensions of the industry and market conditions referenced as to the context of each project. , thus comprising three dimensions of work: sociological, technological and economic.

The methodology begins INN Programme and focuses on the behavior of individuals and their daily practice, starts from identifying and recognizing the value in the "ways" in which people are developing their daily work, whether in the field both consumption as in the productive and organizational MIPE own. This methodological approach focused on the user, may still be considered a prototype within this first part of the INN Programme, increases our confidence that the ideas and proposals will be culturally sustainable, respond to real needs and therefore may be more likely to have social impact and target market.

Traditionally for the design and product development have focused market research to find out what people want, asking them directly through surveys or focus groups, these methods work very well to know what people are saying he wants.

If the goal is to innovate the product or service has not yet even been thought of, so it can not be explained by people. Here is where you need methods for discovering latent needs and desires come from what people do and how they behave, it helps those who design and make up the DNA of the product to have relevant information for the subsequent delivery of a consistent and coherent product with the ecosys-

INNOVAR, SER INNOVADOR Y HACER INNOVACIÓN

"Innovar es crear valor a través de la transformación de ideas y conocimientos en nuevos bienes y servicios"

La innovación entendida como un resultado del acto de innovar, que ha sido socialmente instalada y adoptada por las personas como una mejora en sus condiciones de vida; se encuentra desde su etapa inicial vinculada a dos aspectos esenciales que el emprendedor debe mediar al enfrentar su contexto y el desafío de generar modificaciones beneficiosas para él y los demás.

La primera de éstas, desde su contexto emprendedor es la del **ser innovador** que es una dimensión actitudinal que incluye otras dimensiones como la de ser un **ser histórico**, un **ser observador** y un **ser estratégico.** Como segundo aspecto se presenta el hacer, como un hacer innovador que se asienta en la dimensión del ser innovador, incluyendo todas sus dimensiones expresadas, y que las complementa con haceres procedimentales y herramientas para producir un **hacer factible** y un **hacer viable**.

Este maridaje entre el ser y hacer innovador, posibilita en los emprendedores un cambio hacia un accionar generador de valor frente a su contexto de negocio; y permite desarrollar este valor con los atributos necesarios para modificar cualitativamente el hacer de los usuarios, al disponer para ellos nuevos modos para realizar sus prácticas (como grupos o comunidades), ya que proveniente de la observación e interpretación de lo que hacen, el producto o servicio refleja en sus prestaciones lo que quieren, lo que necesitan, lo que desean y lo que anhelan.

Además como alternativa con mayor potencial de valor (social y simbólica) ha sido empaquetada también bajo las lógicas de factibilidad productiva y de negocio; actuando finalmente todo este proceso no solamente como motor de ideas de valor, si no que también como generador de innovación, al implementar dentro de la escena económica un componente estratégico para aumentar la competitividad de las empresas ya que posibilita la instalación de nuevos productos y servicios en el mercado y la sociedad.

INNOVATE, BEING INNOVATIVE & MAKE INNOVATION

"Innovation is creating value through the transformation of ideas and knowledge into new goods and services"

Innovation understood as a result of the act of innovating, which has been socially installed and adopted by the people as an improvement in their conditions of life found from its initial stages linked to two key aspects of the entrepreneur is required to mediate in the face of its context and the challenge of making beneficial changes for himself and others.

The first of these, from its context of being an entrepreneur is ***the innovator*** *who is an attitudinal dimension which includes other dimensions such as* ***being a historical being****, a* ***being an observer*** *and* ***be strategic****. As a second aspect to be introduced, as do innovation that is based on the dimension of being innovative, including all dimensions expressed, and that complements procedural chores and tools* ***make it feasible*** *to produce and* ***make viable****.*

This marriage between being and doing innovative entrepreneurs enables in a shift to a power generator value against its business context and enables the development of this value with the attributes necessary to make a qualitative change of the users, by providing for them new ways to make their practices (as groups or communities), as from observation and interpretation of what they do, the product or service in performance reflects what they want, what they need, what they want and what they crave.

Also as an alternative with the highest potential value (social and symbolic) was also packaged under the logic of production and business feasibility, this process finally acting not only as an engine of ideas of value, but it also as a source of innovation, to implement the economic scene in a strategic component to increase business competitiveness as it enables the installation of new products and services in the marketplace and society.

ALCANCE

El aprendizaje y entrenamiento de las personas para desempeñarse dentro de un contexto de innovación expresado según la visión expuesta, significa para el Programa interactuar y participar tanto en las dimensiones del ser como en las del hacer.

Este Programa plantea una estrategia de intervención que contempla entregar aspectos teóricos para ayudar a la comprensión del contexto de la innovación, pero fuertemente incorpora escenarios de trabajo que permiten experienciar a través del hacer personal y colectivo, los pilares y dimensiones esenciales con el objeto de ir modificando la visión personal que portan los empresarios MIPEs como también la institucional de los ejecutivos de SERCOTEC.

Desde un primer énfasis, el propósito principal del programa apunta en su primera fase a incrementar la capacidad de " Innovación potencial " del emprendedor y su consecuente prospección hacia escenarios de desarrollo de nuevos productos y servicios, llegando a especificar los aspectos formales , materiales y su prototipado, para visualizar los atributos y características de estos frente a los usuarios que conforman su potencial demanda.

En un segundo énfasis y acompañando de principio a fin el proceso, se trabajó en ir modelando los aspectos relacionados a las definiciones técnicas tanto de tipo productivo como económicas, para producir la factibilidad y viabilidad de los desarrollos. En este campo se trabajó junto a expertos de las áreas de alimento, turismo y negocio ; estableciendo las referencias y condicionantes que permitieran diseñar y luego empaquetar los sentidos básicos de los productos para perfilar su implantación en el mercado, con el propósito de lograr el apalancamiento necesario para el financiamiento de los proyectos. Avanzando con este segundo énfasis dentro del Programa, desde incrementar la capacidad de "innovación potencial "de los emprendedores a la de incrementar su capacidad de "innovación efectiva".

SCOPE

Learning and training people to function within a context of innovation expressed through the eyes exposed, means for the program interact and participate in both the dimensions of being and in doing.

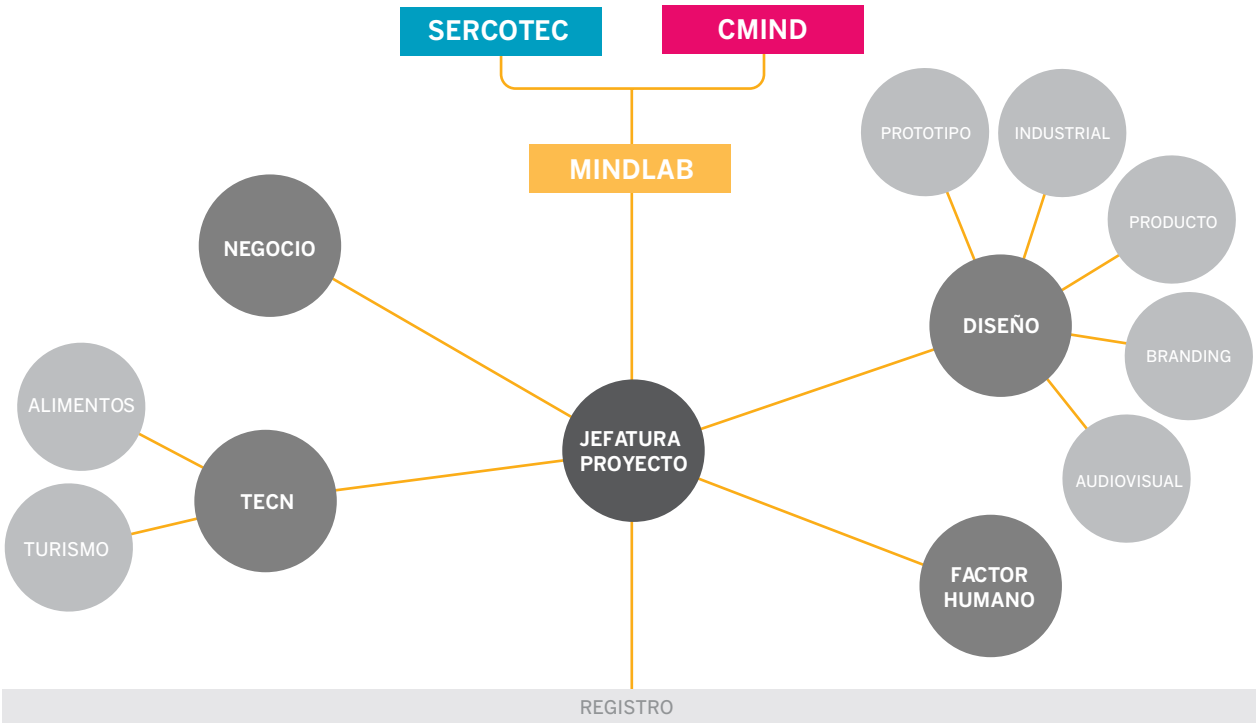
This program presents an intervention strategy that includes delivering theoretical aspects to help understand the context of innovation, but strong features that allow work scenarios through to experiencing personal and collective, the pillars and essential dimensions in order to go changing the personal view that employers carry MIPEs as well as the corporate executives SERCOTEC.
From an initial emphasis, the main purpose of the program in its first phase aims at increasing the capacity of "Innovation potential" of the entrepreneur and the consequent exploration to development stages of new products and services, reaching to specify the formal, material and prototyping, to display the attributes and characteristics of these users face that make their potential demand.

In a second focus and accompanying from start to finish the process, we worked on going modeling aspects related to technical definitions of both a productive and economically, to produce the feasibility and viability of developments. In this area, worked with experts in the areas of food, tourism and business, establishing references and constraints to design and then package the basic ways to profile their products on the market introduction, with the aim of achieving leverage necessary to finance the projects. Moving forward with this second emphasis within the Programme, from increasing the capacity of "innovation potential" entrepreneurs to increase their capacity to "effective innovation."

Descubrir oportunidades latentes

Poniendo la historia de las PERSONAS en el centro

EQUIPO Y METODOLOGÍA



La conformación del equipo de profesionales participantes a lo largo del desarrollo del proyecto, se configuró desde el propósito y desafío principal del Programa, que es la de Innovar en Nuevos Negocios desde una metodología de Diseño. Bajo este contexto y consistente con los cuatro ámbitos con lo que se compromete su accionar; Diseño, Personas , Tecnología y Negocio, se modeló la estructura y alcance del equipo de trabajo, convocando a profesionales expertos de las áreas de Turismo y Alimentos, consultores en el área económica, y un equipo a cargo del Factor Humano que junto al equipo de Diseño operó a lo largo de todo el proyecto, relevando con esto la importancia para este Programa de las personas y su contexto a la hora innovar.

Otro factor incidente fue la participación de los profesionales durante las distintas etapas del proceso programadas, iniciándose con la conformación de un equipo base en primer término, luego la incorporación de un equipo extendido y finalmente la focalización nuevamente hacia el equipo base.

1. Inducción (equipo base)
2. Selección (equipo base)
3. Visión (equipo extendido)
4. Prototipaje (equipo extendido)
5. Factibilización (equipo base)
6. Apalancamiento (equipo base)

The formation of the team participants during the development of the project, purpose and configured from the main challenge of the program, which is to innovate in new business from a design methodology. In this context, consistent with the four areas with which it undertakes its actions, Design, People, Technology and Business, modeled the structure and scope of the task force, calling for skilled professionals in the areas of Tourism and Food Consultants the economic area, and a team in charge of the Human Factor which together with the design team operated on throughout the project, relieving with this the importance for this program people and their context when innovate.

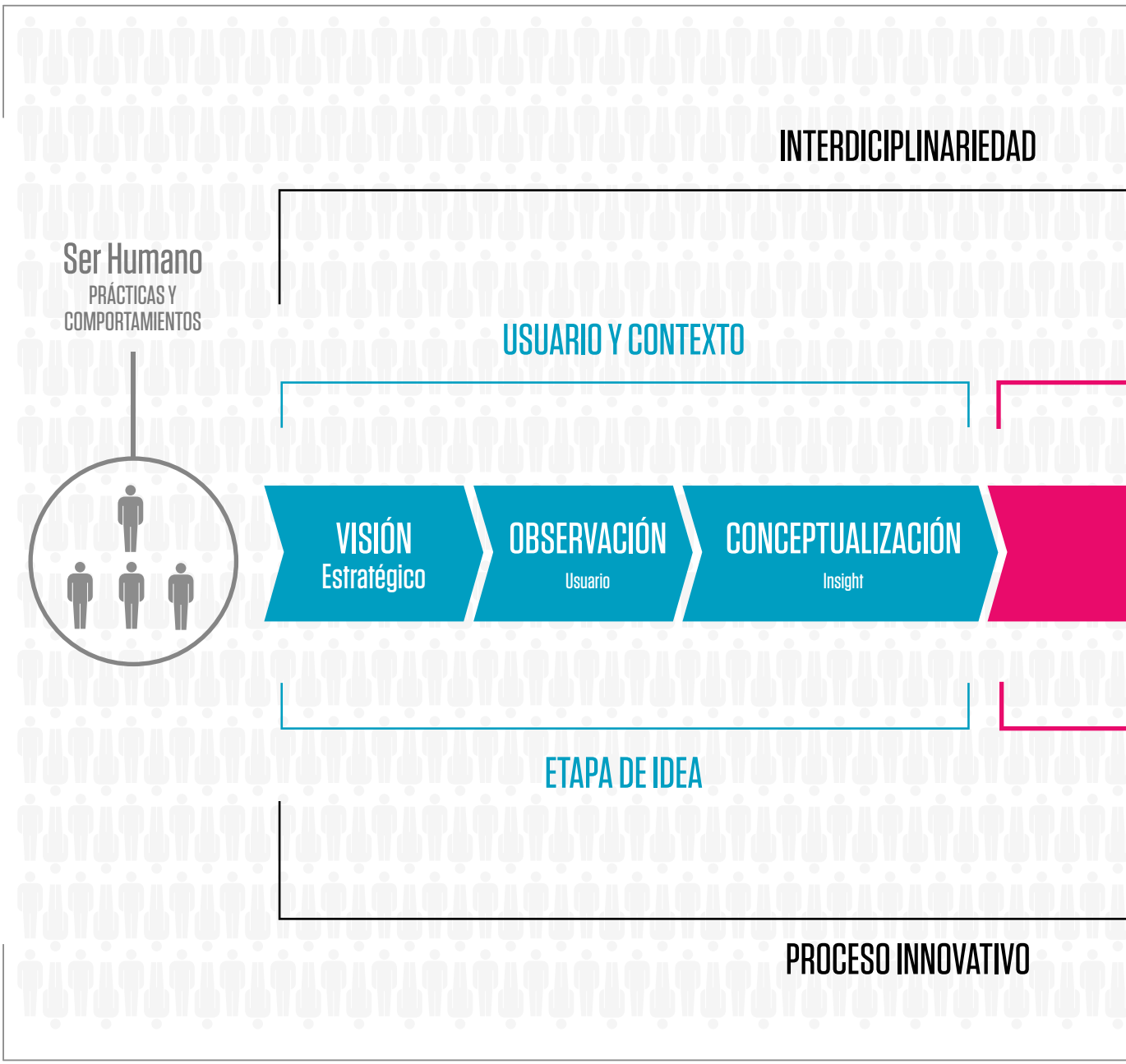
Another factor incident was the participation of professionals throughout the various stages of the programmed process, beginning with the formation of a core team first, then the incorporation of an extended team and finally the focus back to the team base.

1. *Induction (computer based)*
2. *Selection (computer based)*
3. *Vision (extended team)*
4. *Prototyping (extended team)*
5. *Factibilización (computer based)*
6. *Leverage (computer based)*

Metodología cMIND
para la innovación de productos y servicios

CONT

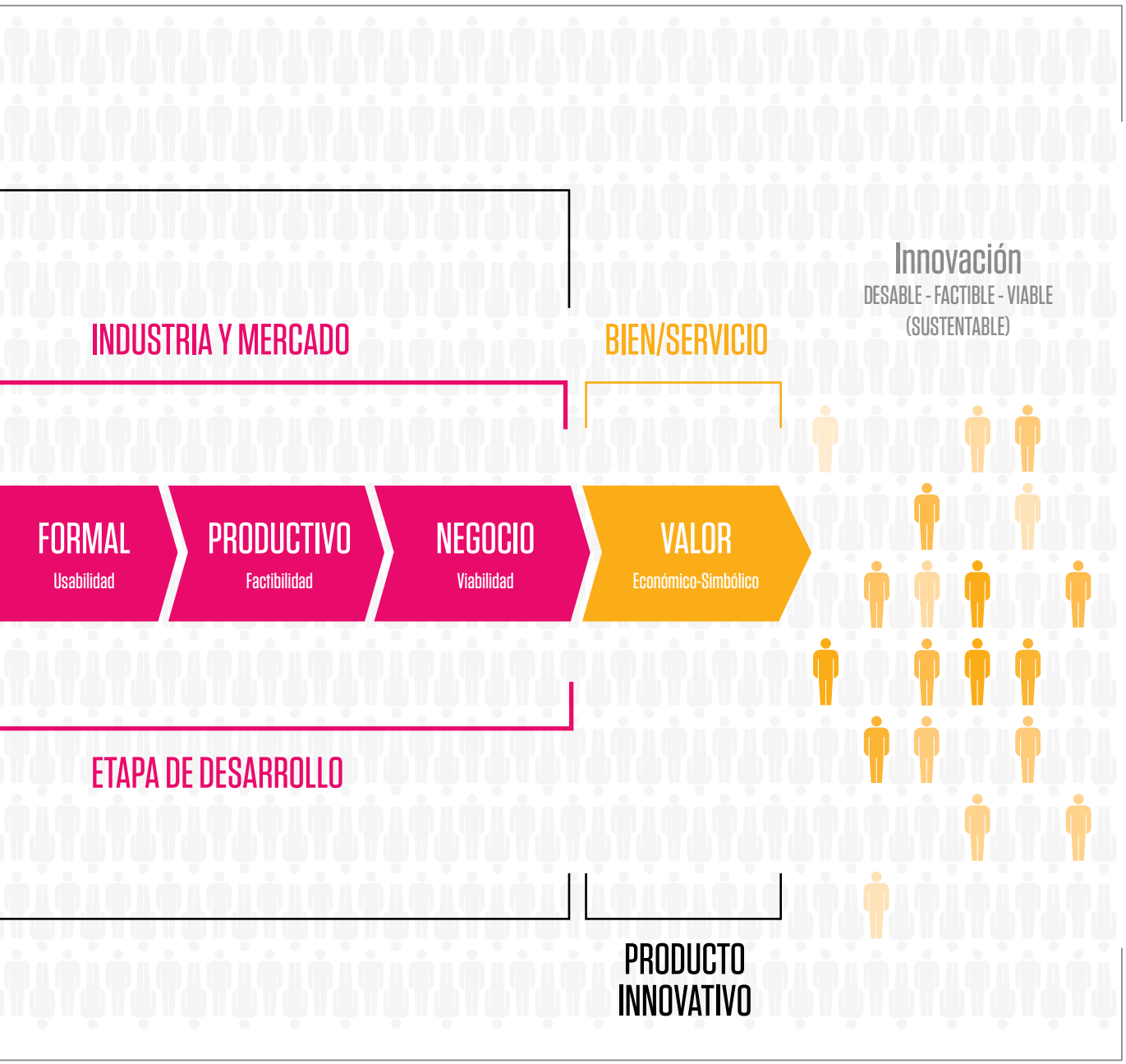
SOCIAL - TECNOLÓGICO



EXTO

ECONÓMICO - (ECOLÓGICO)

cMInD
CENTRO MAYOR DE
INNOVACIÓN Y DISEÑO
UNIVERSIDAD MAYOR



ETAPA DE IDEA

Proceso de Configuración de la idea (Usuario y Contexto)

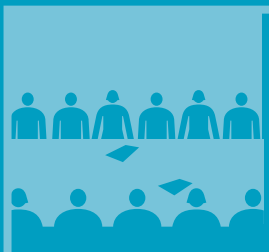
VISIÓN

CONFORMACIÓN EQUIPO BASE

SERCOTEC + CMIND

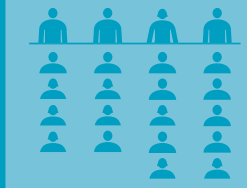
ENTENDIMIENTO MIPES
SOCIOLÓGICO - TECNOLÓGICO - ECONÓMICO

CONFORMACIÓN EQUIPO INTERDISCIPLINARIO



- Directivos
- Negocio
- Factor Humano
- TBC
- Diseño
- Prototipo
- Industrial
- Branding

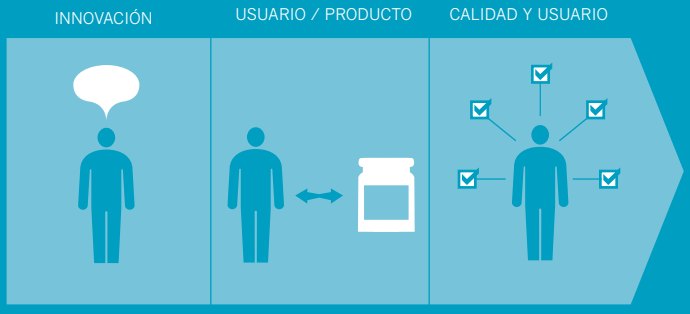
ASIGNACIÓN DE MIPES A CADA COORDINADOR



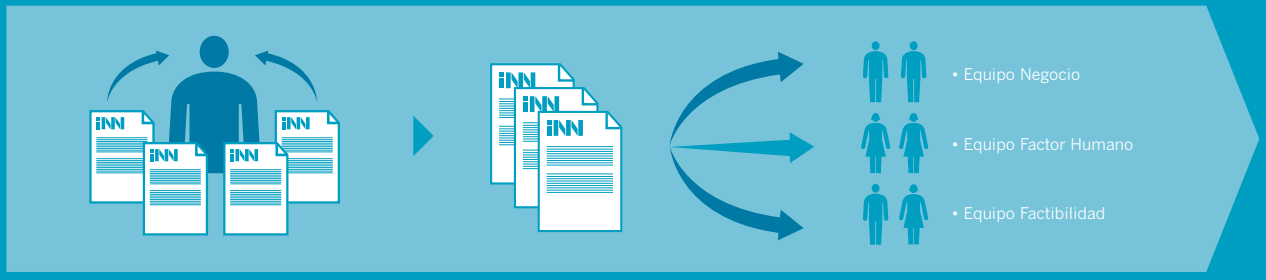
ENVÍO DE FICHAS ECOSISTEMA A CLIENTES

ENTENDIMIENTO MIPES
ÁMBITO DE NEGOCIO TURISMO/ALIMENTO

TRASPASO VISIÓN A MIPES



RECOPILACIÓN DE FICHAS Y TRASPASO A EQUIPOS EXPERTOS

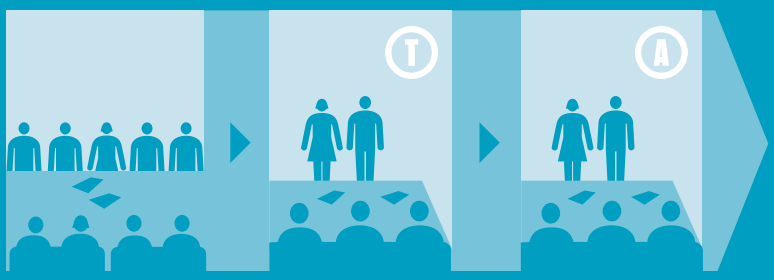


OBSERVACIÓN

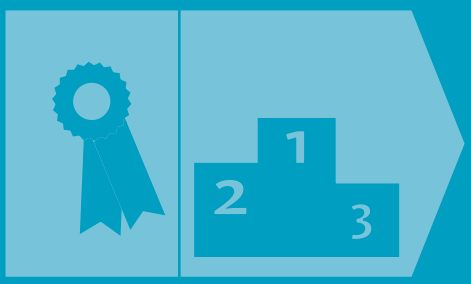
INMERSIÓN CON CLIENTES EN TERRENO / METROPOLITANA

CONCEPTUALIZACIÓN

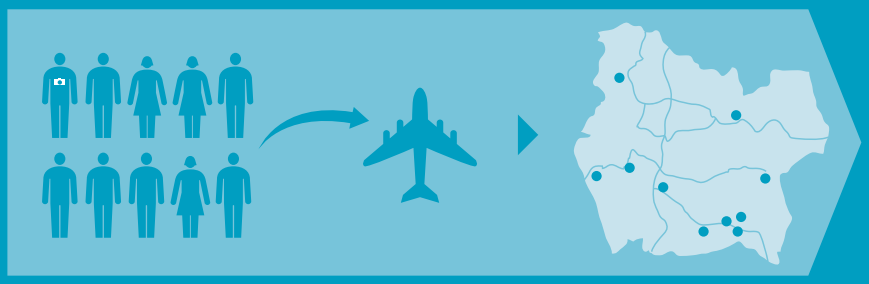
EVALUACIÓN EQUIPO DIRECTIVO Y EXPERTOS DE ÁREA



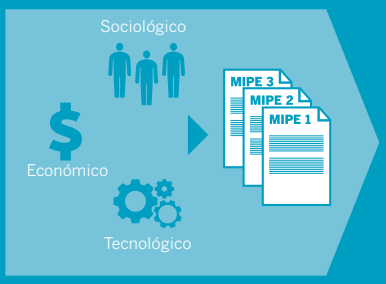
IDENTIFICACIÓN DE VALOR Y JERARQUIZACIÓN



INMERSIÓN CON CLIENTES EN TERRENO / ARAUCANÍA

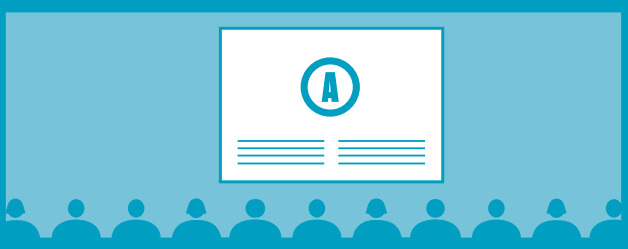


REPORTE DE ENTENDIMIENTO CLIENTES



PRESENTACIÓN DE INSIGHTS DE TURISMO

PRESENTACIÓN DE INSIGHTS DE ALIMENTOS

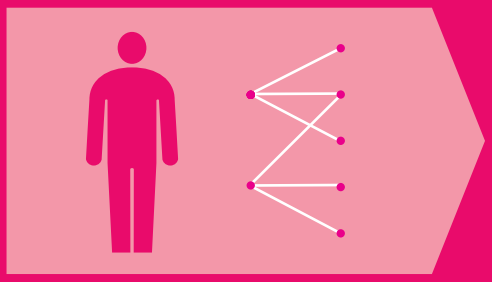


ETAPA DE DESARROLLO

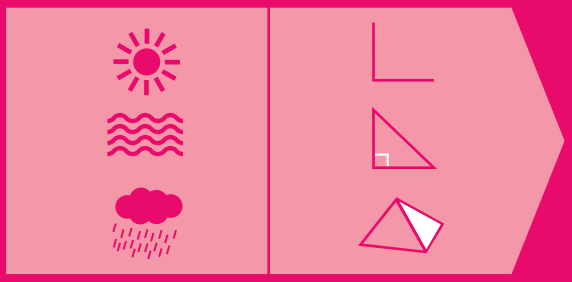
(Industria y Mercado)

FORMAL

DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTOS

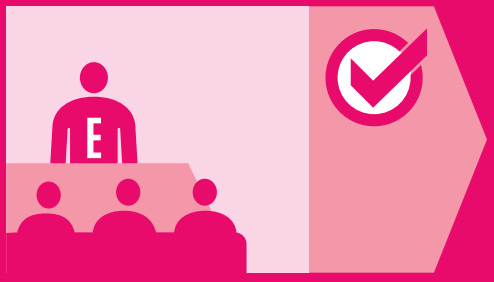


PROTOTIPAJE TEMPRANO
ATRIBUTOS Y CARACTERÍSCTICAS

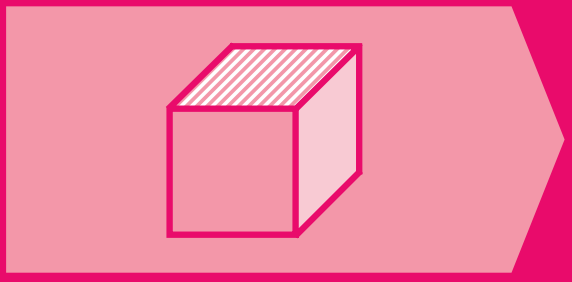


PRODUCTIVO

ESTABLECIMIENTO DE LA CALIDAD

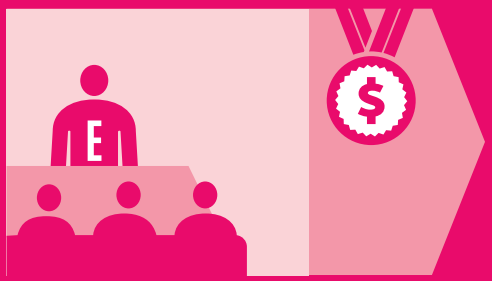


DEFINICIÓN DE MATERIALES E INSUMOS



NEGOCIO

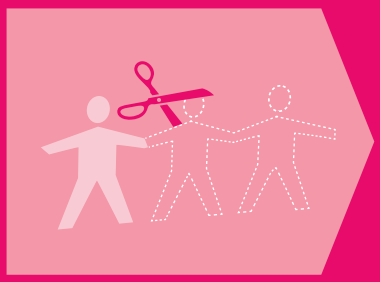
REVISIÓN/AJUSTE DEL VALOR ECONÓMICO



ESPECIFICACIÓN DE MERCADO Y TAMAÑO

DISEÑO FORMAL

PROTOTIPAJE
PRODUCTO O SERVICIO

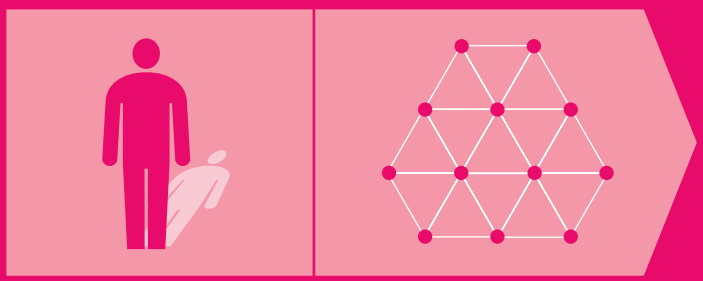


USABILIDAD

PROCESOS Y PROVEEDORES

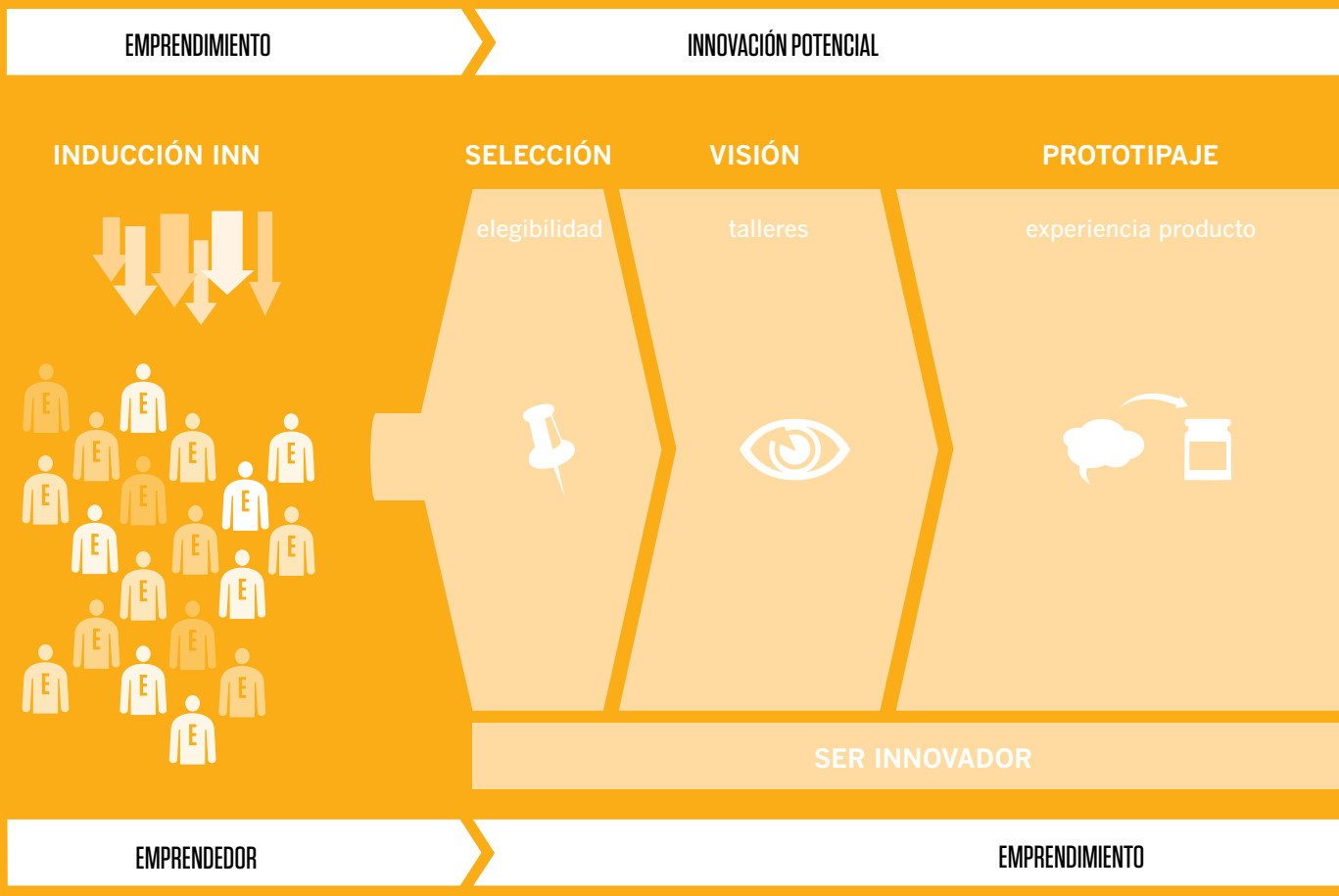
TIEMPO Y CONDICIONES

ESTABLECIMIENTO DE
COMPETENCIA, CANALES Y ALIANZAS



PLAN DE NEGOCIOS

Proceso para el incremento de la Capacidad Innovativa



INNOVACIÓN EFECTIVA

COMPETITIVIDAD

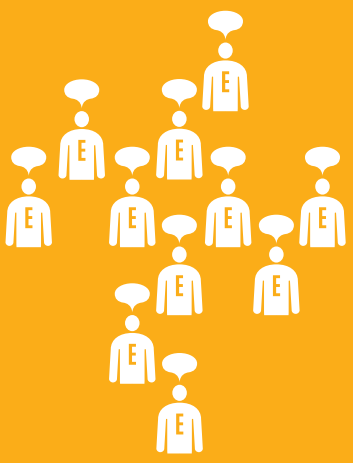
FACTIBILIZACIÓN

APALANCAMIENTO

PACK
producto
innovativo

plan de negocio

financiamiento



HACER INNOVADOR

INNOVATIVO

EMPRESARIO INNOVADOR

INDUCCIÓN
INDUCTION

Como parte de la metodología de trabajo y dentro del proceso de selección, se impartieron dos talleres de inducción para los empresarios interesados en participar del Programa INN en la región Metropolitana y en la región de la Araucanía. En esta etapa se entregó el concepto de innovación centrada en el usuario y su valor para el desarrollo de nuevos productos y servicios, haciendo énfasis en la diferencia entre valor agregado y creación de valor; pilar fundamental en la manera de enfrentar el proceso emprendedor dentro de este Programa. Por otro lado, se presentó el alcance del Programa en su aspecto formal y compromisos, para nivelar las expectativas de los participantes y clarificar la operatoria de INN.

As part of the methodology and in the selection process, two workshops were offered induction for entrepreneurs interested in participating in the INN Programme in the metropolitan region and the region of Araucania. At this stage gave the concept of user-centered innovation and value to the development of new products and services, emphasizing the difference between value added and value creation; fundamental pillar in the way of confronting the entrepreneurial process within this program. On the other hand, presented the scope of the program in its formal aspect and commitments, to level the expectations of participants and to clarify the operative INN.

SELECCIÓN
SELECTION

Como segunda etapa del proceso se generó un llamado a postulación para los empresarios participantes en la etapa de inducción, cuyo interés en participar del programa piloto INN comprometería la entrega de información comercial y productiva reservada de su MIPE, como también la asistencia y participación a Talleres y procesos de desarrollo conjunto con el equipo del Programa.

Para esto se utilizó una ficha de postulación con puntaje categorizado y jerarquizado, para visualizar el potencial innovador y emprendedor del postulante, su negocio, y su ecosistema; que junto a la asesoría de los ejecutivos regionales y su conocimiento en terreno del perfil de cada postulante, posibilitó realizar una evaluación y pasar por un proceso de elegibilidad a los mejores 10 candidatos de cada región, constituyendo el grupo de beneficiarios del programa.

As a second stage of the process generated a call for nomination for employers participating in the induction stage, whose interest in participating in the pilot program INN compromise the delivery of commercial and restricted production of MIPE, as well as attendance and participation in workshops and processes for joint development with the program team.

This was done using an application form to score categorized and hierarchical, to display the innovative and entrepreneurial potential of the applicant, his business, and its ecosystem, which together with the advice of the regional executives and knowledge in the field of each candidate's profile , allowed an assessment and go through a process of eligibility for the top 10 candidates from each region, constituting the group of beneficiaries.

VISIÓN
VISION

Para gestar nuevas realidades es fundamental visionarlas. Estos serán los territorios por donde caminaremos mañana (Envisioning).

El aprendizaje y entrenamiento de las personas para desempeñarse dentro de un contexto de innovación, significa interactuar tanto con en el ser como en el hacer de las personas en proceso de transformación.

Dependiendo del perfil del individuo o grupo y del rol en que actúa dentro de su ecosistema de innovación , se busca ecualizar el modo mas apropiado de producir las competencias necesarias para lograr modificar su comportamiento emprendedor y la sostenibilidad en el tiempo. Esta estrategia de aprendizaje contempla aspectos teóricos para ayudar a la comprensión del contexto de la innovación , desarrollar distinciones sobre el valor, pero fuertemente incorpora escenarios de trabajo que permitan experienciar a través del hacer personal y colectivo, los pilares y dimensiones esenciales con el objeto de ir modelando y modificando la visión personal o institucional que portan. El propósito en esta etapa de Talleres del Programa es crear un proceso de "envisionamiento" (envisioning) que pueda ser articulado a través de herramientas .

Para gestar nuevas realidades es fundamental visionarlas. Estos serán los territorios por donde caminaremos mañana (Envisioning).

El aprendizaje y entrenamiento de las personas para desempeñarse dentro de un contexto de innovación, significa interactuar tanto con en el ser como en el hacer de las personas en proceso de transformación.

Dependiendo del perfil del individuo o grupo y del rol en que actúa dentro de su ecosistema de innovación , se busca ecualizar el modo mas apropiado de producir las competencias necesarias para lograr modificar su comportamiento emprendedor y la sostenibilidad en el tiempo. Esta estrategia de aprendizaje contempla aspectos teóricos para ayudar a la comprensión del contexto de la innovación , desarrollar distinciones sobre el valor, pero fuertemente incorpora escenarios de trabajo que permitan experienciar a través del hacer personal y colectivo, los pilares y dimensiones esenciales con el objeto de ir modelando y modificando la visión personal o institucional que portan. El propósito en esta etapa de Talleres del Programa es crear un proceso de "envisionamiento" (envisioning) que pueda ser articulado a través de herramientas .

INN

PARA GESTAR
NUEVAS REALIDADES
ES FUNDAMENTAL
VISIONARLAS

TALLER DE INNOVACIÓN
INNOVATION WORKSHOP

Este Taller desarrolla en el empresario Mipe, la Visión de un nuevo territorio de acción emprendedora, que ha sido configurado como resultado de la comprensión y articulación de la metodología del Programa.

Estimula en los participantes un quehacer cotidiano de tipo innovador, centrado en las personas y sus necesidades latentes, valorizándolas como oportunidades potenciales de nuevos negocios.

This workshop develops the employer IPM, the Vision of a new territory of entrepreneurial action, which has been set up as a result of understanding and articulation of the methodology of the program.

It encourages participants in a innovative type daily work, focusing on people and their latent needs such recognition as potential new business opportunities.

Apple Chips
Lay's
Corte Americano

LAN
VIDA AIRE LIBRE
USUARIO

TALLER
USUARIO PRODUCTO
USER PRODUCT WORKSHOP

Taller que muestra el valor de la información del usuario y su entendimiento desde una perspectiva antropológica para la configuración de nuevos productos.

Si el propósito es innovar, el producto o servicio aun no ha sido siquiera pensado, así que no puede ser explicado por las personas a través de encuestas de mercado o focus group. De este modo se hace necesario comprender al usuario y sus prácticas(lo que hace), para poder establecer cuales son sus requerimientos, deseos y anhelos.

Workshop that shows the value of user information and understanding from an anthropological perspective in fashioning new products.

If the purpose is to innovate the product or service has not yet even been thought of, so it cannot be explained by the people through market surveys or focus group. Thus we need to understand the user and their practices (what it does), to establish what their needs, wishes and desires.

TALLER DE CALIDAD CENTRADO EN EL USUARIO

QUALITY WORKSHOP USER-CENTERED

Este módulo de conocimiento y aprendizaje, apunta a desarrollar entendimiento en el emprendedor, respecto a la importancia de estructurar un sistema de referencias que actúen como estándares jerarquizados, que posibiliten definir la calidad del producto o servicio, a partir de los requerimientos y anhelos que el usuario establece como satisfactorio para el desarrollo de sus prácticas.

This form of knowledge and learning, aims to develop understanding of the entrepreneur, about the importance of structuring a system of reference standards act as a hierarchy, which allow to define the quality of the product or service, based on the requirements and desires that user sets as satisfactory for the development of their practices.

SOFTWARE
PREGUNTAR SIEMPRE
PERFIL CONDUCTA CONSUMO

HojaMar
Laminitas de alga para
acompañar platos y crea

HojaMar
Laminitas de alga para acompañar platos y creaciones
HojaMar
Laminitas de alga para acompañar platos y creaciones

PROTOTIPAJE
PROTOTYPING

Esta etapa es esencial para encarnar en los emprendedores, los conceptos y distinciones entregados sobre innovación, usuario y calidad; haciendo viva la experiencia de tener que desarrollar y materializar junto al equipo experto del Programa, un nuevo producto o servicio.

Esta experiencia –producto, desarrolla el prototipaje a lo largo de 5 meses de todo el proceso para la conformación de un potencial nuevo negocio. En este tiempo se desarrolla la visión de oportunidad, la observación de usuarios potenciales, la conceptualización de un nuevo producto o servicio, la definición de atributos y características, como también su forma, expresión material y branding.

Al final de esta etapa se obtendrá un pack del producto o servicio innovativo, que servirá como antecedente para la concreción de un plan de negocio que acompañará su futura presentación a financiamiento para su desarrollo.

This step is essential for entrepreneurs to embody in the concepts and distinctions delivered on innovation, user and quality, making alive the experience of having to develop and implement together with the expert team of the program, a new product or service.

This experience, product prototyping develops over five months the whole process for the formation of a potential new business. At that time they developed the vision of opportunity, the observation of potential users, the conceptualization of a new product or service, the definition of attributes and characteristics, as well as its form, expression and branding material.

At the end of this stage will get a pack of innovative products or services that will serve as background for the realization of a business plan that will accompany his presentation to finance future development.

En Terreno

12 km al este de Temuco

Teodoro Schmidt, Comuna de la Araucanía Costera

Pucón, Región de la Araucanía

14 km al norte de Carahue, Araucanía Costera

LAS MIPES

Pamela Castro

Empresaria de Pucón

REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Chocolates Rucamalal

Mi visión es llegar a ser reconocida a nivel nacional como una Fábrica de Chocolates que elabora productos innovadores y de calidad. Y ser proveedora de todas las chocolaterías, restaurants, pastelerías y hoteles de Chile, con productos que “les simplifiquen la línea de producción” y que personalicen sus empresas ..Y así tener aprovechar al máximo toda la capacidad productiva de la Fábrica, durante todo el año.

La oportunidad de negocio que veo es la de vender un producto simple de manipular y que ofrezca una solución a otras empresas del rubro chocolatero, y que es ampliable a otras empresas gastronómicas, así como a personas inexpertas pero que gustan de cocinar. El cambio que quiero proponer es permitir a todo el mundo vivir la experiencia de trabajar con chocolates, esto es algo que no se ha visto en el país y que ha gustado a quienes le hemos compartido la idea.

My vision is to become nationally recognized as a chocolate factory that produces innovative and quality products. And being a provider of all the chocolate shops, restaurants, bakeries and hotels in Chile, with products that “will simplify the production line and to personalize their businesses .. And thus have to maximize all the productive capacity of the factory throughout the year.

The business opportunity I see is to sell a single product to handle and provides a solution to other chocolate companies in the area, and is expandable to other companies attractions, as well as inexperienced but who like to cook.The change I propose is to allow everyone to live the experience of working with chocolate, this is something that has not been seen in the country and those who liked the idea you have shared.

El fundido y atemperado de chocolate de alta calidad se realiza mediante templadoras.

El llenado se realiza a través de moldes imantados, golpeteo y emparejamiento de las paredes internas. La extracción de los casquillos de los moldes son depositados en bandejas especializadas para luego llenar las cajas, incorporar el rotulado y envasado, para su despacho.

The cast and tempered high-quality chocolate is made by tempering.

Filling is done through magnetized molds, beating and matching of the internal walls. The removal of the mold caps are placed on trays and then fill specialized boxes, incorporating the labeling and packaging for shipment.

Rucamalat
CHOCOLATES

Rucamalal CHOCOLATES

Los casquillos de chocolate para relleno son un producto que saldrá desde Arauco al mundo con posibilidades infinitas de ser rellenados con lo que el cliente quiera ofrecer en sus recepciones o eventos.

Usuario: El producto desarrollado por Rucamalal está orientado a satisfacer una necesidad latente en personas que producen y comercializan chocolate. En ese sentido, el usuario objetivo son chocolateros, chefs y banqueteros, entre otros, quienes identifican la elaboración de la cobertura como un "cuello de botella" en la producción de bombones, ya que no solo se trata de un proceso engorroso, sino que también requiere una indumentaria y una preparación especial para lograr una buena calidad de chocolate. Es en razón de ellos que valoran positivamente el poder contar con "coberturas listas", ya que agiliza y mejora el proceso de fabricación de los bombones, permitiéndoles entre otras cosas, contar con stock en épocas de alta demanda.

Valor: Facilitar y simplificar el proceso productivo de la industrial mediana y pequeña del chocolate, eliminando etapas en la elaboración y conclusión del producto final, y el ahorro consiguiente de tiempo y material, a través de insumos de alta calidad (casquillos) y soporte funcionales (envases orientados al llenado).

The plain chocolate filling is a product that will come from Arauco to the world with infinite possibilities of being filled with what the client wants to offer their receptions or events.

User: *The product developed by Rucamalal is oriented to satisfy a latent need for people who manufacture and sell chocolate. In that sense, the target user are chocolatiers, chefs and caterers, among others, who identified the development of coverage as a "bottleneck" in the production of chocolates, because not only is a cumbersome process, but Apparel also requires special training to achieve good quality chocolate. It is because of them would value the power have "coverage lists, and that simplifies and improves the process of manufacture of the chocolate, allowing among other things, have stock in times of high demand.*

Value: *To facilitate and simplify the production process of medium and small industrial chocolate, eliminating steps in the development and conclusion of the final product, and therefore saving time and material, through high quality inputs (caps) and functional support (containers oriented filling).*

Marcelo Vergara

Empresario de Puerto Saavedra

REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Budi Expediciones

Nuestro territorio es una localidad que fue azotada por el maremoto mas grande del mundo en el año 1960, es un pueblo que vive de la pesca y la agricultura. Nos encontramos en la ciudad de Puerto Saavedra en la novena región de la Araucanía, ubicado a 90 Km. de la ciudad de Temuco por la costa o territorio Lafkenche. Es una comuna con un 80% de población rural y el 65 % de población mapuche.

Es por esto que nuestros tours se orientan a esos sectores y siendo sus principales atractivos la cultura mapuche, sus paisajes, el lago Budi (único lago salado de Sudamérica), la historia de la localidad y su principal hito histórico, la devastación del maremoto de 1960. Nuestra visión es ser pioneros potenciando el crecimiento turístico de nuestra comuna, basándonos en nuestra historia, cultura y naturaleza nativa, para producir experiencias únicas prestando un servicio de calidad en asociatividad con otras iniciativas.

Our territory is an area that was hit by the tsunami biggest in the world in 1960, is a people living from fishing and agriculture. We are in the town of Puerto Saavedra in the Ninth Region of Araucania, located 90 km from the city of Temuco along the coast or Lafkenche territory. It is a commune with 80% of rural population and 65% of Mapuche population.

That is why our tours are geared to these sectors and its main attractions being the Mapuche culture, landscapes, Lake Budi (only salt lake in South America), the history of the town and its main landmark, the devastation of the tsunami 1960. Our vision is to pioneer the growth promoting tourism in our commune, based on our history, native culture and nature to produce unique experiences to provide a quality service in partnering with other initiatives.

* Tour por la Zona Lafkenche, en donde realizar un recorrido por los principales sitios históricos (ruinas del maremoto de 1960) .

* Travesía Sea Kayak Isla Llepu, travesía hacia la isla Llepu que se encuentra en el corazón del Lago Budi.

* Kayak Lafquen Leufu, travesía en kayak desde la desembocadura del lago Budi hasta el sector del puente Budi, en el que se podrá apreciar la flora y fauna existente del lugar.

* Bike Tour Lafquen Leufu, Tour donde podrá apreciar la desembocadura del río imperial y apreciar algunas ruinas que quedan sobre las aguas

* Cabalgatas Lafkenche, recorrido que consiste en bordear el océano pacifico para sentir y respirar la brisa marina y además visitar lugares sagrados para los mapuches.

* *Tour Lafkenche Zone, where a tour of the main historical sites (ruins of the tsunami of 1960).*

* *Llepu Island Sea Kayak Crossing, crossing to the island Llepu located in the heart of Lake Budi.*

* *Lafquen Leufu Kayak, kayak voyage from the mouth of the lake to the sector Budi Budi bridge, which you can appreciate the flora and fauna of the place.*

* *Lafquen Leufu Bike Tour, Tour where you can see the mouth of the imperial and see some ruins that remain on the water*

* *Riding Lafkenche journey that is skirting the Pacific Ocean to feel and breathe the sea breeze and also visit sites sacred to the Mapuche.*

MIKI

BU
EX
BUDI
Exped

BUDI
EXPEDICIONES
Puerto Saavedra

Diseño de experiencia de turismo etnográfico en el lago budi y en sus alrededores con actividades culturales y de contacto con la naturaleza y con habitantes autóctonos de la zona. Dentro de estas actividades participan de prácticas en conjunto con los habitantes originarios de la zona, disfrutando de su comida, de la producción de artesanía y de sus historias.

Usuario: Es una familia chilena de clase media de diversas regiones del país, que planifica sus vacaciones en familia. Buscan experiencias turísticas que integren lo lúdico y lo educativo. Valoran la identidad y cultura propiamente chilena de los lugares que visitan, así como sus particularidades geográficas y su flora y fauna.

Valor: Permanecer, habitar, y experienciar un territorio y un paisaje, contextualizado desde el sentido étnico en que se desarrollan las practicas, ritos, cosmovisión, relación con la naturaleza, alimentación y otros. El servicio no se constituye desde lo geográfico si no que desde lo etnográfico.

Design of ethnographic tourism experience in the lake and surrounding budi with cultural activities and contact with nature and indigenous inhabitants of the area. Within these activities involve practices in conjunction with the original inhabitants of the area, enjoying their food, handicraft production and their stories.

User: *Chile is a middle class family in various regions of the country, plan your family vacation. Looking for travel experiences that integrate fun and educational. They value themselves Chilean identity and culture of the places they visit, their geographical particularities and its flora and fauna.*

Value: *Stay, dwell, and experience a land and a landscape, from the ethnic sense in context in which they develop practices, rites, cosmology and relationship with nature, food and others. The service is not from the geographical if not since the ethnographic.*

Susan Urra

Empresaria de Melipeuco

REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Turismo Allipen

En la actualidad el negocio funciona como residencial, anexo a Hostería Jumarsu, ubicada en la ciudad Melipeuco, nuestro público objetivo es variado, en la temporada estival y ocasionalmente en el resto del año son turistas.

Nuestra visión en Turismo Allipen es lograr la satisfacción total de quien visita Araucanía Andina, mediante un servicio profesional, acogedor, cercano y personalizado ajustándose a las necesidades de cada persona que nos visita.

Los servicios ofrecidos han sido pensados con creatividad, versatilidad que asegura al visitante una experiencia inolvidable, entretenida y segura de compartir las maravillas que ofrecen los hermosos lugares de la Araucanía Andina.

El territorio donde operamos es Araucanía Andina, ubicada en la novena región conformada por Curacautín, Vilcún, Cunco, Melipeuco, como así también Villarrica y Pucón, en general en el territorio cordillerano de la Novena Región.

Today the business operates as a residential annex to Jumarsu Inn, located in the city Melipeuco, our target is varied, in the summer and occasionally in the rest of the year are tourists.

Our vision is to Tourism Allipen total satisfaction of those who visit Araucanía Andina, with a professional, friendly, near and custom fit the needs of each person who visits us.

The services offered are designed with creativity, versatility that ensures visitors an unforgettable experience, fun, and safe to share the wonders that offer beautiful places in the Araucanía Andina.

The territory we serve is Araucanía Andina, located in the ninth region comprising Curacautín, Vilcún, Cunco, Melipeuco, as well as Villarrica and Pucon, in general in the Andean area of the Ninth Region.
and nature to produce unique experiences to provide a quality service in partnering with other initiatives.

Principalmente el negocio está definido por la interacción de dos ramas, una que interactúa con las diferentes identidades relacionadas con el desarrollo del turismo, organizaciones comunales, mesa de trabajo, comités miembros de Araucanía Andina, Sernatur, gobierno regional y otras instituciones que regulan, organizan y desarrollan el turismo de la zona. La segunda rama es la referida a la empresa privada que participan en el desarrollo comunal de las áreas mencionadas, forestal, construcción y pisciculturas, son ellas con la cual se debe trabajar todo el año para mantener un nivel de servicio.

Primarily the business is defined by the interaction of two branches, one that interacts with the different identities related to tourism development, community organizations, work table, committee members Araucanía Andina, Sernatur, regional government and other institutions that regulate, organize and develop tourism in the area. The second branch is the one concerning the private company involved in the community development of the mentioned areas, forestry, construction and farms are those with which they must work all year to maintain a level of service.

TURISMO
ALLIPEN
Rutas de Melipeuco
Ruta de los Geiseres
Ruta del Piñonero
Ruta del Piñonero
en Vehículo
Trufui Trufui
Cabeza de Indio
China Muerta
Melipeuco
Nuestra ruta parte desde Melipeuco a 480 metros
Ruta de los Geiseres
ALLIPEN
Ruta de los Geiseres
Melipeuco
Valle Alpehue
Río Alpehue
Termas
Casa Blanca
Geiseres
Nevados de Sollipulli
Melipeuco
Comienzo del recorrido
Casa Blanca
Valle Alpehue
19 km. en vehículo hasta llegar al río Alpehue
Río Alpehue
Camioning de subida por el cañón. Se encuentra entre enormes mortalias de granito. Con bosques y duchas naturales, torrentosas pero tibias aguas donde se pueden observar lesiones y extrañas formaciones rocosas. Rica biodiversidad de flora y fauna únicas en el mundo.
Termas
Fuentes naturales de aguas minerales que tienen una temperatura promedio de 50ºC. Tiempo de descanso y contemplación.
Géiseres
Donde el curso de agua se encajona da paso a la calidez de los primeros géiseres que brotan por sus paredes y en la superficie barros termales.
Almuerzo
Nevados de Sollipulli
Llegando a la cumbre del Sollipulli por su vertiente oeste donde el río ya se encajona mas aun entre dos murallones de roca con extrañas figuras en las puntas nos encontramos a 2200 kilómetros sobre el nivel del mar. Se pueden apreciar los géiseres de la zona, un lugar majestuoso y tranquilo, para personas que gustan de la adrenalina

TURISMO ALLIPEN
Rutas de Melipeuco

Diseño de experiencia cultural y turística al interior de la novena región para conocer aéreas que hasta ahora no habían sido cubiertas por ningún operador.

Los diseños contemplan la geografía, aguas de manantial, recogida de los piñones y otras actividades relacionadas con el contacto natural y con especies de flora y fauna nativa.

Usuario: Es un turista extranjero europeo (alemán, español, italiano, ingles) con interés en conocer parques naturales y sitios históricos del sur de chile y que busca una oferta turística que ofrezca un servicio completo (información, traslados, alojamiento, alimentación). Allipen entrega a estos turistas una oferta actualmente inexistente, la cual es ofrecer alojamiento en Melipeuco y ofrecer una zona de paso y de acceso al parque nacional Conguillo.

Valor: Estación territorial que opera como nodo zonal de servicios de turismo, posibilitando la permanencia del usuario a través del hospedaje y alimentación, permitiendo en la estadía la planificación y articulación de programas de recorridos experienciales en la zona.

Design culture and tourism experience into the ninth region to find carriers so far not been covered by any operator.

The design includes geography, spring water, collected from the pine nuts and other activities related to the natural contact with species of flora and fauna.

User: *Foreign tourist is a European (German, Spanish, Italian, English) with interest in learning about parks and historic sites in southern Chile and looking for a tourist to offer a complete service (information, transportation, lodging, meals). Allipen delivery to these tourists currently offer non-existent, which is offering accommodation in Melipeuco and provide a passageway and access to national park Conguillo.*

Value: *Station operates as a node territorial zone of tourism services, enabling the user to remain through the room and board, allowing stay in joint planning and experiential programs in the area tours.*

Cecilia Blanco

Empresaria de Villarrica

REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Rayún

Somos una empresa familiar que lleva seis años trabajando, nos dedicamos a la fabricación de mermeladas conservas y ahora también pastas o chotney.

El 90% de nuestros productos se basan en frutos silvestres que dependiendo de su estacionalidad se recolectan y se procesan para ser comercializados.

Nuestra visión es que nuestros productos sean reconocidos y preferidos en Chile y luego en el extranjero, creando una línea de productos gourmet que mezclen la cultura gastronómica de nuestros antepasados con productos utilizados actual mente, para así enseñar acerca de la historia gastronómica de nuestra zona y de nuestro país.

We are a family business that has spent six years working; we are dedicated to the manufacture of jams and canned pasta or chotney now.

90% of our products are based on wild fruits depending on seasonality are collected and processed to be marketed.

Our vision is that our products are recognized and preferred in Chile and then abroad, creating a line of gourmet products that mix the culinary culture of our ancestors with current products used mind, and teach about the gastronomic history of our area and of our country.

La recolección de materias primas sistematizadas a través de proveedores locales de la zona mapuche, constituye la base que mantiene los mismos rasgos culturales de la obtención desde el pueblo originario, identificando en esta selección el grado de madurez e integridad de los vegetales recolectados, desarrollando con esto un proceso sustentable en la provisión de las materias primas.

La selección y porcionado de componentes según la receta original, y la diversificación de productos con la suma de componentes actuales, constituye un producto final de cocina "fusión", que es envasado en caliente para producir presión negativa al interior del envase y lograr un sellado al vacio
.

The systematized collection of raw materials through local suppliers of the Mapuche area is the foundation that maintains the same cultural traits obtained from native people, in this selection by identifying the degree of maturity and integrity of the plants collected, developed with this a sustainable process in the provision of raw materials.

The selection and portioning of ingredients according to recipe and product diversification with the addition of existing components, is an end product of cooking "fusion" which is hot filling to produce negative pressure inside the sealed container and achieve vacuum.

VINAGRETA
Rayün
SABORES DEL SUR
Antipastos de Brotes
VINAGRETA
PISTO DE PIÑONES
Piñones, en pasta y trozados.
Berenjenas en trozos.
Tomate deshidratado.
Pimiento morrón en trozos.
Cebolla y ajitote en trozos.
Alibos, laurel, eneldo,
tomillo, sal.
Aceite de maravilla,
aceite de oliva.
PISTO DE PIÑONES
www.rayun.cl
PASTA PICANTE
Ajos tostados y fritos.
Merken.
Pimienta de canelo.
Aceite de oliva.

Rayün
SABORES DEL SUR

Sabores del sur se orienta en la gastronomía propia de la zona de Arauco y la convierte en productos de calidad gourmet que renuevan la experiencia de sabores con sugerencias interesantes y profundas.

Usuario: Este producto pretende ser comercializado a través de internet y en tiendas especializadas en productos gourmet, principalmente en zonas acomodadas de Santiago, por lo tanto, el usuario al cual está destinado son personas de clase media y alta, que dan especial importancia a lo culinario dentro de su vida cotidiana. Asimismo, valoran el vivir nuevas experiencias gastronómicas, mas aun si está dotada de contenidos étnicos o exóticos.

Valor: Productos gourmet que sincretiza con los orgánico y saludable de la cultura ancestral alimentarias mapuche, y una presentación en formato contemporáneo, para transferir a la gastronomía moderna, consumo del maridaje, salud e historia.

Flavors of the South focuses on the traditional cuisine of the area of Arauco and makes quality products that renew the experience gourmet flavors with suggestions of interesting and profound.

User: *This product is intended to be marketed through the internet and in shops specializing in gourmet products, especially in an affluent area of Santiago, therefore, the user which it is intended are people of middle and upper classes, giving particular importance to the culinary within of their daily lives. Also value the experience new dining experiences, but even it is equipped with ethnic and exotic content.*

Value: *Concretizes gourmet products with organic and healthy food ancestral Mapuche culture, and a presentation on contemporary format, to transfer modern gastronomy, mixing matches, health and history.*

Susan Ulloa

Empresaria de Pucón

REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Apisu

Soy apicultora, productora de miel, polen, propóleos, jalea real. Nuestra empresa está instalada en una zona cordillerana y pertenezco al Comité de Apicultores de la Comuna de Pucón. Tenemos un punto de venta en nuestra ciudad y aunque en mi negocio elaboramos diferentes productos con valor agregado, no dependo solo de mi producción ya que además me abastezco de miel producida por mis socios del comité.

I'm a beekeeper, a producer of honey, pollen, propolis, royal jelly. Our company is installed in a mountainous area and belong to the Committee of Beekeepers Commune of Pucon. We have an outlet in our city and even in my elaborate different business value-added products, not only depend my production and also supplying me of honey produced by my partner committee.

La receta es propia de la empresa y combina miel con frutillas deshidratadas. La caramelización de la receta es a partir de la reducción por temperatura hasta llegar a la consistencia deseada. Su conformación se realiza a través de moldaje por estirado mecánico hasta la obtención del calibre deseado.

The recipe is own company, combining honey with dried strawberries. The caramelization of the recipe is from the reduction in temperature to reach the desired consistency. His conformation is achieved through mechanical stretch-molding to obtain the desired size.

SABORES DE MIEL
ApiSu
CALUGAS ARTESANALES
Calugas de Miel con Frutillas deshidrat
200 GR
20 CALUGAS
ApiSu
CALUGAS ARTESANALES
Calugas de Miel con Frutillas deshidratadas

SABORES DE MIEL

ApiSu

CALUGAS ARTESANALES

Estos productos crean una categoría propia de sabor dulce combinando en una formulación secreta 100% natural, la miel solida con ingredientes naturales como avellanas, frutillas, chocolate y otro, para proponer una experiencia de sabor diferente y sano en el mundo de los confites.

Usuario: Consumidores habituales de productos naturales que prefieren productos en base a ingredientes organicos, que tienden a evitar el azúcar y los ingredientes artificiales por tenas de salud, en general prefieren una alimentación mas sana. Generalmente obtienen estos alimentos en emporios, farmacias homeopáticas, o en la sección de alimentos naturales en los supermercados. Son consumidores que valoran la oferta de alternativas naturales y organicas en distintos contextos de consumo (restaurantes, supermercados, etc.) preferentemente corresponde a un segmento mujer adulta joven.

Valor: Porción alimentaria, nutriente y energética, de comportamiento sibarita en su consumo, pero de aporte saludable en sus componentes y elaboración.

These products create a separate category of sweet secret formulation combining a 100% natural, solid honey with natural ingredients such as nuts, berries, chocolate and other, to propose a different taste experience and healthy in the world of candy.

User: *Ordinary consumers who prefer natural products-based products with organic ingredients, which tend to avoid sugar and artificial ingredients had every health in general prefer a more healthy diet. Usually get these foods emporiums, homeopathic pharmacies, or natural foods section in supermarkets. They offer consumers who value natural and organic alternatives in different contexts of consumption (restaurants, supermarkets, etc.) Preferably corresponds to a young adult female segment.*

Value: *Serving food, nutrient and energy, consumer behavior in gourmet, but healthy filler ingredients and preparation.*

Raimundo Romero

Empresario de San José de Maipo

REGIÓN METROPOLITANA

Ecoturismo Sureste

Nuestra empresa es una sociedad familiar que inicialmente se formó para darle uso a un gran patrimonio de la familia, el Fundo El Toro, lugar de alrededor de 400 hectáreas de cerros, bosques y quebradas, ubicado en el Canelo, Cajón del Maipo. En este terreno instalamos un Centro de Actividades Outdoor en un sector no mayor a dos hectáreas que se compone de un circuito de cuerdas y juegos de equipo; más otro sector donde se construyó la infraestructura básica para recibir a grupos de personas. (baños, comedor, terrazas, etc). La empresa fue formada por cuatro socios (dos parejas de hermanos y primos hermanos entre sí) recién salidos de la Universidad y con el interés de aprovechar este gran recurso y además, de trabajar con actividades relacionadas a la montaña (pasión en común).

Dentro del Fundo el Toro hay un cerro con una cumbre definida (1.500 msnm aprox) que se alcanza siguiendo un sendero de no más de dos horas y que además posee atributos naturales aún muy bien conservados (pertenece a la familia desde hace más de 80 años). En este cerro se pueden reconocer diferentes especies de flora y fauna nativa; Además hay vertientes de agua, bosques y en la cumbre se ve el valle del Cajón y parte de la alta cordillera.

Our company is a family company originally formed to give use to a great heritage of the family, the Fundo El Toro, instead of around 400 hectares of hills, forests and streams, located in the Canelo, Cajon del Maipo. In this area we installed an Outdoor Activity Centre in an area not exceeding two hectares which is composed of a circuit of ropes and team games, plus another sector where basic infrastructure was built to welcome groups of people. (Bathrooms, dining room, terraces, etc). The company was formed by four partners (two pairs of brothers and cousins to one another) fresh out of University with an interest in getting this great resource and also to work with activities related to the mountain (common passion).

Within the Fundo El Toro is a mountain with a summit set (approx 1,500 m) is reached following a path of no more than two hours and it also has natural attributes still very well preserved (part of the family for over 80 years .) On this hill you can recognize different species of flora and fauna; In addition there are watersheds, forests and see the summit of the Cajon Valley and part of the Andes.

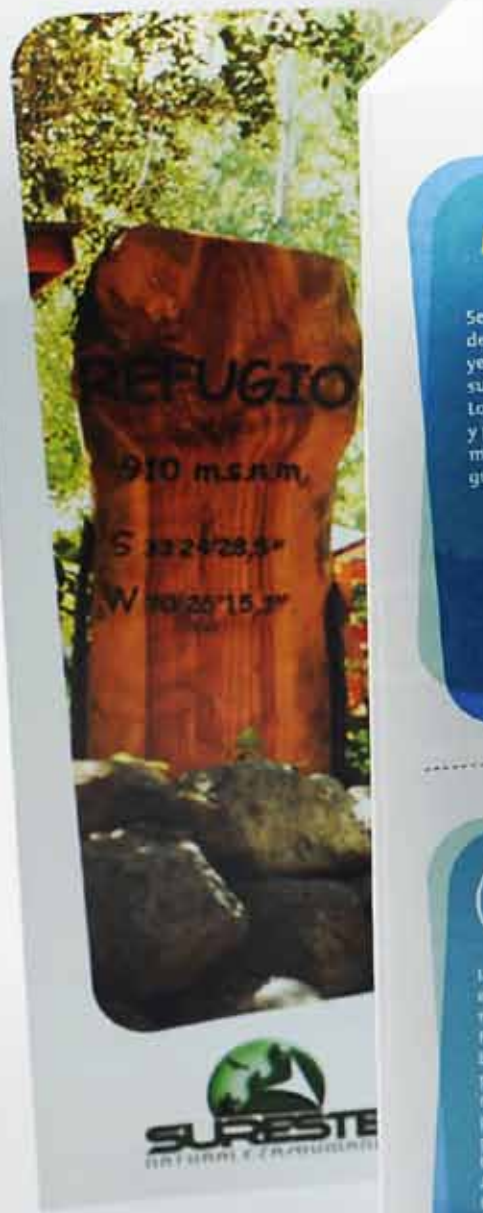
TIROLESA
ALTA

El Cajón del Maipo es un lugar que reúne diferentes condiciones naturales favorables para el turismo. Posee una geografía privilegiada, servicios turísticos complementarios (alimentación, alojamiento), a 30 kilómetros del principal receptor de vuelos internacionales que llegan a Chile.

Desarrollar un Trekking Eco-Aventura, incorporando un sendero interpretativo y guías con conocimiento del ecosistema del lugar para convertir la ascensión en un viaje más placentero y de aprendizaje y un descenso aventura , que consiste en bajar vía tirolesas (cánopy) y otras estaciones de cuerdas para agregarle adrenalina a la actividad disminuyendo el desgaste físico.

El Cajon del Maipo is a place that brings together various natural conditions for tourism. It has a privileged geography, complementary tourist services (food, accommodation), 30 km from the main recipient of international flights arriving in Chile.

Developing an Eco-Adventure Trekking, incorporating a nature trail guides with knowledge of the ecosystem of the area to make the ascent on a journey and learning more enjoyable and a fall adventure, which is to track down zip lines (canopy) and other stations String to add adrenaline to decrease the physical activity.



PAUSA 3

Se genera una instancia de degustación de diferentes infusiones en relación a yerbas chilenas, donde se explica sobre sus diferentes propiedades y ventajas. Los usuarios pueden ir cosechando in situ y probando diferentes sabores , de esta manera se estimulan los sentidos del gusto y olfato.

PAUSA 4

La curtá pausa consiste con una experiencia entorno a los sentidos y el reconocimiento de diferentes especies de flora nativa.
Esta pausa está ubicada en un sector provisto de diferentes ejemplares de flora nativa además de una selección de plantas, hojas , cortezas , semillas provistas en canastillos por el guía. Los usuarios pueden oler, mirar y tocar. Aprendiendo y reconociendo diferentes texturas, olores y aspectos visuales de la flora autóctona.
Esto está acompañado de paneles de infografía con información relevante e interesante en relaciona las característica botánicas de la zona

up&down

EXPERIENCIA NATURAL

Diseño de experiencia para descender el cerro El toro al interior del cajón del Maipo. Este descenso es en una tirolesa fragmentada en seis estaciones de descanso o pausas con actividades que en conjunto crean una nueva forma de contemplación y experiencias con la naturaleza, apelando a explotar cada uno de los sentidos h umanos en un proceso de aprendizaje, adrenalina y exploración.

Usuario: Son principalmente turistas extranjeros que buscan experiencias de turismo aventura y eco-aventura en chile, buscan experiencias turísticas y deportivas de montaña, que planifican su viaje con agencias de viaje y tour operadores y que verían como oferta interesante tener una experiencia de este tipo en la zona central de nuestro país. También pueden ser usuarios nacionales con alta capacidad adquisitiva (fundamentalmente de Santiago), que buscan experiencias deportivas y de montaña.

Valor: Programa de entretención de ecoturismo de corta extensión y desplazamiento, para usuarios extranjeros de breve estadia, con extensión de tiempo no superior a una jornada, realizado en locación cercana a la metrópoli, y con alta calidad de servicios.

Design experience to descend the hill the bull into the Cajon del Maipo. This decrease is in a fragmented canopy in six seasons of rest or breaks in activities that together create a new form of contemplation and experience with nature, appealing to exploit each of the h uman senses in a learning process, adrenaline and exploration .

***User:** They are mainly foreign tourists looking for adventure tourism experiences and eco-adventure in Chile, seeking tourism experiences and mountain sports, who plan their travel with travel agencies and tour operators and would like to have an interesting offer such experience in central area of our country. They can also be domestic users with high purchasing power (mainly London), looking for sports and mountain.*

***Value:** Ecotourism entertainment program of short length and displacement, for short-stay foreign users, with extension of time not exceeding one day, held in location near the metropolis, and with high quality service.*

Karina Ramírez

Empresaria de Curacautín

REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Sabores Bokka

La Morchella es un producto nuevo y desconocido por la mayoría de la población y posee características propias que se transforman en atributos diferenciadores. Posee un sabor intenso y tiene una alta cualidad de saciedad. Por esto la gente lo utiliza para la elaboración de bases y en sustitución de la carne.

Hoy por hoy los principales clientes de este producto son Chef y Restaurantes, Ligados a la alta cocina y hotelería. Además de turistas que visitan nuestro país.

Para Sabores Bokka prospectar mercados de consumo masivos para la Morchella, en torno a sus principales propiedades, sabor intenso, alto contenido nutritivo, bajo en grasas, cuerpo y diversidad de en los modos de preparación; constituye un interés para insertar este fruto en modos de elaboración cotidianos de la gente.

The Morchella is a new and unknown to most people and has its own characteristics that become differentiating attributes. It has an intense flavor and has a high quality of satiety. This is why people use it for making bases and replace the meat.

Today the main customers of this product are Chef and Restaurant, Linked to haute cuisine and hospitality. In addition to tourists visiting our country.

Bokka Flavors prospect for mass consumption markets for Morchella, around its main properties, intense flavor, high nutritional value, low fat, body and diversity in modes of preparation, is an interest to add this fruit in ways people's everyday development.

El territorio de la Morchella se estructura en localidades aledañas como Collipulli, Curacautín, Lonquimay, Melipeuco y Ercilla, en donde se establece la recolección de este hongo. La producción se desarrolla en Curacautín donde existe un entorno natural libre de contaminación.

El hongo se recolecta a través de proveedores locales, requiriendo su integridad, grado de madurez y tamaño. Se realiza una Inspección visual para retirar impurezas y elementos extraños que pueda portar.

Luego se tritura el hongo y combina con materias primas propias de la receta de la empresa para pasar a su cocción y homogenizado.

Morchella the territory of the neighboring towns is structured as Collipulli, Curacautín, Lonquimay, Melipeuco and Ercilla, which contains the collection of this fungus. The production takes place in Curacautín where there is a natural environment free of contamination.

The fungus was collected through local suppliers, requiring their integrity, maturity and size. Visual inspection is performed to remove impurities and foreign elements that could bear.

After the fungus is crushed and combined with domestic raw materials in the recipe for the company to go to cooking and homogenized.

MORCHELLA

SALSA
listo!
MORCHELLA
SABORES
Bokka
250 GR
DELI FUNGHI
Morchella
BASE DE HONGOS
BASES DE MORCH
5
POLLOS Y
PESCADOS
CON MORCHELLA

SABORES Bokka

El hongo morcella es de sabor profundo, sabroso y aporta un gran sentido de satisfacción a las comidas. Salsas “listo” y “base de hongos deli fungí” son productos que están realizados con hongo morcella deshidrata y como polvo. Permiten incorporar un sabor completamente nuevo a la gastronomía cotidiana, presentados en una salsa lista para consumo directo y en una base de cocina para la preparación de platos propios.

Usuario: Este producto pretende ser vendido en supermercados de sectores acomodados, así como en tiendas especializadas en alimentos gourmet, productos de denominación de origen, variedades endógenas, etc. En este sentido, este producto está orientado hacia un consumidor (usuario) que posea un poder adquisitivo medio-alto, que además valore la experiencia gastronómica, y en particular, la experimentación con nuevos sabores y texturas. Asimismo, es un usuario que identifica un valor en la proveniencia y raigambre “patrimonial” del producto.

Valor: Producto de consumo y preparación selectiva, llevado a un formato de consumo directo y cotidiano, permitiendo el acceso a nuevos sabores y estructuras de preparaciones gastronómicas en segmentos de mercado más amplios.

The fungus Morchella deep flavor is tasty and brings a great sense of satisfaction after a meal. Salsas “ready” and “deli fungi mushroom base” are products that are made with mushroom Morchella dehydrated and as a powder. Possible to incorporate a completely new flavor to the food daily, presented in a sauce ready for direct consumption and base kitchen for the preparation of local dishes.

User: *This product is intended to be sold in supermarkets in wealthier areas, as well as shops specializing in gourmet foods, products of appellation of origin, endogenous varieties, etc. In this sense, this product is targeted to a consumer (user) that has a medium-high purchasing power, which also assesses the dining experience, in particular, experimentation with new flavors and texture. It is also a user who identifies a value in its origin and roots “heritage” of the product.*

Value: *Product selective consumption and preparation, led to a form of direct consumption and everyday life, allowing access to new tastes and culinary preparations structures in broader market segments.*

Janina Lara

Empresaria de Temuco
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA

Licores Gñiko

Mis productos son licores basados en recetas tradicionales con fundamento en las chichas precolombinas y con un agregado tecnológico que permite cumplir con estándares de calidad deseables por el público. Siempre la idea fue hacer licores de frutos endémicos chilenos como la mutilla, el boldo y el maqui, pero agregue la guinda por su calidad organoléptica para los licores y porque a la gente le gusta, además agregué los pétalos de rosa aromática española (rosa centifolia) como algo mas exótico, ya que esta rosa se encuentra ya en pocos jardines y en los últimos años la he estado reproduciendo.

No es un licor que se desee vender en supermercados o lugares masivos donde se le comparará con un licor más, la idea es mantener la línea de comercialización de algo exclusivo, en tiendas de souvenir para extranjeros o en ferias internacionales de alto nivel.

My products are based on traditional recipes liquors on the basis of the pre-Columbian and chichas an aggregate technology that allows meeting quality standards desired by the public. Always the idea was to make fruit liqueurs mutilla Chilean endemics like the Bold and maqui, but add the icing on the organoleptic quality for liquor and because people like it, also added the Spanish aromatic rose petals (pink centifolia) as something more exotic, and that this rose is already in a few gardens, and in recent years I've been playing.

There is a liquor that is to be sold in supermarkets or places where it is massive compared with the liquor, the idea is to keep the online marketer of something exclusive, souvenir shops for foreigners or high-level international fairs.

La obtención de materias primas es a partir de proveedores locales con los requerimientos de mantener la integridad de los frutos y su grado de madurez.

La higienización de la materia prima se realiza solo con agua y es secada a través de aire para mantener todas las propiedades del fruto natural sin añadir ningún otro tipo de componente.

La maceración en mezcla de alcohol con formulación y procedimiento propio de la empresa durante un periodo de 3 meses.

Obtaining raw materials are from local suppliers with the requirements of maintaining the integrity of the fruit and its maturity.

The sanitation of the raw material is made only with water and dried by air to maintain all the properties of natural fruit without adding any other component.

Maceration in alcohol mixture formulation and procedures of the company during a period of 3 months.

LICORES ESPIRITUOSOS
ENEKO
ESPÍRITU DE MUTILLA
ALC 30% VOL 250 cl
3
BOTTLES
de LICORES ESPIRITUOSOS
ENEKO
ESPIRITU DEL SUR
PILLAN
SPIRIT
LICORES ESPIRITUOSOS
ENEKO
ALC 30% VOL 250 cl

GNIKO

LICORES ESPIRITUOSOS

PILLAN es una selección de licores de un alto valor cultural de la zona de la Araucanía en chile y contiene una degustación de tres sabores en base a frutos silvestres originales de esa zona, estos son boldo, mutilla y maqui. Gniko es una conexión con el pasado ancestral de los mapuches en bebidas que formaban parte de su mundo simbólico y social.

Usuario: Se pretende que este producto sea vendido en "gifts shops" de hotel o duty free. En ese sentido, el usuario objetivo seria turistas, principalmente extranjeros que asumen la experiencia del viajar como una experiencia sensorial, donde el gusto y consumo de alimentos y bebidas juega un rol importante. Asimismo, se trata de un turista interesado en aprender esa experiencia vivida, siendo la compra de alimentos y bebidas una manera de asir esa experiencia, pudiéndola además trasladar a su lugar de origen.

Valor: Bebida aperitiva exclusiva, de producción artesanal y reducida, elaborada con frutos endémicos ancestrales precolombinos, aportando valor histórico-cultural y consumo saludable.

PILLAN is a selection of liquors of a high cultural value in the area of Araucanía in Chile and contains a tasting of three flavors based on original wild fruits of that area; these are boldo, mutilla and machinery. Gniko is a connection to the ancestral past of the Mapuche in drinks that were part of their social and symbolic world.

***User**: It is intended that this product is sold in "gifts shops" hotel or duty free. In this regard, the user would target tourists, mainly foreigners who take the experience of travel as a sensory experience where taste and consumption of food and beverage plays an important role. Also, it is a tourist interested in learning the experience, being the purchase of food and beverages to grab a way that experience and to make it move further to their place of origin.*

***Value:** Exclusive aperitif, artisanal production and small, made with fruits endemic to ancient pre-Columbian, providing historical and cultural value and healthy eating.*

Isabel Romo

Empresaria de Santiago
REGIÓN METROPOLITANA

Delisabel

Nuestra visión es desarrollar productos con alta denominación territorial mediante sabores asociados a una experiencia vivida tanto para un público nacional como internacional.

Dentro de lo que se puede considerar otra categoría, el desarrollo de productos a partir de sabores pocos explorados y vinculados a un contexto Gourmet o de cocina de autor, donde se pueden extraer ingredientes naturales como flores, y donde el reconocimiento de sabores está vagamente incorporado en los productos de hoy, se establece nuestro escenario futuro de acción.

El turista extranjero busca llevar un producto con Identidad de País (Chile) por lo general como un regalo o para un consumo en su país y no inmediato. Entiende el producto que busca como “Tipicamente Chileno” de manera integral, desde el alimento, el packaging, su dispensación y formato.

Our vision is to develop products with high territorial designation by flavors associated with a lived experience for both national and international audiences.

In what may be considered another category, product development from a few flavors explored and linked to a context or Gourmet cuisine, where you can extract natural ingredients like flowers, and where the recognition of flavors is loosely built in today’s products, establishing our future scenario of action.

A foreign tourist wants to bring a product ID Country (Chile) usually as a gift or for consumption at home and not immediate. Understand the product you are looking for “typical Chilean” holistically, from food, packaging, dispensing and its format.

La elaboración de masa de soporte se realiza por preocesos de estirado mecanico hasta la obtención del calibre adecuado y luego corte manual de las tapas de diámetro 35 milimetros.

La preparación de las bases de relleno a partir de la receta de la empresa para vinos carmenere, cabernet sauvignon y merlot, combinándolos con chocolate y otros ingredientes.

Creación de una barrera de contención mecánica en la superficie perimetral de la masa de soporte conuna deposición de manjar. Esta barrera impide que se salga el relleno y además le otorga la altura adecuada al producto.

Después de elaborar durante tres días la producción semanal, se comienza el proceso de Baño de chocolate de los productos, según variedad de alfajor o producto. Posterior a esto se genera el envasado y etiquetado de los productos de manera manual.

The development of mass media shall be performed by mechanical stretching preocesos to obtain the correct size and then cut manual covers 35 millimeters in diameter.

The preparation of filling the bases from the company's recipe for wine Carmenere, Cabernet Sauvignon and Merlot, combining them with chocolate and other ingredients.

Creating a mechanical barrier for perimeter surface of the mass deposition witha support delicacy. This barrier prevents the filling out and also gives the product the proper height.

After developing for three days weekly production, you begin the process of chocolate bath products as gingerbread or product variety. That is generated after packaging and labeling by hand.

ALFAJORES
RELLENOS
CON SALSA
DE VINO
Delsabel

Delisabel

DULCES DE CHILE

Las cepas de cabernet sauvignon, carmenere y merlot son seleccionados para realizar productos asociados a el conocimiento enológico en rutas de vinos.

Usuario: Este producto esta orientado a turistas extranjeros en chile, específicamente a aquellos que dentro de su experiencia de viaje por chile, realizan tours por “La ruta del vino”. En ese sentido, se trata de extranjeros, principalmente brasileños, europeos y estadounidenses, quienes en general, valoran de manera significativa la experiencia gustativa y sensorial del vino, asi como aquellos elementos culturalmente asociados a el (seducción, calidez, etc.)

Valor: Evocar a través del sabor, la experiencia de viaje realizada a un territorio o ruta, por medio del consumo de un producto en formato de degustacion, portable y compartible.

Strains of Cabernet Sauvignon, Carmenere and Merlot are selected for products associated with wine knowledge wine routes.

User: *User. This product is aimed at foreign tourists in Chile, specifically those that in his experience traveling in Chile, on tours with “The Wine Route.” In that sense, it is foreigners, especially Brazilians, Europeans and Americans, who generally significantly valued taste and sensory experience of wine, as well as those associated with the cultural elements (seduction, warmth, etc.).*

Value: *Evoke through the taste, the experience of a trip to an area or route, through the consumption of a product tasting format, portable and shareable.*

Mónica Rodríguez

Empresaria de Santiago

REGIÓN METROPOLITANA

MoniMony

Jardín Apícola MoniMony, es una empresa apícola dedicada a la producción de miel, propóleos y productos derivados de éstos, bajo normas de producción limpia.

A partir de la extracción del propóleos, hemos visto resultados excepcionales. Por medio del uso en personas con dolencias en la piel y a través de sus experiencias, tenemos la convicción que por este medio podemos brindar una solución tanto dérmica como cosmetología de alta prospección y aplicación para problemas y necesidades específicas.

Los mismos clientes han ido descubriendo nuevos usos como, aplicación en talones y codos resecos y partidos por la tierra, logrando regeneración de tejidos y suavidad en la piel.

Para nosotros la posibilidad de ofrecer un producto nuevo que no existe en el mercado formal (ya que se elabora a nivel artesanal por los apicultores), y que sin embargo cuenta con un reconocimiento por quienes lo han usado por su alto grado de efectividad, es parte esencial de nuestro sueño.

MoniMony Bee Garden is a company dedicated to producing bee honey, propolis and products derived there from, under rules of clean production.

From the collection of propolis, we have seen exceptional results. Through the use in people with skin ailments and through their experiences, we are convinced that by this means we can provide a solution both dermal as cosmetology high exploration and application to specific problems and needs.

These customers have been discovering new uses, application and dry heels and elbows land games, achieving tissue regeneration and skin smoothness.

For us the possibility of offering a new product that does not exist in the formal market (since it is made by beekeepers artisanal level), and yet has an appreciation for those who have used it for its high degree of effectiveness, is essential part of our dream.

PROPO
Jardín A
Monimo
Envasado y
Parcela 15, San
(09)-74776417
Res. Seremi de

Se diferencian tres cosechas:

1er. Cosecha: Miel de color ámbar claro, de azúcares pequeños, cremosa, extraída de árbol de tebo, acacia y flores de pradera. La miel hereda las propiedades medicinales de las plantas de donde fue sacado el néctar para su producción, por lo que la miel de árbol endémico Tebo, Retamilia Triverna, posee propiedades antisépticas, antioxidantes, astringentes y bactericidas útiles en caso de quemaduras y golpes.

2da. Cosecha: Miel de bosque nativo, es de color ambar mediano, se caracteriza por tener un gran porcentaje de árboles nativos como litre, boldo y quillay entre otros, destacándose por tener azúcar de mayor tamaño. Su principal característica, , es su alto contenido en antioxidantes.

3era. Cosecha m: Miel de mielada, es la obtenida primordialmente de secreciones de las partes vivas de las plantas o excreciones de insectos succionadores de plantas que se encuentran sobre ellas.

Three different crops:

1st. Harvest: light amber honey, sugar small, creamy, extracted Tebo tree, acacia flowers and grass. Honey inherits the medicinal properties of plants from which nectar was removed for production, so endemic tree honey Tebo, Retamilia Triverna, has antiseptic, antioxidant, bactericidal astringent and useful in case of burns and bruises.

2nd. Harvest: Honey native forest is medium amber color, is characterized by a large percentage of native trees as liter, Boldo and quillay among others, stand out for having the largest sugar. Its main feature is its high antioxidant content.

3rd. M Harvest: Honeydew honey is obtained primarily from secretions of living parts of plants or excretions of plant sucking insects that are on them.

monimony

prode

propóleo dérmico

Utilización de las propiedades regenerativas del propóleos en un formato de aerosol para la aplicación tópica sobre herida o rasguños. Estas propiedades del propóleos además de regenerativos utilizan el mismo principio de asepsia que les es natural a las abejas al interior de la colmena. El aerosol lo convierte en un formato portable para ser utilizado en cualquier momento y lugar.

Usuario: Este producto está orientado a personas que buscan alternativas naturales a los productos dérmicos alópatas. Se trata de personas de ambos sexos que confían en los poderes curativos de los tratamientos naturales, que mantienen cierta resistencia con respecto a los tratamientos convencionales. En ese sentido, valorarían positivamente productos para la salud derivados de elementos naturales.

Valor: Producto regenerador dérmico de amplio espectro, con alcances cosméticos y medicinales, de aplicación simple y uso transversal. Fácil amplio y natural.

Using the regenerative properties of propolis in an aerosol form for topical application to wounds or scratches. These properties of propolis plus regenerative use the same principle of asepsis is natural to them the bees inside the hive. The spray makes it a portable format for use at anytime, anywhere.

User: *This product is targeted at people seeking natural alternatives to allopathic dermal products. These are people of both sexes who believe in the curative powers of natural treatments that keep some resistance with respect to conventional treatments. In this regard, would welcome health care products derived from natural elements.*

Value: *Product broad-spectrum dermal regenerator, with cosmetic and medicinal scope, application and use simple cross. Easy, broad and natural.*

Testimonios Región Metropolitana
Metropolitana Testimonials

Mónica Rodríguez * MoniMony

Estoy en al área de la producción de miel y mi sensación es que me entregaron una gran cantidad de estructuras, que me volvieron a enfocar; que yo pudiera emprender de una manera diferente, ordenada; y entendiendo que los procesos son muchos más largos de lo que uno de repente cree, que en la realidad se tiene mirar al usuario, no a partir desde lo que uno cree, si no que a partir de las necesidades que él tiene.

I'm in the area of production of honey and my feeling is that they gave me a lot of structures, which refocused me, that I could take a different way, orderly, and understanding that the processes are much longer than you suddenly think, that in reality we have to look to the user, not from from what you believe, if not that from the needs they have.

Soledad Bahamondes * SBS Apícola

Estoy enfocada a ofrecer servicios de extracción de miel y fundidos en cera. Cuando salí seleccionada me costó entender como un servicio podría llegar a ser un producto y en estos talleres entendí que el servicio es mi producto. Dándome cuenta de las necesidades que tengo que cubrir del usuario, ésta metodología me va ayudar muchísimo.
Antes no sabía ver a mis clientes y ahora ya me he dado cuenta de quiénes son y como son.

I am focused on offering services of honey extraction and cast in wax. When I got selected cost me understand how a service could become a product in these workshops and understand that service is my product. Realizing the needs I have to cover the user, this methodology will help me a lot. I never knew watching my clients and now I realize who they are and as they are.

Raimundo romero * Ecoturismo Sureste

Para mí en el mayor aprendizaje que puedo rescatar, es que yo venía con un paradigma más (siempre mirando lo que tengo para ofrecer) y acá es sacar la cabeza de la tierra, como las avestruces y mirar un poquito al exterior y visualizar que es lo que hay para traer y que puede servir.

For me the greatest learning that I can recover, is that I came with a paradigm more (always looking at what I have to offer) and here is to remove the head from the ground, like ostriches and look a little outside and see it there is to bring and it can serve.

Testimonios Región de la Araucanía
Araucanía Testimonials

Janina Lara Gómez * Gniko

Mi empresa está dedicada a la elaboración de conservas y licores a partir de frutas. La base de mi trabajo es el conocimiento técnico y ancestral de la mayoría de los productos conservados de manera natural. El programa para mí ha sido de gran importancia porque hace tiempo que intuía que había un elemento que no tenía y que me faltaba algo totalmente nuevo, uno tiene ideas y trata de seguirlas, pero la verdad es que todo es un tema técnico.

My company is dedicated to canning and liqueurs from fruit. The basis of my work is technical and ancestral knowledge of the most naturally preserved products. The program for me has been of great importance because they have long suspected that there was an element did not have and I needed something new, you have ideas and try to follow, but the truth is that everything is a technical issue.

Pamela Castro * Rucamalal

Tengo una fábrica de chocolate en Pucón, hace 12 años que estoy establecida. Siempre he trabajado con bombones finos, con coberturas belgas y ecuatorianas, y el taller me ha parecido espectacular, porque nos hacen ver de una manera fácil todo el tema ambiguo que es la innovación, la manera de pensar que nos han enseñado y que haya una metodología, me parece muy interesante, porque es algo aplicable. Este año gane un capital semilla con la serigrafía en chocolate y la verdad es que mi tema siempre ha sido la innovación, me gusta mucho; hay varias cosas que ir desarrollando, como líneas complementarias al tema de negocios, así que muchas gracias.

I have a chocolate factory in Pucon, 12 years ago that I'm established. I've always worked with fine chocolates, Belgian and Ecuador with coverage, and the workshop I found spectacular, because we do see an easy way around the issue is ambiguous innovation, thinking we have been taught and has a methodology, I find very interesting, because it is applicable. This year win seed capital with screen printing in chocolate and the truth is that my theme has always been innovation, love me, there are several things to be developed as complementary to the subject lines of business, so thank you very much.

Agradecimientos

Este libro muestra el resultado del Convenio conjunto entre el Centro Mayor de Innovación y Diseño de la Universidad Mayor y la Gerencia de Innovación y Desarrollo de Sercotec, que dio origen al Programa INN, Programa de Innovación en Nuevos Negocios, que constituyó la plataforma de trabajo sobre la cual se fue desarrollando la implementación del Convenio.

Agradecemos a la Rectoría de la Universidad Mayor y a la Gerencia General de Sercotec por su visión para vincular a la institución pública , la institución privada de educación superior y la actividad empresarial, con el objeto de crear conocimiento innovativo que aporte al desarrollo económico y social del país.

Agradecemos particularmente a la Vice Rectoría de Desarrollo de la Universidad Mayor por su apoyo y confianza en el trabajo del Mind Lab, unidad ejecutiva del proyecto.

Gracias a los empresarios beneficiarios que participaron en el Programa, por la entrega de su confianza al abrirnos su emprendimiento y apoyar activamente a lo largo de ocho meses el desarrollo del Programa. Ellos fueron pieza clave y representan a los mas de 70.000 empresarios MIPEs de nuestro país, que son la razón final de esta iniciativa.

This book shows the overall result of the Agreement between the Mayor's Innovation Centre and Design of the University and the Management of Innovation and Development Sercotec, out of which the INN Programme, Programme for Innovation in New Businesses, which formed the working platform on which it was developed to implement the Convention. We thank the Rector of the Universidad Mayor and General Manager of Sercotec for his vision to link the public institution, private institution of higher education and business, in order to create innovative knowledge that contributes to economic and social development country.

We are particularly grateful to the Vice Rector of the University Staff Development for their support and confidence in the work of the Mind Lab, the project executive unit.

Thanks to entrepreneurs beneficiaries who participated in the program, for delivery of your confidence in your venture to open up and actively support over eight months the program development. They were key and represent more than 70,000 entrepreneurs MIPEs of our country, which is the final reason for this initiative.

Ackowledgment

Agradecimientos por la participación en este programa a los 24 profesionales de las diversas áreas de trabajo, destacando en el equipo la participación interdisciplinaria de expertos en los ámbitos de la Antropología, Ingeniería de Alimentos, Expertos en Turismo y Ocio, Negocios, Diseño de Productos, Diseño Industrial, Diseño de Identidad entre otros participantes. Caracterizándose su trabajo por ser ejecutado principalmente en terreno, junto al Empresario en su contexto productivo y comercial. Nuestro agradecimiento al equipo integrado por :

Marco Chandía y Marcelo Dussert de la Gerencia de Innovación y Desarrollo de Sercotec.

Hugo Rojas, Patricio Palacios, Sylvio Campos, Gonzalo Aguilar y Paula Hernández del Mind Lab de la Universidad Mayor.

Héctor Bravo e Ivonne Rodríguez de Crea Chile y su expertíz en ingeniería de alimentos.

Tomás Sánchez, experto en Ocio y Turismo de la Consultora Turistiko.

Luisa Urrejola y Florencia Muñoz, antropólogas.

Verónica Salaya, Jefa de Proyecto y coordinadora del equipo de diseño integrado por Daniel Goldzveig, Claudio Alvarado, Patricio Arellano, Francisco Veliz, Alejandro Montero, Arianna Betti, Martín Duboy , Patricio Campos y Pablo Llanquin.

Cristóbal Marambio por el registro fotográfico in situ a lo largo de todo el proceso.

Cristián González por el diseño y la edición de este libro.

Un especial agradecimiento a Jane Fulton Suri por sus visiones relacionadas a la incorporación del factor humano en el proceso de diseño innovativo, que influyeron y fueron incorporadas en este proyecto.

Agradecimientos también para Nathan Shedroff, por sus inputs compartidos y poner a disposición su baraja articuladora de Diseño de Experiencias.

Thanks for participating in this program for 24 professionals from diverse areas of work, emphasizing the interdisciplinary team involving experts in the fields of anthropology, Food Engineering, Experts in Tourism and Leisure, Business, Product Design, Industrial Design, Identity among other participants. Characterized their work to be carried out mainly in the field, next to Business in context of production and trade.

Our thanks to the team comprising:

Marcelo Marco Dussert Chandía and the Management of Innovation and Development Sercotec.

Hugo Rojas, Patricio Palacios, Sylvio Campos, Paula Hernández, Gonzalo Aguilar and Mind Lab of the University.

Hector Bravo, Ivonne Rodríguez and create Chile and food engineering expertize.

Tomás Sánchez, an expert in Leisure and Tourism Consultant TURISTIK.

Luisa Muñoz Urrejola and Florence, anthropologists.

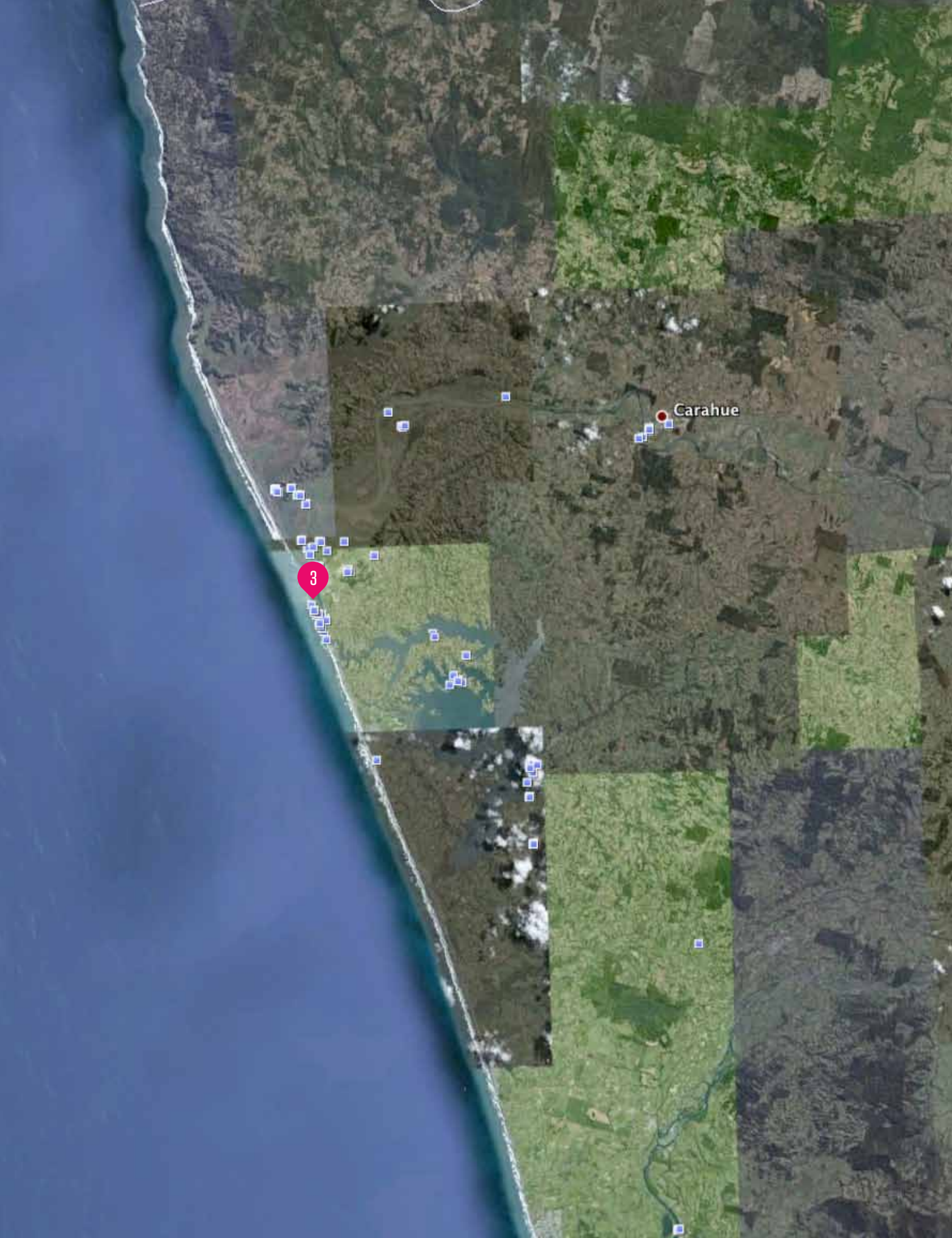
Veronica Salaya, Project Manager and coordinator of the design team composed of Daniel Goldzveig, Claudio Alvarado, Patricio Arellano, Francisco Veliz, Alejandro Montero, Arianna Betti, Martin Duboy, Patricio Campos and Pablo Llanquin.

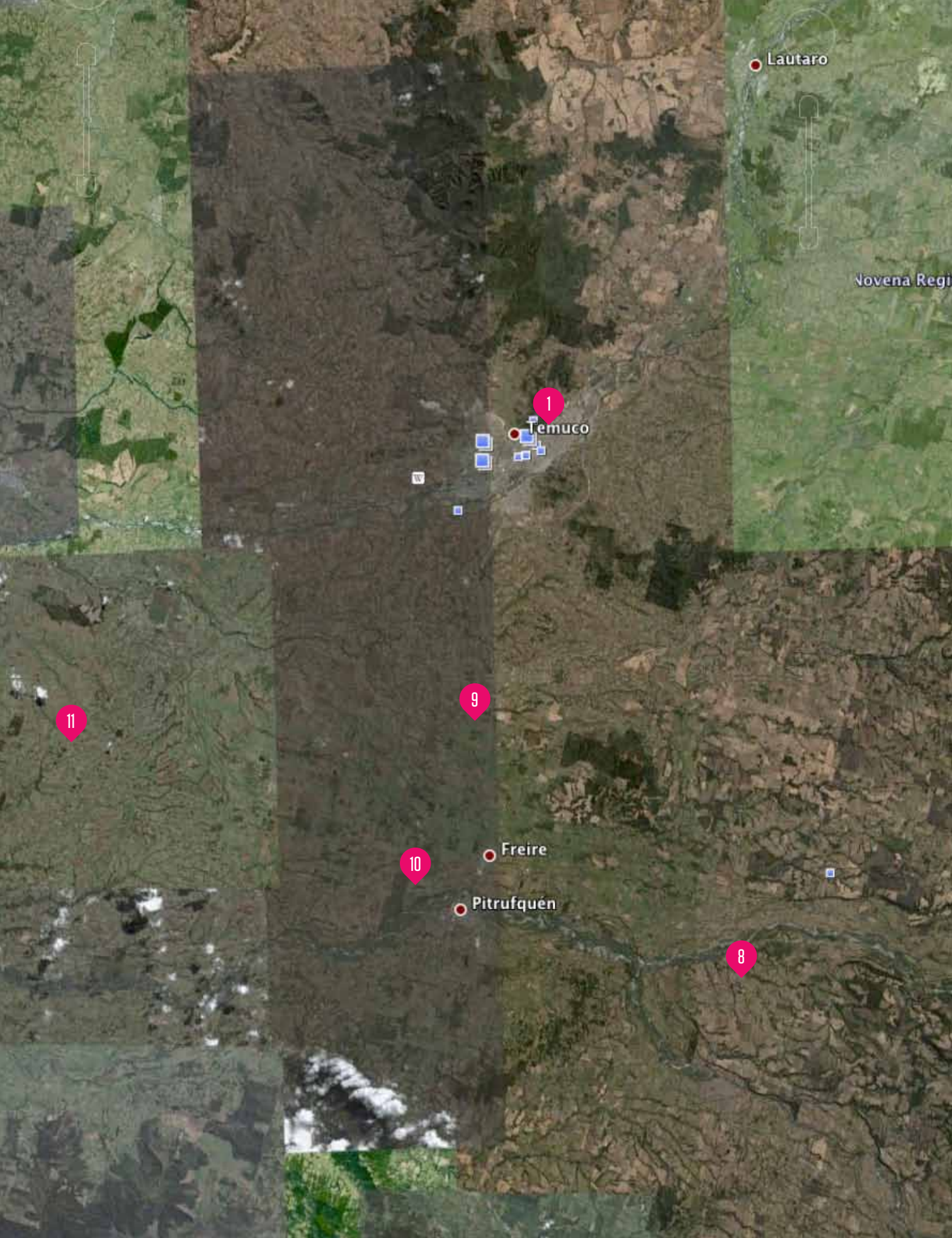
Cristobal Marambio by the photographic record onsite throughout the process.

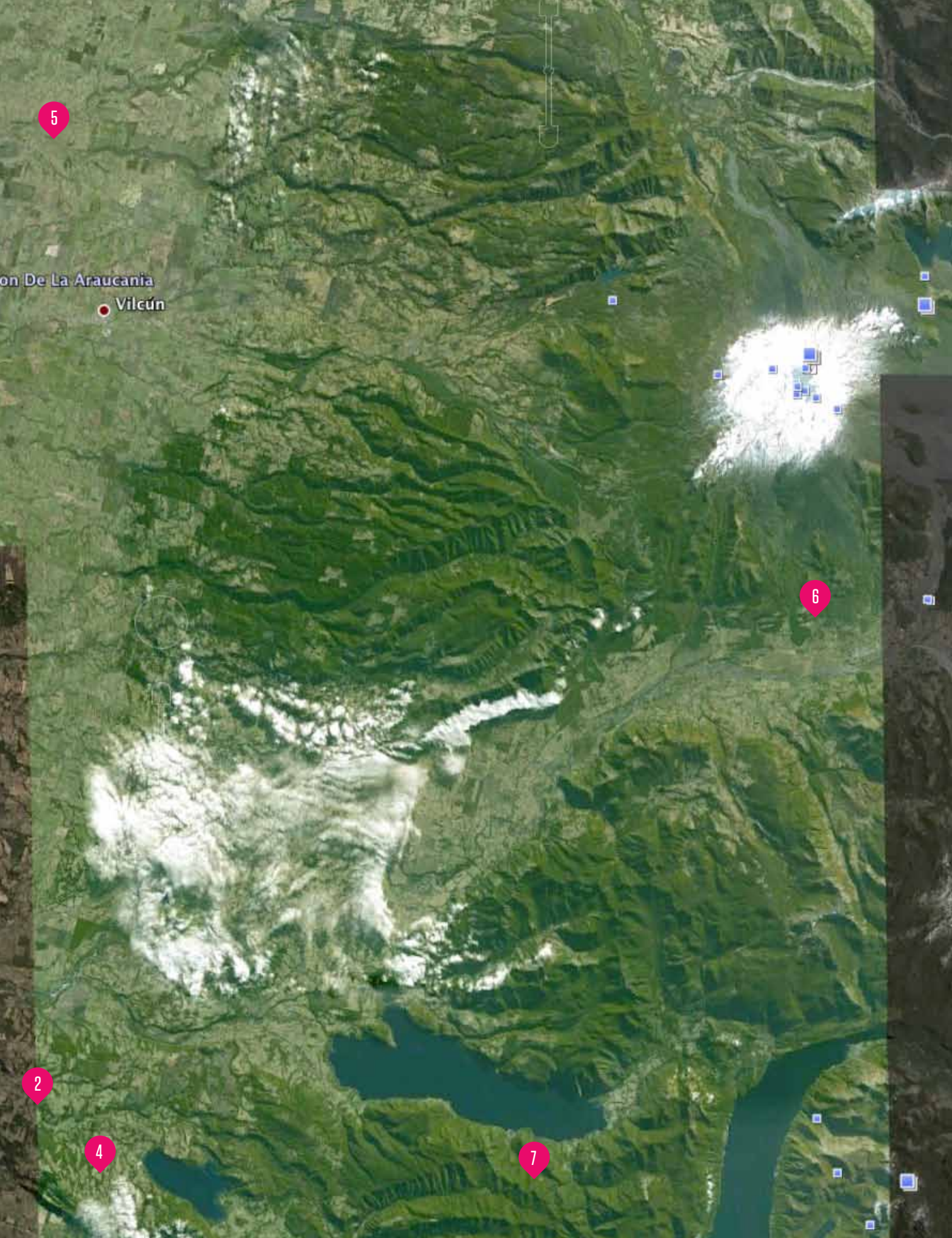
Cristián González for design and editing of this book.

Special thanks to Jane Fulton Suri for their views related to the incorporation of the human factor in the process of innovative design, which influenced and were incorporated in this project.

Thanks also to Nathan Shedroff for their inputs and make available shared his deck articulator of Experience Design.


Carahue
3


Lautaro
Novena Regi
1
Temuco
9
11
Freire
10
Pitrufquén
8


5
on De La Araucania
Vilcún
6
2
4
7

Región de la Araucanía

1 _ Marcelo Vergara

2 _ Susana Urra

3 _ Iván Mella

4 _ Pamela Castro

5 _ Cecilia Blanco

6 _ Karina Ramírez

7 _ Janina Lara

8 _ Leticia Cruz Gallardo

9 _ Susana Ulloa

10 _ Verónica Álvarez

INNOVACIÓN
EN NUEVOS
NEGOCIOS