

Gobierno Regional de La Araucanía
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R)
Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

IMA 2016 INFORME TECNICO FINAL (Etapas 1 y 2.)

Código iniciativa
IMA 2016 0309
Nombre iniciativa
Creación de nuevos productos y fortalecimiento de la imagen de Ecoabet para llegar a nuevos mercados
Fecha
3 de octubre 2017

OFICINA DE PARTES FIA
RECEPCIONADO
Fecha 20/10/2017
Hora 11:02
Nº Ingreso 43409

I. OBJETIVO

Informar a FIA de los resultados finales e impactos logrados por la iniciativa, de los métodos utilizados y de las modificaciones que se introdujeron; además, del uso y situación presente de los recursos utilizados, especialmente de aquellos provistos por FIA.

Este informe debe **sistematizar e integrar toda la información generada** durante el desarrollo de la iniciativa y los resultados obtenidos en cada una de las etapas más relevantes de su ejecución. Para ello, se requiere especial énfasis en el análisis de los resultados estratégicos que se definieron inicialmente y que darán cuenta de los logros e impactos obtenidos a partir de ellos.

II. FECHA DE REALIZACION

El coordinador de la iniciativa presentará el informe técnico final en la fecha estipulada en el contrato.

III. PROCEDIMIENTO

El informe técnico final deberá ser enviado a FIA en dos copias (original y una copia) y su correspondiente respaldo digital, acompañado de una carta de presentación, firmada por el coordinador de la iniciativa, presentando el informe e identificando claramente la iniciativa con su nombre y código. FIA revisará el informe y dentro de los 45 días hábiles siguientes a la fecha de recepción enviará una carta al coordinador de la iniciativa informando su aceptación o rechazo.

En caso de rechazo, las razones se informarán en detalle. El ejecutor deberá corregir las observaciones dentro del plazo determinado por FIA.

El incumplimiento en las fechas de entrega de informes y correcciones será sancionado con una multa diaria. El monto de esta multa está estipulado en el reglamento denominado "Condiciones Generales de los Contratos de Aporte", el cual forma parte del Contrato de Ejecución.

En caso de fuerza mayor, se podrá solicitar la postergación de las fechas de entrega de los informes al ejecutivo encargado, **quien evaluará la pertinencia de dicha solicitud. La solicitud debe ser hecha con anterioridad a la fecha de vencimiento y por escrito.**

IV. CONTENIDO

La información presentada en el informe técnico final debe ser consistente con la información presentada en el informe financiero final.

La información debe ser presentada en forma clara y concordante con los objetivos de la iniciativa. El informe debe incluir los cuadros, gráficos, fotografías, diapositivas, publicaciones, informes de consultoría, material de difusión, material audiovisual y otros materiales que complementen la información y análisis presentados en el texto central; ya sea que hayan sido realizados en el marco de la iniciativa o sobre la base de los resultados obtenidos.

FIA se reserva el derecho de publicar una versión del Informe Final editada especialmente para estos efectos.

El informe técnico final debe incluir como mínimo la información requerida para todos y cada uno de los puntos indicados a continuación, en el orden indicado:

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	Sociedad de Inversiones Castañón y Villalobos Ltda.
Coordinador del Proyecto:	Paula Vergara Harris
Regiones de ejecución:	Región de La Araucanía
Fecha de inicio iniciativa:	24 de agosto 2016
Fecha término Iniciativa:	30/09/2017

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

2.1. Estructura de financiamiento

Costo total del proyecto			
Aporte total FIA			
Aporte Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	Total		

2.2. Detalle aportes entregado FIA y aportes programados Contraparte

Aportes FIA del proyecto		Monto (\$)
Aportes entregados	Primer aporte	
	Segundo aporte	
	Tercer aporte	
Total de aportes FIA entregados (suma)		
Total de aportes FIA gastados		

Aportes Contraparte del proyecto		
Aportes Contraparte programado	Pecuniario	
	No Pecuniario	
Total de aportes Contraparte gastados	Pecuniario	
	No Pecuniario	

3. RESUMEN EJECUTIVO DE LA INICIATIVA

Informar de manera resumida el desarrollo completo de la iniciativa una vez finalizada, con sus objetivos, justificación, actividades realizadas y los principales resultados obtenidos e impactos logrados. Entregar valores cuantitativos y cualitativos. (máximo 1 página).

Desde el inicio del contrato, lo primero que se realizó fue la reunión con el consultor y luego de recibida la cotización definitiva, se dio inicio a la consultoría para la Formulación del Plan de Marketing el 6 de septiembre del 2016 y se destacó la realización de 2 actividades relevantes:

- Diseño, aplicación y evaluación de consulta ad hoc, a consumidores potenciales.
- Realización de Focus Group.

El 10 de noviembre se realizó la presentación de los resultados del Plan de Marketing y se enviará a FIA para su revisión y aprobación. El 22 de diciembre se enviaron las observaciones a este plan que fueron respondidas según lo solicitado el día 9 de enero. FIA comunicó que el Plan de marketing estaba aprobado el 14 de febrero del presente.

En la fase de desarrollo del plan se abordó la creación una nueva marca más coherente con la región de La Araucanía y con el tipo de producto. Así nace Winkul y que cuyo lema principal es "Sabores del Mundo". La marca de desarrolló que permitió modificar significativamente la presentación, con una muy buena evaluación de los clientes y se incorporó a los productos a la venta en las últimas ferias

Además, se realizó una mejora productiva que se obtuvo al analizar por primera vez los estudios nutricionales de 3 confituras y de Coppa Araucanía, la formulación de una variedad sin azúcar de confitura de Physalis que es un hito fundamental y permite marcar una importante ruta de diseños de productos libres de azúcar que es el futuro de desarrollo de nuevos productos para esta empresa.

Además, con los fondos se adquirió una laminadora, equipamiento que ha resultado muy útil para mejorar calidad de grosor del producto Coppa que permite además disminuir significativamente el proceso de envasado de copa laminada y con menores pérdidas. Se puede procesar en unas 6 horas una partida completa de jamones.

Acciones de visita a nuevos clientes principalmente a Viñedos que han generado productos turísticos asociados a sus plantas para generar mayores ventas en las ferias. Ya están incorporados en circuitos de ferias como "Echinuco", "Bocas Moradas" y Ferias de la Cervezas de Temuco y Valdivia. que les permite acceder al cliente final que es el canal de venta más efectiva, junto con la venta que se está produciendo vinculado a la realización de eventos gastronómicos privados en el Parador Turístico El Sosiego" y visitas a la planta.

El proyecto del FIA ha sido muy importante para dar herramientas de mejoramientos de diversos aspectos que creemos ha contribuido a una mejor inserción en el mercado y a un aumento significativos en la venta de la empresa.

4. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.

Descripción del grado de cumplimiento de los objetivos generales y específicos planteados originalmente en la iniciativa, en función de los resultados e impactos obtenidos.

Si corresponde, realizar una cuantificación relativa del grado de cumplimiento de los objetivos.

4.1 Objetivo general:

Potenciar la gestión comercial de nuestros productos, por medio de acciones de marketing y disminución de nuestras brechas productivas, aumentando por ende nuestros mercados y ventas.

4.2 Objetivos específicos (OE)

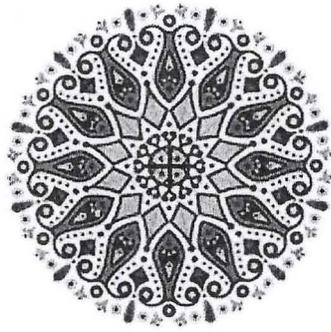
Nº OE	Descripción del OE	% de cumplimiento ¹
1	Desarrollar un plan de marketing para mejorar nuestra gestión comercial.	100
2	Generar nuevo sistema de envasado	100
3	Desarrollar los estudios al producto final que permita el cumplimiento de normativas sanitarias para alimentos.	100
4	Mejorar la producción de materia prima requerida de nuestros productos.	100
5	Realizar las acciones que permitan dar a conocer el producto en el mercado objetivo	100

Comparación, descripción y justificación de los objetivos específicos planteados versus los resultados obtenidos (% de cumplimiento¹). Indicar razones que explican las discrepancias.

Se realizó un plan de marketing y un focus grup que les permitio evaluar de forma más objetiva la apreciación de los clientes sobre la empresa y sus productos. El plan les propone una serie de acciones que el proyecto apoya en su desarrollo. entre otras cosas que pese a los esfuerzos de difusión realizada por la empresa, esta no era conocida en la región y que la marca no respondia adecuadamente a este proceso de difusión y inserción de la breakfast empresa y sus productos.

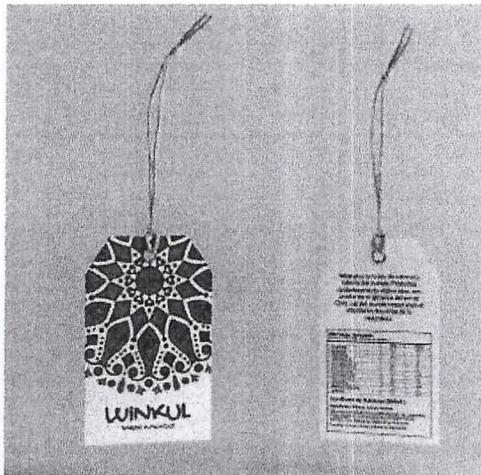
Winkul: Cerros, cordilleras, montañas, dotados de potencia (newen) concertados con el cielo y la tierra, fuente abastecedora de flujos de agua y vida.

¹ **Porcentaje de Cumplimiento:** El porcentaje de cumplimiento de cada objetivo específico se calcula luego de determinar grado de cumplimiento de los resultados asociados a éstos. El cumplimiento de un 100% de un objetivo específico se logra cuando el 100% de los resultados asociados son alcanzados.



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Se definió y fue aprobado por los empresarios que el etiquetado adhesivo fuera genérico y que se utilizara una etiqueta no adhesiva, donde se entregara la información establecida en la norma sanitaria que rige para este tipo de producto.



Maqueta inicial

El etiquetado de los productos de charcutería es una cartón que se dobla y se corchetea en el envases.



Producto real

En el caso de las confituras y el Chutney se incorpora una etiqueta adhesiva que solo tiene 2 versiones (una para el Chutney y otra para las confituras) para los diferentes productos lo que permite un ahorro de impresión y simplifica el proceso de etiquetado:



Se elaboran los análisis nutricionales de Coppa y del Chutney y de 2 confituras, informes que se adjunta que permite tener mejor de conocimiento de los productos.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Coppa de La Araucanía Lomo de cuello de cerdo ahumado y madurado con merken	Tipo de muestra	alimento
Identificación muestra	24733	Nº de muestras	1
Responsable muestreo	Cliente		
Fecha muestreo	13-02-2017	Hora muestreo	10:00 hrs.
Fecha ingreso	13-03-2017	Hora ingreso	12:50 hrs.
Punto de muestreo	Sala de procesos, Vilcun		

3. RESULTADOS

PARÁMETRO	METODOLOGÍA	FECHA ANÁLISIS	UNIDAD	RESULTADO
HUMEDAD	Gravimetría, secado a 103±/- 2°Cx 2hrs hasta peso constante (1) con arena	30-03-2017	%	39,69
MATERIA GRASA*	Grasa total (2)(5)	30-03-2017	%	20,15
PROTEINA (Nx6,25)*	Kjeldahl (3)(5)	30-03-2017	%	28,15
FIBRA CRUDA	Hidrólisis ácida-alcalina (5)	04-04-2017	%	0,08
CENIZAS	Gravimetría, calcinación a 550-/+25 C (6)(5)	29-03-2017	%	8,14
EXTRACTO NO NITROGENADO	Fórmula (4) (5)	n/a	%	3,79
Kcalorías	Formula Atwater (7)	n/a	Kcal/100g	309,11
SODIO*	Absorción Atómica (5)(8)	31-03/04-04-2017	mg/100g	2743,5

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Lomo de cerdo madurado en merken	Tipo de muestra	Alimento
Identificación muestra	A - 110	Nº de muestras	01
Responsable muestreo	SI		
Fecha muestreo	13.02.2017	Hora muestreo	SI
Fecha ingreso	15.03.2017	Hora ingreso	SI

3. RESULTADOS

MUESTRA	AZÚCAR TOTAL (g/100 g muestra)
Lomo de cerdo madurado en merken	0,44 ± 0,02

Solo falta el desarrollo nutricional de los nuevos productos:



WINKUL
SABOR A MUNDOS

**Salame
Prosciutto
Fuet**

Charcutería

Recetas del mundo, reversionadas con
productos locales, todas ellas elaboradas
con la mejor carne seleccionada.
En presentación de sachets de 110grs.
y en cantidades y formatos a pedido.



Exámenes de las confituras

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Chutney de ciruela	Tipo de muestra	Alimento
Identificación muestra	A - 108	Nº de muestras	01.-
Responsable muestreo	SI		
Fecha muestreo	13.02.2017	Hora muestreo	SI
Fecha ingreso	15.03.2017	Hora ingreso	SI

3. RESULTADOS

MUESTRA	AZÚCAR TOTAL (g/100 g muestra)
Chutney de ciruela	40,62 ± 0,54

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Chutney de ciruela	Tipo de muestra	Alimento
Identificación muestra	A - 108	Nº de muestras	01.-
Responsable muestreo	SI		
Fecha muestreo	13.02.2017	Hora muestreo	SI
Fecha ingreso	15.03.2017	Hora ingreso	SI

3. RESULTADOS

MUESTRA	AZÚCAR TOTAL (g/100 g muestra)
Chutney de ciruela	40,62 ± 0,54

Se incorpora la laminadora que permite un corte de la coppa mucho más fina y reduce significativamente el proceso de corte al momento de envasar.

En relaciona a las ferias este ha sido uno de los procesos mas importantes y durante el 2017 se pudo asistir a una feria al mes en casi todos los meses y luego de las visitas, los pedidos de las viñas, que permitió aumentar las ventas que era otro de los objetivos de este proyecto.

5. METODOLOGÍA

Indicar las actividades y cómo se llevaron a cabo (metodología), asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados.

N° OE	N° RE	Metodología efectivamente utilizada
1	1	<p>Desde el inicio del contrato lo primero que se realizó fue la reunión con el consultor y luego de recibida la cotización definitiva, se dio inicio a la consultora el 6 de septiembre del 2016 de Formulación del Plan de Marketing y durante este periodo se destacó la realización de 2 actividades relevantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño, aplicación y evaluación de consulta ad hoc, a consumidores potenciales. • Realización de Focus Group. <p>Para elaborar el plan estas son las actividades realizadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Levantamiento y análisis de información del mercado nacional de Cecinas finas y Confituras (demanda, competencia, canales de distribución). • Visita a terreno a la planta en Vilcún de Equipo Técnico Plan de Marketing. Septiembre 2016 • Análisis estratégico de los productos (FODA). • Diseño, aplicación y evaluación de consulta ad hoc, a consumidores potenciales. (Encuesta Online realizada entre el 17/9 y el 9/10/2016). Total encuestados = 78 pp. • Realización de Focus Group, 18 de octubre, Salón Queule, Hotel Aitué, Temuco. Participación 10 pp. Degustación de productos de la empresa y de la competencia que permitió hacer un comparativo (cuestionario), por parte de los asistentes. • Evaluación del proyecto, determinación de factibilidad y sensibilidad. • Redacción del Plan de Marketing: Análisis del entorno, Plan futuro (parcial). • Reunión con Encargada IMA, para dar avance del proyecto miércoles 26 de octubre en oficina de FIA, Región de La Araucanía.

		<p>Los principales hitos administrativos del proyecto en el periodo informado son los siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- El 11 de noviembre se ingresó al Fía el Plan de Marketing de Ecoabet. 2.- El 17 de noviembre se aprobó el informe de saldo del proyecto 3.- El día 22 de diciembre fueron entregadas las observaciones al plan que indicaban que era necesario: <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el posesionamiento para los productos Ecoabet • Generar un reporte más sintético del plan para hacerlo más ejecutivo. 4.- El envío del plan corregido se realizó el 9 de enero del 2017
2	2	Se contrata a Huella Comunicaciones quien luego de revisar el plan de marketing y realizar varias jornadas de trabajo con nosotros inicia una reformulacion de la marca asociada a los productos y el estilo de etiquetado que se ha comenzado a incorporar a los productos a medida que se acaban las etiquetas antiguas en existencia.
3	3	Se contrato a la Universidad de la Frontera, con la facultad de agroindustria para hacer el desarrollo de los analisis de colesterol de coppa y de azucar de 3 confitura y de Coppa. Ademas se desarrolló una confitura de Physalis con tangarosa.
4	4	Se adquiere en el mes de Febrero la cortadora la que permitio mejorar procesos de envasado.
5	5	Se buscan ferias principalmente las que corresponde a los segmentos identificados en el plan de marketing donde la asociacion con los vinos ha sido un acierto tanto en ferias tematicas y visitas a las viñas. Las ferias tematicas de cervezas artesanales.
<p>Describe las modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta.</p>		
<p>Si bien se siguio trbjando en el proceso de impresión con marca Zanetti, este año se opto en los diseños incluir a otra empresas (Huella)con mas experiencia en el ambito comercial.</p>		

6. RESULTADOS ESPERADOS (RE) OBTENIDOS

6.1. Cuantificación de los Resultados esperados obtenidos

N° OE	N° RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				% de cumplimiento
			Nombre del indicador	Meta del indicador	Resultados obtenido	Medio de verificación ²	
1	1	Plan de marketing	Conocimiento del mercado	Aprobación del informe	Se cuenta con características del mercado objetivo y los atributos que son valorados por los clientes e indicaciones para diseñar el packing del producto.	Informe aprobado por FIA 14 de Febrero Carta 361 del 14 de febrero	100
2	2	Sistema de Envasado	Incremento del valor agregado del producto con cumplimiento de normativa	Nuevo sistema de etiquetado	Se cuenta con nuevos diseños para 8 productos	Informe de etiquetado de consultora	100
3	3	Análisis Nutricionales	Calidad de producto	N° información nutricional	Se tiene 4 productos con sus respectivos análisis nutricionales	Informes de análisis de los productos	100
4	4	Mejorar producción	Calidad de producto	N° de activos productivos	Se cuenta con maquinaria que mejora proceso productivo	Fotografías	100
5	5	Acciones de difusión mercado objetivo	Plan de difusión	N° de ferias	Se participa a lo menos 1 feria por mes	Fotografías	100

² Se debe adjuntar Anexo 1, Medio de verificación.

Describa y justifique detalladamente los principales resultados del proyecto, incluyendo su análisis de los resultados obtenidos.

La empresa no constaba con un plan de marketing que orientaba el trabajo de la empresa y a partir de este proyecto la empresa pudo hacer el ejercicio y incorporar conceptos como el caso de la importancia de la marca que se considera especialmente importante, debido a que gracias a ella el producto será identificado. El objetivo es lograr que la marca sea la ventaja competitiva, que proyecte la imagen de calidad y sustentabilidad, y se traspase ese valor al cliente.

La marca Ecoabet se considera adecuada para la identificación corporativa de todo el proyecto gastronómico y turístico que es el proyecto a mediano plazo de la empresa pero para los productos, cecinas y confituras, se debería diseñar una marca más competitiva, que permita identificarlos fácilmente y que reúna conceptos manifestados por las sensaciones que les evoca a las personas que degustan los productos como lo demostró el Focus group.

Además en el análisis realizado por los empresarios es que uno de los temas críticos de esta fábrica es el alto costo de etiquetado dado que los flujos de dinero no permiten imprimir un volumen de etiquetas que permita bajar el costo por unidad. Hay que considerar que esta empresa cada año aumenta el número de productos y que suelen modificar su composición debido a que estén disponibles algunos de las materias primas utilizadas, que una situación muy común en este tipo de fábricas artesanales.

Se desarrolló entonces una nueva marca que brindara una solución en el costo del etiquetado que fuera efectivo pero eficiente, dado que el número de productos a etiquetar y que existen aún productos en desarrollo.

A partir de algunas de las conclusiones del plan de marketing se inició un trabajo con Huella Comunicaciones, orientado a generar una marca distinta de Ecoabet que permitiera mejorar la inserción de nuestros productos en el mercado.

A partir de las observaciones establecidas en el manual de marca, se toma la decisión de construir una nueva línea gráfica representativa de EcoAbet y posterior a una investigación realizada en conjunto con el consultor, acerca de los orígenes de la empresa, sus objetivos y metas, se toma la determinación de replantear por completo la línea gráfica.

Lo anterior con el fin de que el producto sea capaz de venderse en mostrador, feria o donde tenga la posibilidad, por impacto visual y que no deba depender de una persona que introduzca.

El diseño actual de Ecoabet, representa la naturaleza en su estado básico, la construcción desde la más mínima partícula que, en armonía con las demás forman figuras llenas de colores y vidas.

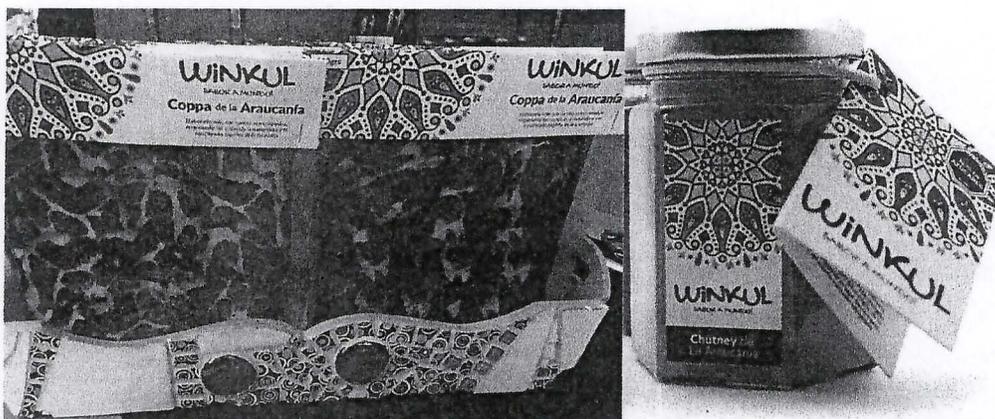


Productos originales



Productos originales

Como punto central se toma la del cultrún mapuche, en representación de la zona de producción y origen de los productos. La elección de colores fue determinada por la mixtura del sudamericano, mezclando colores tierras con colores vivos llenos de magia y atracción. El cambio de nombre fue una decisión tomada en conjunto con el fin de contar con un nombre que tuviera un contenido coherente con la etnia.





UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
Instituto de Agroindustria

INFORME DE ENSAYO
AREA ALIMENTOS Y AGUA
N°463/17

N° solicitud	24733
Fecha recepción	15-03-2017
Fecha informe	07-04-2017
Página	1 de 2

1. IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE

Empresa	Sociedad De Inversiones Castañon y Villalobos Ltda.		
Atención	Ángela Villalobos		
Dirección	Parcela 45 E-2 La Victoria 2	Fono/Fax	974606962
Ciudad	Vilcun	RUT	76.308.645-3

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Coppa de La Araucanía Lomo de cuello de cerdo ahumado y madurado con merken	Tipo de muestra	alimento
Identificación muestra	24733	N° de muestras	1
Responsable muestreo	Cliente		
Fecha muestreo	13-02-2017	Hora muestreo	10:00 hrs.
Fecha ingreso	13-03-2017	Hora ingreso	12:50 hrs.
Punto de muestreo	Sala de procesos ,Vilcun		

3. RESULTADOS

PARÁMETRO	METODOLOGÍA	FECHA ANÁLISIS	UNIDAD	RESULTADO
HUMEDAD	Gravimetría, secado a 103+/- 2°Cx 2hrs hasta peso constante (1) con arena	30-03-2017	%	39,69
MATERIA GRASA*	Grasa total (2)(5)	30-03-2017	%	20,15
PROTEINA (Nx6,25)*	Kjeldahl (3) (5)	30-03-2017	%	28,15
FIBRA CRUDA	Hidrólisis ácida-alcalina (5)	04-04-2017	%	0,08
CENIZAS	Gravimetría, calcinación a 550-/+25 C (6)(5)	29-03-2017	%	8,14
EXTRACTO NO NITROGENADO	Fórmula (4) (5)	n/a	%	3,79
Kcalorías	Formula Atwater (7)	n/a	Kcal/100g	309,11
SODIO*	Absorción Atómica (5)(8)	31-03/04-04-2017	mg/100g	2743,5

Av. Francisco Salazar 01145 - Fono: (56-45) 2325050 - 2732425 - Fax: (56-45) 2732402 - Casilla 54 - E-mail: marcela.cabrera@ufrontera.cl - Temuco - Chile

<http://agroindustria.ufro.cl>



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
Instituto de Agroindustria

**INFORME DE ENSAYO
AREA ALIMENTOS
N° 110 /17**

N° solicitud	1036
Fecha recepción	15.03.2017
Fecha informe	31.03.2017
Página	1 de 1

1. IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE

Empresa	Sociedad de Inversiones Castañón y Villalobos Ltda		
Atención	Angela Villalobos		
Dirección	Parcela 45 E-2 La Victoria 2	Fono/Fax	974605962
Ciudad	Vilcún	RUT	76 308 645-3

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Lomo de cerdo madurado en merken	Tipo de muestra	Alimento
Identificación muestra	A - 110	N° de muestras	01 -
Responsable muestreo	SI		
Fecha muestreo	13.02.2017	Hora muestreo	SI
Fecha ingreso	15.03.2017	Hora ingreso	SI

3. RESULTADOS

MUESTRA	AZÚCAR TOTAL (g/100 g muestra)
Lomo de cerdo madurado en merken	0.44 ± 0.02

Observaciones:

Metodología aplicada: Método fenol ácido sulfúrico

SI: Sin identificar

Resultados válidos sólo para la muestra ingresada



Dra Carolina Shene De Vidts
Jefe Laboratorio

Av. Francisco Salazar 01145 - Fono: (56-45) 2325050 - 2732425 - Fax: (56-45) 2732402 - Casilla 54 - E-mail: marcela.cabrera@ufro.cl - Temuco - Chile

<http://agroindustria.ufro.cl>

Exámenes de las confituras



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
Instituto de Agroindustria

INFORME DE ENSAYO
AREA ALIMENTOS
N° 108 /17

N° solicitud	1036
Fecha recepción	15.03.2017
Fecha informe	31.03.2017
Página	1 de 1

1. IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE

Empresa	Sociedad de Inversiones Castañón y Villalobos Ltda.		
Atención	Ángela Villalobos		
Dirección	Parcela 45 E-2 La Victoria 2	Fono/Fax	974606962
Ciudad	Vilcún	RUT	76.308.645-3

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Chutney de ciruela	Tipo de muestra	Alimento
Identificación muestra	A - 108	N° de muestras	01.-
Responsable muestreo	SI		
Fecha muestreo	13.02.2017	Hora muestreo	SI
Fecha ingreso	15.03.2017	Hora ingreso	SI

3. RESULTADOS

MUESTRA	AZÚCAR TOTAL (g/100 g muestra)
Chutney de ciruela	40,62 ± 0,54

Observaciones:

Metodología aplicada: Método fenol ácido sulfúrico

SI: Sin identificar

Resultados válidos sólo para la muestra ingresada



Carolina Shene De Vidts
Jefe Laboratorio

Av. Francisco Salazar 01145 - Fono: (56-45) 2325050 - 2732425 - Fax: (56-45) 2732402 - Casilla 54 - E-mail: marcela.cabrera@ufrontera.cl - Temuco - Chile

<http://agroindustria.ufro.cl>



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
Instituto de Agroindustria

INFORME DE ENSAYO
AREA ALIMENTOS
N° 108 /17

N° solicitud	1036
Fecha recepción	15.03.2017
Fecha informe	31.03.2017
Página	1 de 1

1. IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE

Empresa	Sociedad de Inversiones Castañón y Villalobos Ltda.		
Atención	Ángela Villalobos		
Dirección	Parcela 45 E-2 La Victoria 2	Fono/Fax	974606962
Ciudad	Vilcún	RUT	76.308.645-3

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Chutney de ciruela	Tipo de muestra	Alimento
Identificación muestra	A - 108	N° de muestras	01.-
Responsable muestreo	SI		
Fecha muestreo	13.02.2017	Hora muestreo	SI
Fecha ingreso	15.03.2017	Hora ingreso	SI

3. RESULTADOS

MUESTRA	AZÚCAR TOTAL (g/100 g muestra)
Chutney de ciruela	40,62 ± 0,54

Observaciones:

Metodología aplicada: Método fenol ácido sulfúrico

SI: Sin identificar

Resultados válidos sólo para la muestra ingresada



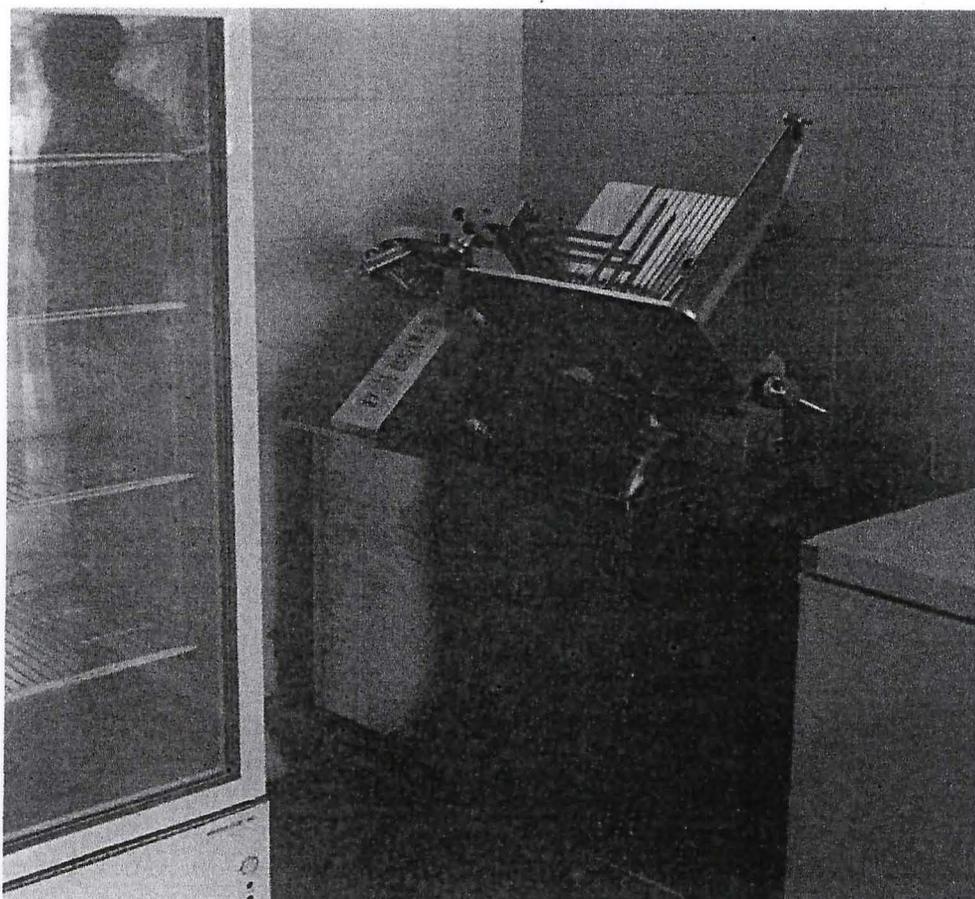
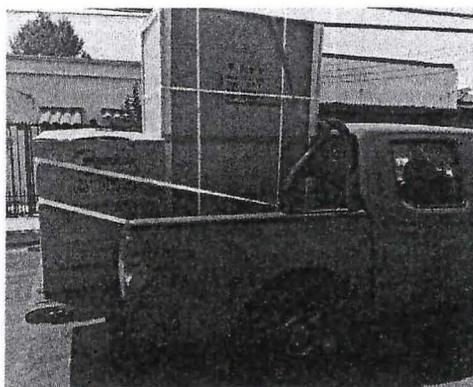
Carolina Shene De Vidts
Jefe Laboratorio

Av. Francisco Salazar 01145 - Fono: (56-45) 2325050 - 2732425 - Fax: (56-45) 2732402 - Casilla 54 - E-mail: marcela.cabrera@ufrontera.cl - Temuco - Chile

<http://agroindustria.ufro.cl>

El equipamiento ha resultado muy útil para mejorar calidad al paladar dado que el grosor del producto influye en la calidad sensorial del producto como se había detectado al momento de dar degustaciones.

Otro impacto muy positivo de este equipamiento es que permite disminuir significativamente el proceso de envasado de copa laminada y con menores pérdidas con corte mas parejos. Se puede procesar en unas 6 horas una partida completa de jamones.



A continuación entregamos un listado de las ferias que se asistieron en el marco del proyecto.

2016

- Feria de Valdivia 1,2 y 3 de Julio
- Expo Salón Gourmet en Concepción, 5, 6 y 7 de Agosto
- Ecoferia naturalmente Vilcún el 3 y 4 de Septiembre.
- Feria Potencia Gourmet – 3 y 4 de Octubre en la Plaza Aníbal Pinto
- Feria Bierfest en Estadio en Temuco 7, 8, 9 y 10 de Octubre
- Temuco Chef 21 y 23 de noviembre

2017

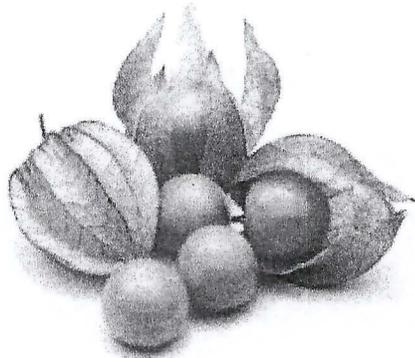
- Fiesta De La Cerveza “Bierfest Temuco Verano 2017” 27, 28 y 29 de enero
- Feria de la Cerveza Lautaro, 3, 4 y 5 de febrero
- Santiago Bocas Moradas el 17/18 y 19 de Marzo
- Feria Provi-Divino en Providencia el 22 de Abril
- Liga del asado 27 y 28 de mayo, Temuco estadio German Becker
- Bocas Moradas Parque Arauco 16, 17 y 18 de Junio
- Expo Gourmet de Invierno, Valdivia 6,7,8 y 9 de Julio.
- Expo Cav 3 y 5 de Agosto Expo Riesco.
- Feria Potencia Gourmet – 27 y 28 de Septiembre en la Plaza Aníbal Pinto



Indique si ha obtenido resultados adicionales a los planteados en el plan operativo, describa a continuación.

Se desarrolló la mermelada y la confitura de Physalis Peruviana (Golden Berry) y hemos comenzado desde el año pasado a plantar y cosechar este fruto en nuestro invernadero y con algunas señoras de Vilcun que lo producen para nosotros.

Este fruto que proveniente del Andes Peruano que tienen mucha vitamina C y propiedades para los diabéticos por lo estamos desarrollando una línea de confitura y mermeladas sin azúcar, y una versión sin azúcar formulada con la asistencia técnica de la Universidad de la Frontera. Y que son productos nuevos que se lanzarán oficialmente con el nuevo etiquetado.



Physalis peruviana L., es una planta originaria de los Andes suramericanos, específicamente de Perú. Hoy se encuentra en casi todos los altiplanos de los trópicos y en varias partes de los subtropicos, incluyendo Malasia, China, África y el Caribe. Perteneció a la familia de las Solanáceas, al género *Physalis*, y posee distintas y varias denominaciones comunes. En Chile, se conoce por "goldenberries" o "physalis", en Colombia "uchuva", en Ecuador "uvilla", en Perú "aguaymanto", en España "alquequenje" y en Sudáfrica "cape gooseberry". A nivel del mercado internacional el nombre más común es goldenberry.

La planta es semi arbustiva, anual o perenne dependiendo del clima: más templado o más tropical, respectivamente. Se caracteriza por su fruto, una baya carnosa con gran cantidad de semillas envuelto en un cáliz de 5 sépalos que le otorga gran protección natural. Este fruto es de apariencia esférica y evoluciona de un color verde a un amarillo-anaranjado. Posee un diámetro entre 1,25 y 2,5 cm, y un peso entre los 4 y 10 gramos.

Numerosas publicaciones confieren a la especie propiedades beneficiosas para el ser humano, tanto medicinales como nutricionales. Ayuda a purificar la sangre, tonifica el nervio óptico y es benéfica para diabéticos, entre otros. Posee vitaminas A, C y complejo B (rico en pectinas), además de hierro y fósforo. Por lo tanto, este fruto puede tener más de un uso: alimenticio, medicinal y también ornamental. En cuanto al uso alimenticio puede optar distintas vías de comercialización, como fruto fresco (con/sin cáliz), fruto congelado, fruto deshidratado o fruto para proceso industrial (mermeladas, pulpa, néctares, conservas).

El desafío principal será apoyar el desarrollo de una oferta de *Physalis* desarrollados en la comuna de Vilcun que si bien cuenta con la cantidad de agua exige la producción bajo plásticos por la presencia de heladas que reducen la producción del fruto.

En este caso se incorpora para endulzar la tagatosa que es un monosacárido de origen natural que se obtiene de la lactosa presente en la leche. A través de un procedimiento industrial se elimina la glucosa de su composición, dejando solo la galactosa, para luego pasar a un proceso de fermentación de donde se obtiene la tagatosa.

Aun cuando proviene de la leche, en su proceso de elaboración se elimina todo índice de lactosa. Por eso es perfecta para quienes son intolerantes a la lactosa, también para diabéticos y para quienes quieran cuidar su peso y salud.

Su aspecto es muy similar al del azúcar blanco de mesa y posee una textura muy fina, parecida al azúcar flor. La diferencia frente a endulzantes como la fructosa y la sacarosa, es que el organismo no asimila totalmente la tagatosa. Una parte se absorbe en el intestino delgado (entre un 15 y 20%) y la gran mayoría se fermenta en el colon, convirtiéndose en ácidos grasos gracias a la acción de las bacterias. Esto ayuda a que no se vean afectados los niveles de glucosa ni de insulina en la sangre, logrando un índice glicémico muy bajo.

Beneficios de la tagatosa:

- Su capacidad de endulzar es el doble de la azúcar blanca o refinada.
- Posee un muy buen sabor, no deja sabor amargo después de su consumo, ya sea en preparaciones frías o calientes.
- Se disuelve bien en el formato en polvo.
- Resistente a altas temperaturas.
- Carameliza por lo que se puede hacer caramelo y merengue.
- Es seguro, está aprobado por la OMS desde el 2001 y también por la FDA.
- Bajo aporte calórico, recomendable para personas que buscan disminuir el consumo total de energía en la dieta.
- No eleva la glicemia, por lo que es recomendable para quienes padecen resistencia a la insulina o diabetes.
- No se ha relacionado con la aparición de caries dentales versus otros tipos de endulzantes.
- Ayuda a regular la digestión, ya que posee propiedades prebióticas.

Los informes nutricionales realizadas a la confitura de Physalis dan cuenta de su bajo contenido de azúcar que lo coloca como un producto bajo en azúcar.



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
Instituto de Agroindustria

INFORME DE ENSAYO
AREA ALIMENTOS
N° 111 /17

N° solicitud	1038
Fecha recepción	11.04.2017
Fecha informe	21.04.2017
Página	1 de 1

1. IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE

Empresa	Soc. de Inversiones Castañon y Villalobos Ltda.		
Atención	Susana Valenzuela		
Dirección	Parcela 45 E-2 La Victoria 2	Fono/Fax	974606962
Ciudad	Vilcún	RUT	76.308.645-3

2. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra	Mermelada de Physalis peruviana	Tipo de muestra	Alimento
Identificación muestra	A - 111	N° de muestras	01.-
Responsable muestreo	Susana Valenzuela		
Fecha muestreo	06.04.2017	Hora muestreo	SI
Fecha ingreso	11.04.2017	Hora ingreso	SI

3. RESULTADOS

MUESTRA	AZÚCAR TOTAL (g/100 g muestra)
Mermelada de Physalis peruviana	34,16 ± 1,39

Observaciones:

Metodología aplicada: Método fenol ácido sulfúrico
SI: Sin identificar
Resultados válidos sólo para la muestra ingresada



Carolina Shene De Vidts
Jefe Laboratorio

Av. Francisco Salazar 01145 - Fono: (56-45) 2325050 - 2732425 - Fax: (56-45) 2732402 - Casilla 54 - E-mail: marcela.cabrera@ufrontera.cl - Temuco - Chile

<http://agroindustria.ufro.cl>

Además, después de haber asistido a la Feria de Vinos de Autor, en Santiago Bocas Moradas el 17,18 y 19 de Marzo, se vendió muy bien por lo tanto decidimos quedarnos unos días y visitar las Viñas de Casablanca para ofrecer nuestros productos. Visitamos:

- Viña Veramonte, William Cole Vineyards
- Viña Quintay
- Bodegas RE
- Viña Emiliana
- House, Casa del Vino
- Loma Larga Vineyards
- Matetic
- Viña Indomita
- Viña Miguel Torres

Después de asistir a la Feria Provi-Divino en Providencia el 22 de Abril de 2017 de vuelta visitamos

- Casa Silva, quienes nos solicitaron una cotización, hasta el momento no han pedido nada pero seguimos en contacto.
- Viña Koyle, Family Vineyards.

Se efectúa la compra el nick www.wincul.cl.

7. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHA (COMPARATIVO)

Identificar y describir las actividades realizadas (programadas y no programadas) durante la ejecución de la iniciativa.

7.1. Tabla de actividades programadas para la elaboración del Plan de Marketing

Indique sólo las actividades programadas en el plan operativo. Analizar la forma en que se han desarrollado las actividades programadas, debiendo señalar el nivel de cumplimiento de las mismas respecto al Plan Operativo inicial y, en el caso de existir diferencias, las razones que las causaron.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
1. Desarrollo del Plan	Noviembre 2016	100%	Se cumplieron con los plazos del proyecto
2. Sanción del plan	Febrero 2017	100%	Se hicieron observaciones las que fueron subsanadas en la segunda entrega

7.2. Actividades de Implementación del Plan de Marketing

Se debe completar una tabla por cada etapa de financiamiento (elaboración e implementación del plan de marketing). Incluir problemas enfrentados cuando corresponda.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
Desarrollo de propuestas de envase y etiquetado	Abril	alto	100	
Testeos en potenciales consumidores y puntos de ventas para validación.	Mayo	alto	100	Se validan prototipos y se hacen ajustes <ul style="list-style-type: none"> • Feria Provi-Divino en Providencia el 22 de Abril • Liga del asado 27 y 28 de mayo, Temuco estadio German Becker • Bocas Moradas Parque Arauco 16, 17 y 18 de Junio

Correcciones y modificaciones de prototipos para producción de productos.	Junio	alto	100	
Envío de los productos	<ul style="list-style-type: none"> • 15/03 • 11/04 	alto	100	Se cuenta con los 3 productos mas 1 de los nuevos. En el periodo se desarrollaron 4 mas que aun no tienen analisis
Análisis de laboratorio	<ul style="list-style-type: none"> • 15 al 31 de marzo • 11 al 21 de abril 	alto	100	
Entrega de resultados	<ul style="list-style-type: none"> • 31/03 • 21/04 	alto	100	
Definición de las actividades plan de difusión	Se definen las ferias cada 3 meses	alto	100	
Realización de las acciones de difusión	Se realiza al menos 1 feria al mes	alto	100	No se pudo participar en el Nam ni en Food Service por que no fueron seleccionados por FIA

7.3. Tabla de actividades no programadas³ realizadas en la iniciativa.
 Informar las actividades que no estaban programadas y justificar su realización.

Actividad no programada		Justificación ⁴
Descripción	Fecha	
Visitas las Viñas de Casablanca para ofrecer nuestros productos. Visitamos: <ul style="list-style-type: none"> • Viña Veramonte, William Cole Vineyards • Viña Quintay • Bodegas RE • Viña Emiliana • House, Casa del Vino • Loma Larga Vineyards • Matetic • Viña Indomita • Viña Miguel Torres 	17,18 y 19 de Marzo	Generar ventas mediante intermediarios asociadas a eventos y circuitos turísticos de las viñas.
Visita a Viñas <ul style="list-style-type: none"> • Casa Silva, quienes nos solicitaron una cotización, hasta el momento no han pedido nada pero seguimos en contacto. • Viña Koyle, Family Vineyards. 	22 de Abril de 2017	Generar ventas mediante intermediarios asociadas a eventos y circuitos turísticos de las viñas.

³ Actividades realizadas fuera de lo indicado en el plan operativo inicial.

⁴ Se debe justificar correctamente el porqué se realizó una actividad no programada inicialmente.

8. POTENCIALES IMPACTOS

POTENCIAL IMPACTO ⁵

A continuación identifique claramente los potenciales impactos que estén directamente relacionados con los resultados obtenidos del proyecto IMA.

8.1 Indique los impactos esperados económicos y comerciales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

Estos impactos pueden estar relacionados con mejoras en las condiciones de competitividad y acceso a nuevos mercados, mejoras productivas, económicas y comerciales, como el ingreso bruto, costo del producto/servicio, precio de venta del producto/servicio, redes o nuevos canales de comercialización a nivel local, nacional o internacional, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

En el cuadro la situación de ventas final.

<p>Línea base Agosto 2015: \$0.- Septiembre 2015 \$328.974.- Octubre 2015 \$494.837.- Noviembre 2015 \$391.053 Diciembre 2015 \$261.400 Enero 2016 \$159.000.- Febrero 2016 \$806.795 Marzo 2016 \$253.247.- Abril 2016 \$147.605.- Mayo 2016 \$115.200.- Junio 2016 \$650.000.- Julio 2016 \$400,711.- Total \$4.008.822.-</p>	<p>Ventas proyecto: Agosto 2016: 377.169.- Septiembre 2016: 868.092.- Octubre 2016: 797.815.- Noviembre 2016: 633.907 Diciembre 2016:211.874 Enero 2017: 633.907 Febrero 2017: 1.308.341 Marzo 2017: 790.675 Abril 2017: 752.932 Mayo: 456.574 Junio 2017: 1.201.742 Julio 2017:937.777 Total Año 1: 9.723.737.-</p> <p>Agosto 2017: 507.500 Septiembre 2017: 500.003 (proyectada) Ventas totales : \$10.731.140</p>
--	--

⁵ El impacto debe dar cuanta del logro del objetivo de los proyectos IMA, este es: "Apoyar proyectos liderados por medianas, pequeñas y microempresas del sector agroalimentario que requieran un mejoramiento de sus productos a través del desarrollo e implementación de estrategias de marketing innovadoras y efectivas, de manera de contribuir a mejorar las condiciones de competitividad y acceso a los mercados locales, nacionales, o internacionales. De acuerdo con lo anterior, se debe describir los potenciales impactos productivos, económicos y sociales que se generan con el desarrollo de la propuesta.

8.2 Indique los impactos esperados en términos sociales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

Estos impactos podrían estar relacionados con la incorporación de nuevos trabajadores, etnias, usuarios de INDAP, aumentos de sueldos, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

En la actualidad muchas mujeres vinculadas al Prodesal de Vilcún, cultivan en invernadero lechugas, zanahorias y otros frutos básicos, debiendo sufrir serias dificultades para su comercialización. Pretendemos organizar a estas productoras para que nos cultiven Tomate Amarillo y Aguaymanto, comprometiéndonos a comprarles toda su producción.

El Physalis es La planta es semi arbustiva, anual o perenne dependiendo del clima: más templado o más tropical, respectivamente. Se caracteriza por su fruto, una baya carnosa con gran cantidad de semillas envuelto en un cáliz de 5 sépalos que le otorga gran protección natural. Este fruto es de apariencia esférica y evoluciona de un color verde a un amarillo-anaranjado. Posee un diámetro entre 1,25 y 2,5 cm, y un peso entre los 4 y 10 gramos.

Se pretende suministrar semilla y plantones, además de asistencia técnica, fijando estándares de cultivo para que los frutos no contengan pesticidas. El desafío principal será apoyar el desarrollo de una oferta de Physalys y tomate amarillo producido en la comuna de Vilcun que si bien cuenta con la cantidad de agua exige la producción bajo plásticos por la presencia de heladas que reducen la producción del fruto.

Se consideran incorporar 5 familias del programa PDTI y Proder de la Municipalidad de Vilcún. Estas sean capacitadas en forma gratuita por la empresa en la forma de producir plantas establecidas y sus cuidados bajo plástico, además de la producción libre de químicos.

Las familias serán dueñas de sus productos y se espera garantizar a lo menos la compra de 2.000 kilos el primer año.

8.3 Indique los otros impactos esperados dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

A partir del proceso de formulacion de la confetura de Physalis se tuvo la oportunidad de trabajar con profesionales del área de alimento y comenzar a trabajar con formulaciones que permitan normalizar las producciones y abrir las opciones de crear líneas de productos sin azucar.

9. PRODUCTOS OBTENIDOS.

De acuerdo con los resultados obtenidos, identifique cuales fueron los nuevos productos generados, como: Etiquetas, envases, carteles publicitarios, trípticos, demos, entre otros. Se debe adjuntar imágenes de los mismos, anterior y posterior al desarrollo del IMA en el Anexo 2.

Las siguientes son los diseños de los 4 productos actuales de churcutería. Cabe destacar que 3 son productos que se consolidaron durante el desarrollo del proyecto

WINKUL
SABOR A MUNDO!
Prociutto de la Araucanía

Elaborado solo con carnes seleccionadas, respetando los ciclos de la naturaleza y el auténtico espíritu de la montaña.

WINKUL
SABOR A MUNDO!
Coppa de la Araucanía

Elaborado solo con carnes seleccionadas, respetando los ciclos de la naturaleza y el auténtico espíritu de la montaña.

WINKUL
SABOR A MUNDO!
Salame de la Araucanía

Elaborado solo con carnes seleccionadas, respetando los ciclos de la naturaleza y el auténtico espíritu de la montaña.

Confitura de Tomate amarillo Jengibre • Limón

Elaborado sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Información Nutricional
Porción: 1cd. (15g)

	100g	Porción
Energía (Kcal)	224	23,3
Proteína (g)	3,6	0,37
Mediana grasa (g)	2	0,2
Hidratos de Carbono (g)	47	4,9
Almidón (g)	34	3,5
Sodio (mg)	+4	0

Consumir antes de:

Chile



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Confitura de Naranja • Jengibre • Limón

Elaborado sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Información Nutricional
Porción: 1cd. (15g)

	100g	Porción
Energía (Kcal)	214	22,1
Proteína (g)	3,8	0,39
Mediana grasa (g)	2	0,2
Hidratos de Carbono (g)	43	4,5
Almidón (g)	34	3,5
Sodio (mg)	+4	0

Consumir antes de:

Chile



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especiería de La Araucanía, las confituras que elaboramos ofrecen una aproximación novedosa y exquisita. Con Physalis o Aguyamanto, ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.

Peso Neto 30grs.

Ingredientes: Physalis Peruviana, Jengibre y Limón. Producido por Anjele Alimentos. Paredo 45 N°1 La Victoria 2, Carrera de Vitico, Región de La Araucanía, Chile. Teléfono: 09428-7114, correo al: 0942811@winkul.com Chile. Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierta mantener refrigerada.

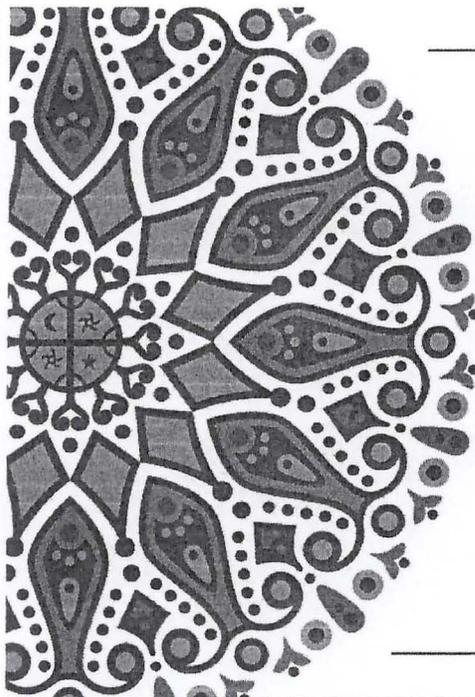
Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especiería de La Araucanía, las confituras que elaboramos ofrecen una aproximación novedosa y exquisita. Con Physalis o Aguyamanto, ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.

Peso Neto 30grs.

Ingredientes: Naranja, Jengibre y Limón. Producido por Anjele Alimentos. Paredo 45 N°1 La Victoria 2, Carrera de Vitico, Región de La Araucanía, Chile. Teléfono: 09428-7114, correo al: 0942811@winkul.com Chile. Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierta mantener refrigerada.

A la fecha la nueva marca se usa en Churcatería y en el Psylays ya se usa la nueva marca. En los demás productos se mantiene el etiquetado anterior hasta septiembre, para acabar el stock pero en octubre ya se operara con el etiquetado nuevo.

Catalogo



WINKUL
SABOR A MUNDO!



Productos elaborados sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Te presentamos los productos de la línea gourmet de Winkul. Cuidadosamente elaborados en la Araucanía Andina, Viloé, sur de Chile.



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Todos nuestros productos son elaborados sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Confitura

de La Araucanía. Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especería de La Araucanía. Con Physalis ó Aguaymanto, ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.

Chutney

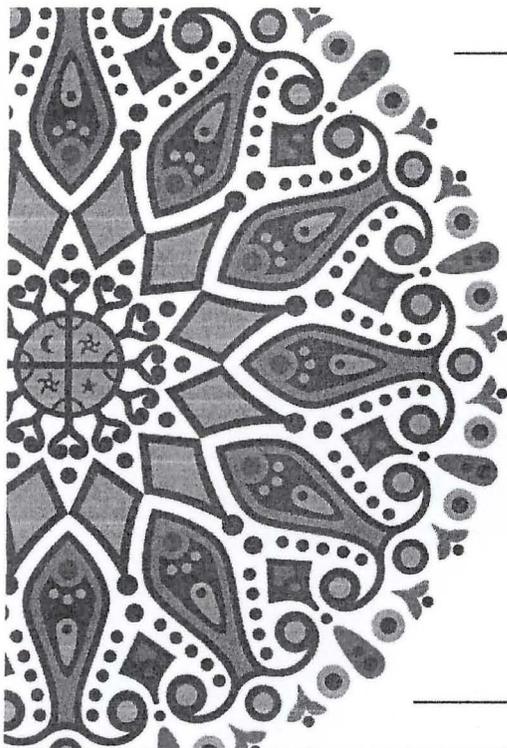
de La Araucanía. Inspirados en el Chatni Indú y fusionado con los frutos y verduras del sur de Chile, además del Merkén de La Araucanía, para acompañar quesos, carnes blancas y de cerdo.

Coppa

prosciutto, salames y fuet de La Araucanía. Exclusiva línea de charcutería premium, elaborada sólo con carnes seleccionadas.

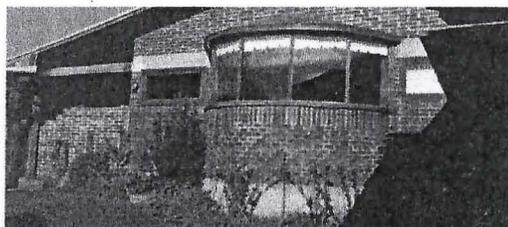
Visítanos en
Parcela #45 E-2
La Victoria, Vilcún

Teléfono
+56 (9) 7460 6962



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Contáctanos y conoce nuestra exclusiva selección de productos, elaborados con el cuidado y la calma que solo da un entorno privilegiado: **Parador turístico El Sosiego.**



Para saber más
sobre las actividades
en El Sosiego:

Parcela #45 E-2 La
Victoria, Vilcún
+56 (9) 7460 6962
contacto@ecoabet.com

10. PROBLEMAS ENFRENTADOS

En la siguiente tabla debe indicar los problemas enfrentados durante el desarrollo de la iniciativa y las medidas tomadas para solucionarlos, de acuerdo con el origen de los problemas: legales, técnicos, financieros, administrativos y de gestión, entre otros.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación (comente si las medidas tomadas lograron resolver el problema enfrentado)
Se requirio un mayor tiempo para poder completar el aporte , los ivas y la ultima cuota.	Se solicito una ampliacion de plazos al FIA que fue aprobada.	Parte de los saldos responden a rechazos de gastos considerados no oportunos y la garantia bancaria que al ser cambiado por pagaré no fue necesario financiarlo

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

11.1 ¿Considera que los resultados obtenidos permitieron alcanzar el objetivo general del proyecto?

El incremento de 242% en las ventas es muy importante, destacandose que han logrado no tener ventas cero en ningun mes, situacion que en el 2015 era frecuente, generando un flujo continuo, pero además en el comprativo solo 1 mes tiene ventas menores existiendo situaciones donde se vendio 4 veces mas que igual mes año anterior y esto es muy significativo para esta empresa.

11.2 ¿Cómo fue el funcionamiento del equipo técnico del proyecto?

Se trabajó en terminos adecuados.

11.3 ¿Tuvo dificultades o inconvenientes en el desarrollo del proyecto? Indique cómo fueron resueltos.

Solo que febrero no permitió avanzar dado que este mes nos encontramos con los laboratorios del UFRO Cerrados.

11.4 En relación a la ejecución del proyecto, ¿tiene alguna recomendación para el desarrollo futuros proyectos IMAs?

Que la vinculacion con el programa sea a nivel regional para favorecer consultas y comunicación con la institucion.

11.5 Mencione otros aspectos que considere relevante informar, (si los hubiere).

12. ANEXOS

Anexo 1. Medios de verificación.

Anexo 2. Imágenes de los productos obtenidos.

Santiago, 14 FEB. 2017
FICR09/UPP-C-N° 361Señora
Paula Vergara
Coordinadora Iniciativa FIA
Porvenir 810,
TemucoRef.: Aprueba Plan de marketing
IMA-2016-0309

De nuestra consideración:

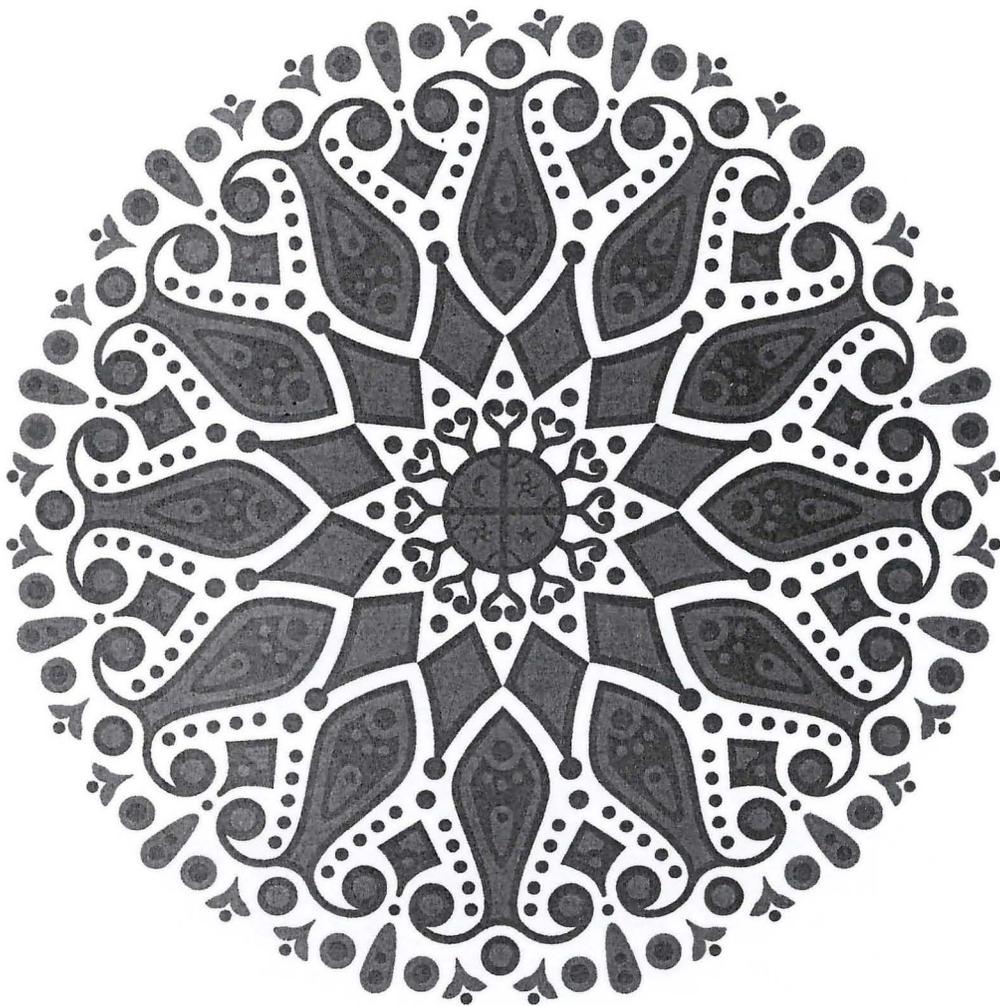
Acusamos recibo de las modificaciones al plan de marketing del proyecto "Creación de nuevos productos y fortalecimiento para la imagen de Eco Abet para llegar a nuevos mercados", código IMA-2016-0309, e informamos a usted que éste ha sido aprobado por esta Fundación.

Sin otro particular, le saluda atentamente,



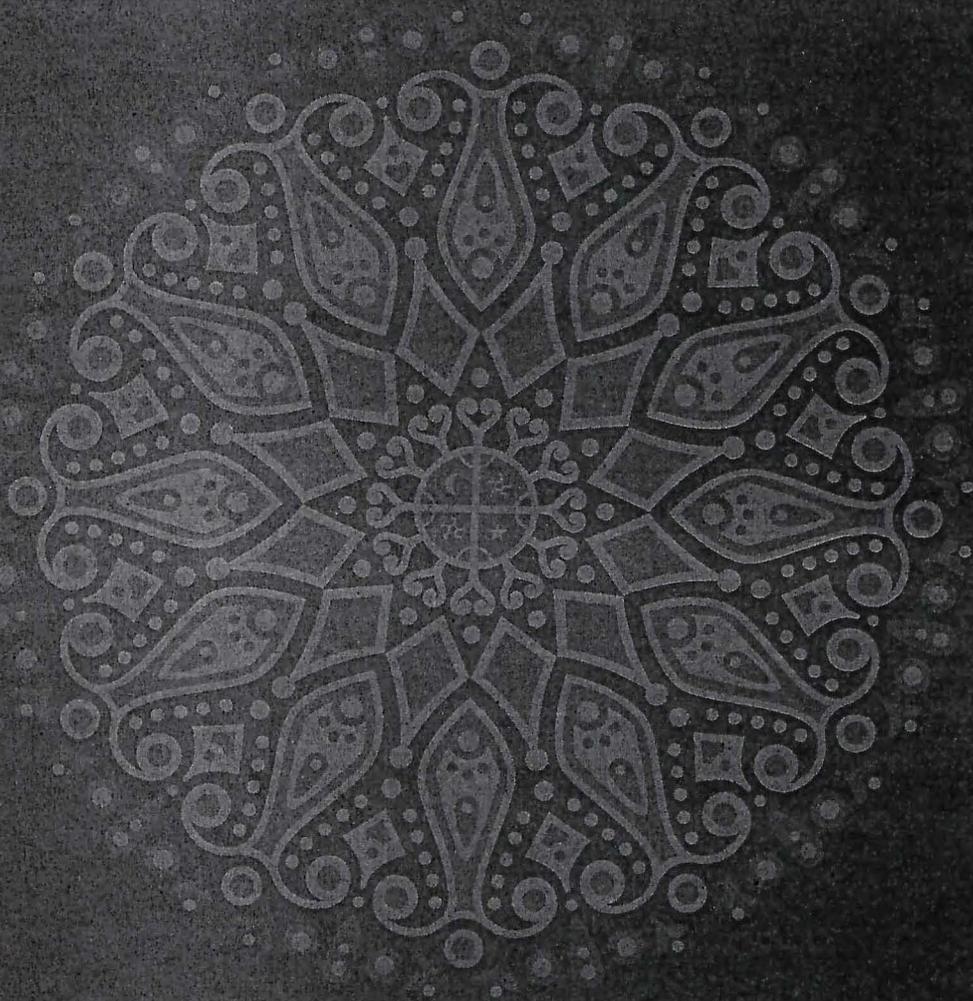
Rodrigo Gallardo Flores
Jefe Unidad de Programas y Proyectos

c.c.: Ejecutiva de Innovación Agraria, Natalie Devenin
Área Operaciones UPP, Alice Espinoza
Archivo



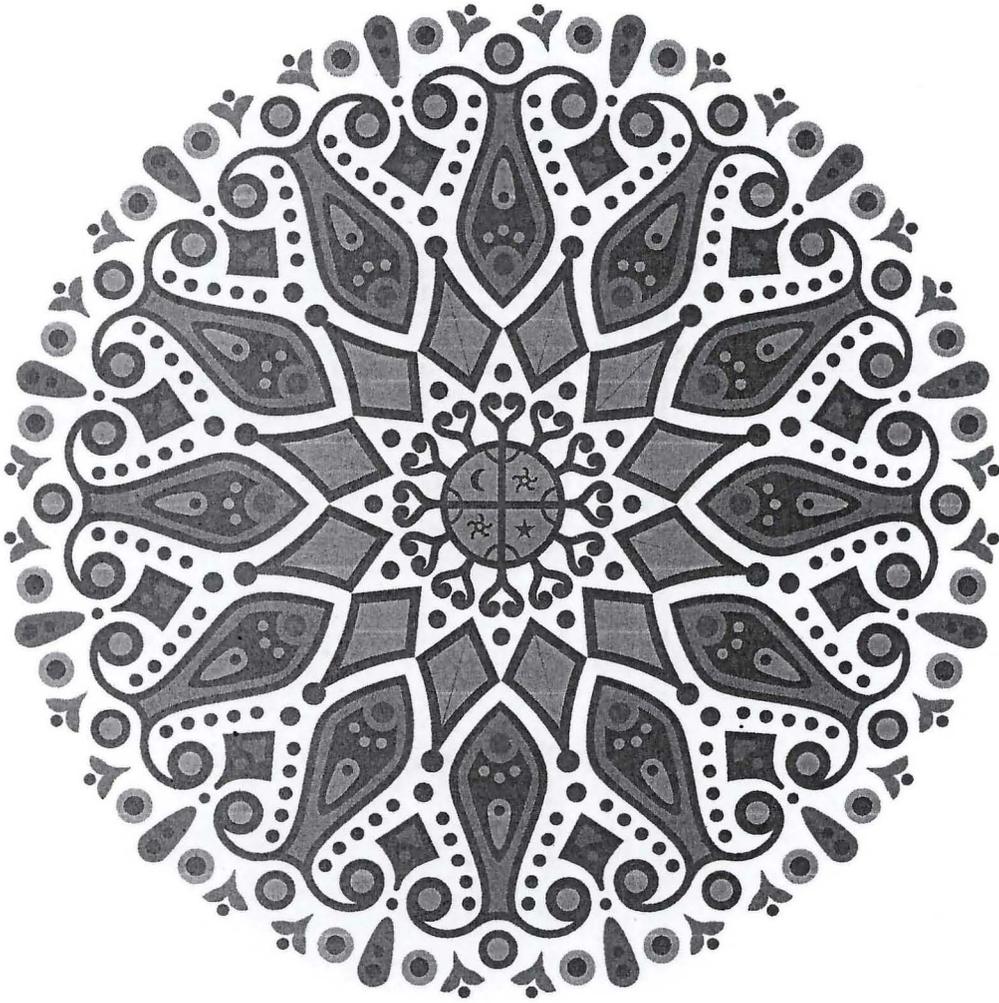
WINKUL

SABOR A MUNDO!



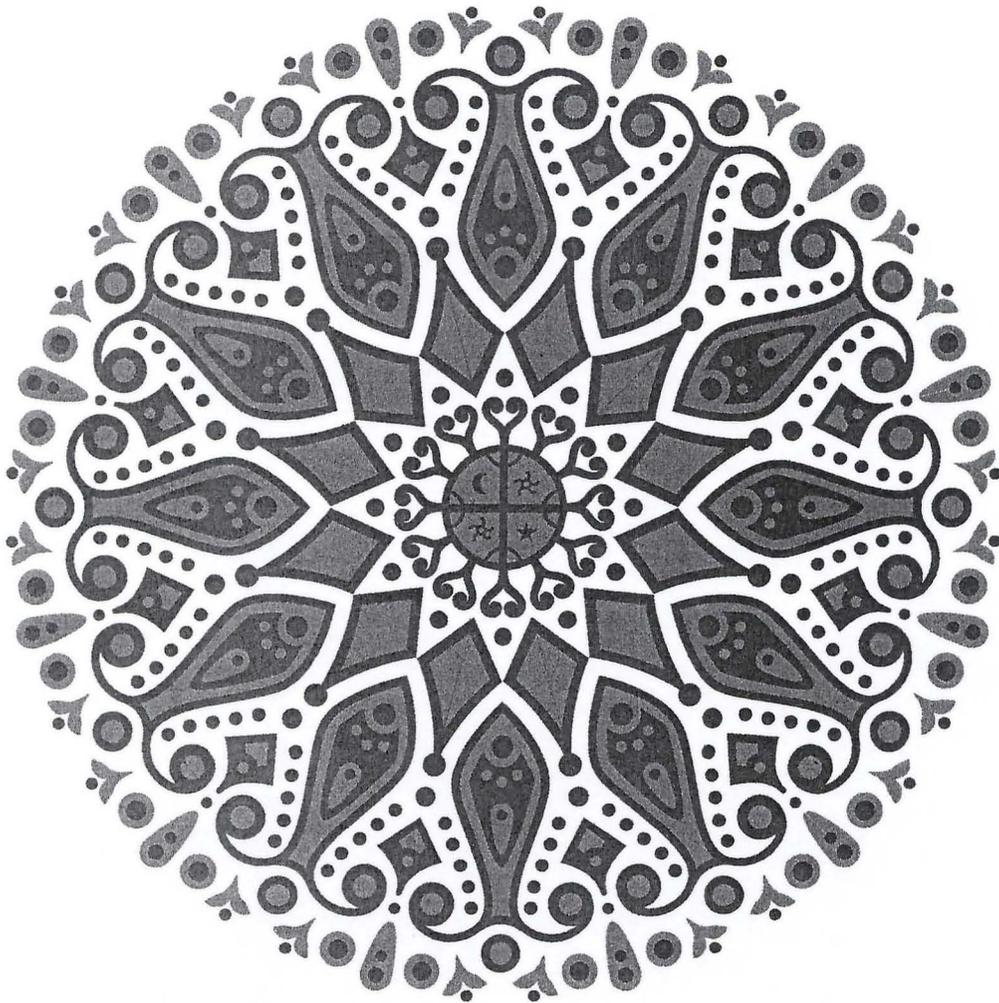
WINKUL

SABOR A MUNDO!



WINKUL

SABOR A MUNDO!



WINKUL

SABOR A MUNDO!

WINKUL

SABOR A MUNDO!

Jamón Serrano

30grs.

Winkul es la fusión de sabores y saberes del mundo. Productos cuidadosamente elaborados, con productos originarios del sur de Chile, sur del mundo, respetando el equilibrio y los ciclos de la naturaleza.

Información Nutricional

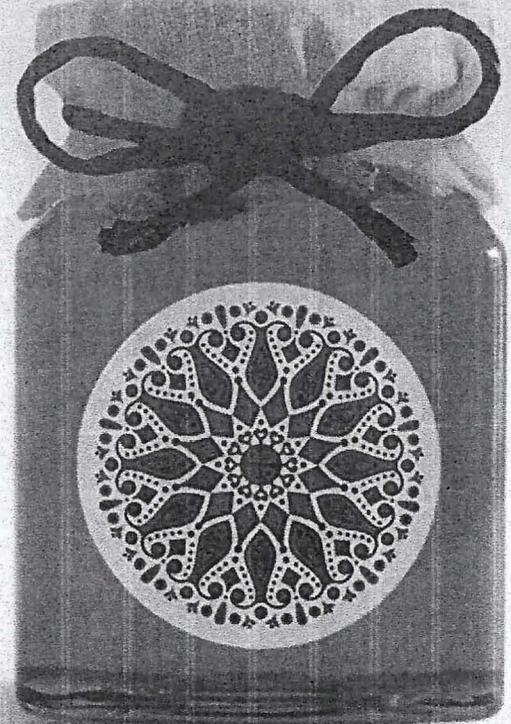
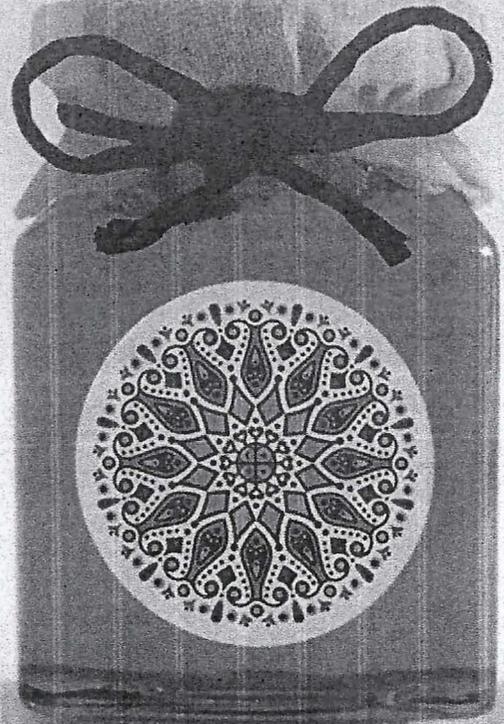
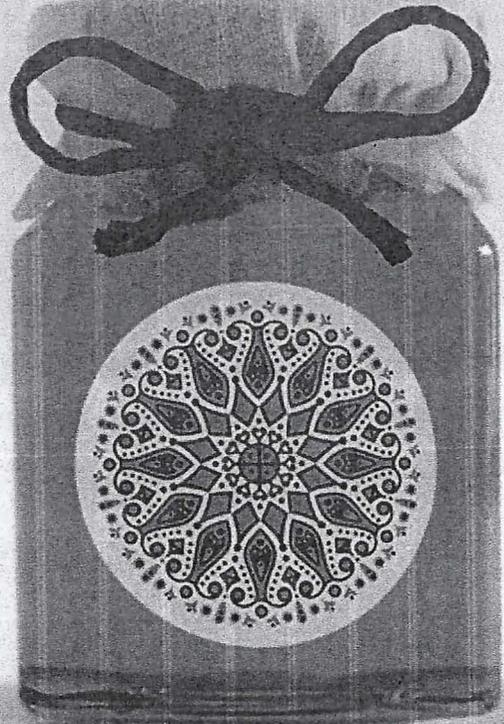
Porción: 1 cda (20g) Porción por envase: 7

	100g	1 porción
Energía (kcal)	315	158
Proteínas (g)	8,4	4,2
Grasa Total (g)	35,1	17,6
Grasa Saturada (g)	21,7	10,9
Ácidos Grasos Totales (g)	0,3	0,1
Sales Minerales (mg)	27,2	13,6
Sales de Sodio (mg)	11,6	5,8
Ácidos Amino (g)	3,1	1,6
Ácidos Amino (g)	39,5	19,8
Carbón (g)	0,3	0,1
Hidratos de Carbono (g)	41,7	20,9
Sodio (mg)	12,7	6,4

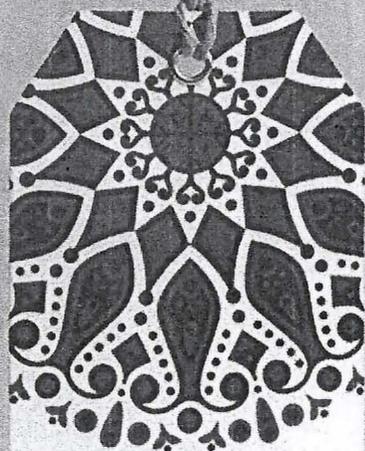


WINKUL

SABOR A MUNDO!







WINKUL
SABOR A MUNDO!

Winkul es la fusión de sabores y saberes del mundo. Productos cuidadosamente elaborados, con productos originarios del sur de Chile, sur del mundo, respetando el equilibrio y los ciclos de la naturaleza.

Información Nutricional
Porción: 1 taza (250g) Porción por envase: 7

	Porción	Porción	Porción
Energía (kcal)	100	100	100
Proteína (g)	1.1	1.1	1.1
Grasa Total (g)	1.1	1.1	1.1
Grasa Saturada (g)	0.2	0.2	0.2
Grasa Trans (g)	0.0	0.0	0.0
Carbohidrato Total (g)	24.2	24.2	24.2
Carbohidrato Digerible (g)	23.2	23.2	23.2
Fibra Alimentaria (g)	1.0	1.0	1.0
Azúcar (g)	19.2	19.2	19.2
Almidón (g)	0.0	0.0	0.0
Sodio (mg)	1.1	1.1	1.1
Calcio (mg)	1.1	1.1	1.1
Hierro (mg)	0.1	0.1	0.1
Ácido Fólico (µg)	0.1	0.1	0.1

Confitura de Naranja (200ml.)
Ingredientes: Naranja, Azúcar, Lechuga.
Elaborado y envasado por: Elaboración, Dirección: Los Cóndores S.A.
Vialon, Región de La Araucanía, Ruta 115/150/172/176 del
BOP/115 3. S. Araucanía, Región de La Araucanía.
Duración: 6 meses desde la fecha de elaboración.

Ciclo: del griego *kyklos* (rueda, círculo), se refiere a eventos que ocurren cada cierto tiempo. Se relaciona con en el verbo latino *colere* (cultivar).

Mandalas: sus formas concéntricas sugieren una idea de perfección (equidistancia con respecto a un centro) y el perímetro del círculo evoca el eterno retorno de los ciclos de la naturaleza (*uróboros*, símbolo del ciclo eterno de las cosas, el esfuerzo eterno, la lucha eterna).

Somos una empresa de ~~base familiar~~, enriquecida por la DIVERSIDAD de CULTURAS y EXPERIENCIAS, enfocada en actividades y servicios que promueven el SOSTENIBLE aprovechamiento de los ~~recursos~~ NATURALES, sociales y CULTURALES, e ~~interesada~~ en un EQUILIBRADO desarrollo que cuide el delicado BALANCE de nuestros ECOSISTEMAS.

Ubicados en el CORAZÓN de la ARAUCANÍA ANDINA, ofrecemos deliciosa gastronomía, memorable ~~turismo~~ ambiental y diligente servicio ~~técnico~~ de apoyo a la gestión ambiental.

Winkul, sabor a mundo.

Ubicados al sur del mundo, en el valle de la Araucanía Andina, en *Winkul* hacemos mestizaje de sabores: recetas de distintas culturas, reimaginadas con sabores locales: productos cuidadosamente elaborados solo con frutos seleccionados, respetando los ciclos y el equilibrio de nuestra madre naturaleza.

Confitura de Aguaymanto • Jengibre

Elaborado sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Información Nutricional

Porción: 1cda. (15g)

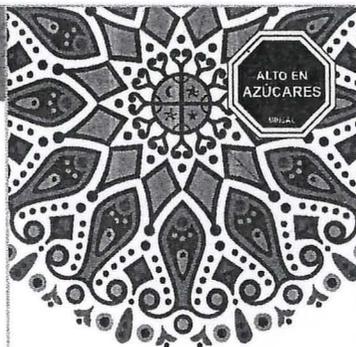
Porciones: 15

	100g	1porción
Energía (Kcal)	214	32,1
Proteínas (g)	1,8	0,27
Materia grasa (g)	2	0,3
Hidratos de Carbono (g)	47	7,05
Azúcares totales (g)	34	5,1
Sodio (mg)	<4	0

BORN IN



Consumir antes de: _____



WINKUL

SABOR A MUNDO!

Confitura de Aguaymanto sin azúcar

Elaborado sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Información Nutricional

Porción: 1cda. (15g)

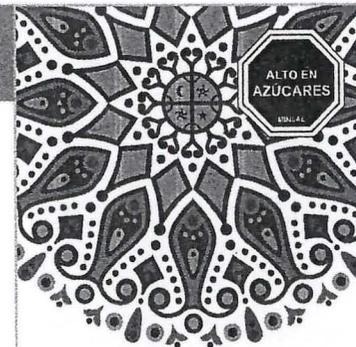
Porciones: 15

	100g	1porción
Energía (Kcal)	214	32,1
Proteínas (g)	1,8	0,27
Materia grasa (g)	2	0,3
Hidratos de Carbono (g)	47	7,05
Azúcares totales (g)	34	5,1
Sodio (mg)	<4	0

BORN IN



Consumir antes de: _____



WINKUL

SABOR A MUNDO!

Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especería de La Araucanía, las confituras que elaboramos ofrecen una aproximación novedosa y exquisita. Con Physallis ó Aguaymanto, **ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.**

Peso Neto 30grs.

Ingredientes Physallis Peruvina, Jengibre y limón. Producido por Angela Villalobos, Parcela 45 E-2 La Victoria 2, Comuna de Vildicún, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEREMI Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especería de La Araucanía, las confituras que elaboramos ofrecen una aproximación novedosa y exquisita. Con Physallis ó Aguaymanto, **ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.**

Peso Neto 30grs.

Ingredientes Physallis Peruvina, Jengibre y limón. Producido por Angela Villalobos, Parcela 45 E-2 La Victoria 2, Comuna de Vildicún, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEREMI Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

Confitura de Tomate amarillo Jengibre • Limón

Elaborado sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Información Nutricional

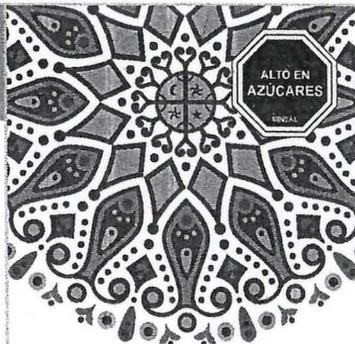
Porción: 1cda. (15g)
Porciones: 15

	100g	1porción
Energía (Kcal)	214	32,1
Proteínas (g)	1,8	0,27
Materia grasa (g)	2	0,3
Hidratos de Carbono (g)	47	7,05
Azúcares totales (g)	34	5,1
Sodio (mg)	<4	0

BORN IN



Consumir antes de: _____



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Confitura de Naranja • Jengibre • Limón

Elaborado sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Información Nutricional

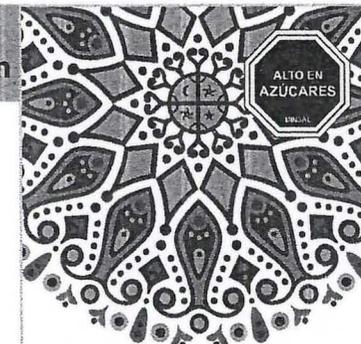
Porción: 1cda. (15g)
Porciones: 15

	100g	1porción
Energía (Kcal)	214	32,1
Proteínas (g)	1,8	0,27
Materia grasa (g)	2	0,3
Hidratos de Carbono (g)	47	7,05
Azúcares totales (g)	34	5,1
Sodio (mg)	<4	0

BORN IN



Consumir antes de: _____



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especería de La Araucanía, las confituras que elaboramos ofrecen una aproximación novedosa y exquisita. Con Physalis ó Aguaymanto, **ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.**

Peso Neto 30grs.

Ingredientes Physalis Peruvina, Jengibre y limón. Producido por Angela Villalobos, Parcela 45 E-2 La Victoria 2, Comuna de Vilcún, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEREMI Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especería de La Araucanía, las confituras que elaboramos ofrecen una aproximación novedosa y exquisita. Con Physalis ó Aguaymanto, **ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.**

Peso Neto 30grs.

Ingredientes Physalis Peruvina, Jengibre y limón. Producido por Angela Villalobos, Parcela 45 E-2 La Victoria 2, Comuna de Vilcún, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEREMI Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

Chutney de Manzana Durazno • Merkén

Elaborado sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Información Nutricional

Porción: 1cda. (15g)

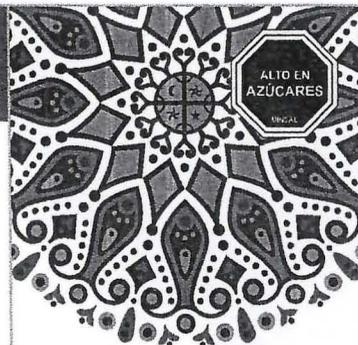
Porciones: 15

	100g	1porción
Energía (Kcal)	214	32,1
Proteínas (g)	1,8	0,27
Materia grasa (g)	2	0,3
Hidratos de Carbono (g)	47	7,05
Azúcares totales (g)	34	5,1
Sodio (mg)	<4	0

BORN IN

Chile

Consumir antes de: _____



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Chutney de Ciruela • Merkén

Elaborado sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Información Nutricional

Porción: 1cda. (15g)

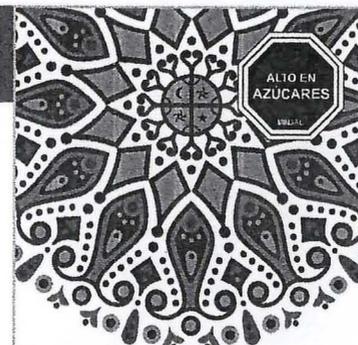
Porciones: 15

	100g	1porción
Energía (Kcal)	214	32,1
Proteínas (g)	1,8	0,27
Materia grasa (g)	2	0,3
Hidratos de Carbono (g)	47	7,05
Azúcares totales (g)	34	5,1
Sodio (mg)	<4	0

BORN IN

Chile

Consumir antes de: _____



WINKUL
SABOR A MUNDO!

Inspirado en el Chatni Indú y fusionado con los frutos y verduras del sur de Chile, además del Merkén de La Araucanía, elaboramos una confitura agrídulce y ligeramente picante para acompañar quesos, carnes blancas y de cerdo, así como embutidos parrilleros, potenciando el sabor y añadiendo una exótica textura.

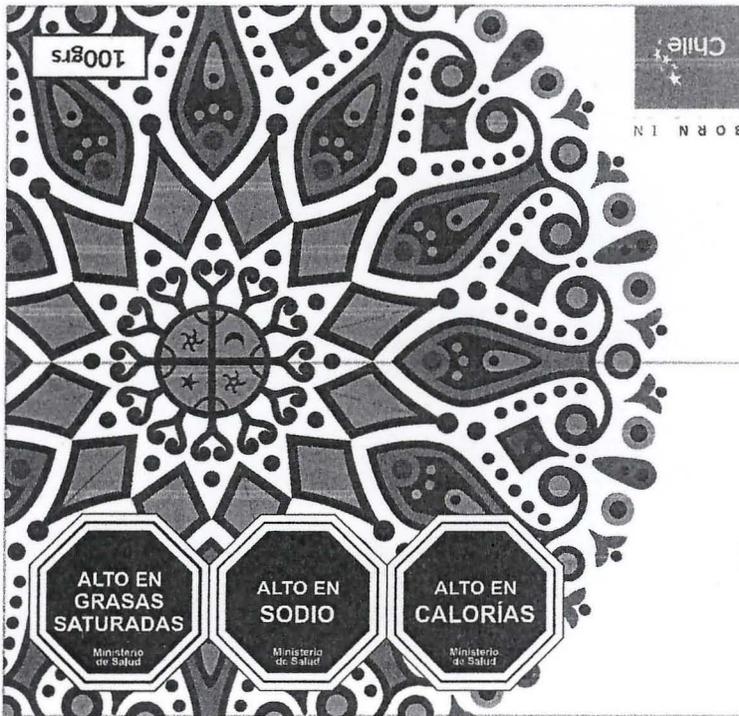
Peso Neto 30grs.

Ingredientes Physalis Peruviana, Jengibre y limón. Producido por Angela Villalobos, Parcela 45 E-2 La Victoria 2, Comuna de Vilcún, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEREMI Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

Inspirado en el Chatni Indú y fusionado con los frutos y verduras del sur de Chile, además del Merkén de La Araucanía, elaboramos una confitura agrídulce y ligeramente picante para acompañar quesos, carnes blancas y de cerdo, así como embutidos parrilleros, potenciando el sabor y añadiendo una exótica textura.

Peso Neto 30grs.

Ingredientes Physalis Peruviana, Jengibre y limón. Producido por Angela Villalobos, Parcela 45 E-2 La Victoria 2, Comuna de Vilcún, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEREMI Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.



Energía (Kcal)	489,84
Humedad (g)	3,63
H. de Carbono (g)	34,31
Fibra (g)	2,14
Lípidos saturados (g)	15,39
L. mono-insaturados (g)	24,42
L. poli-insaturados (g)	2,57
Proteínas	13,41
Colesterol (mg)	0
Sodio (mg)	155,58

Información Nutricional
Porción: 1cda. (20g) Porciones: 7

Ingredientes: Lomo vetado de cerdo, sal. Producto por Argelia Villalobos, Parcela 45 E-2, La Victoria 2, Comuna de Vilcún, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEBEM Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

WINKUL

SABOR A MUNDO!

Prociutto de la Araucanía

Elaborado sólo con carnes seleccionadas, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.



Energía (Kcal)	489,84
Humedad (g)	3,63
H. de Carbono (g)	34,31
Fibra (g)	2,14
Lípidos saturados (g)	15,39
L. mono-insaturados (g)	24,42
L. poli-insaturados (g)	2,57
Proteínas	13,41
Colesterol (mg)	0
Sodio (mg)	155,58

Información Nutricional
Porción: 1cda. (20g) Porciones: 7

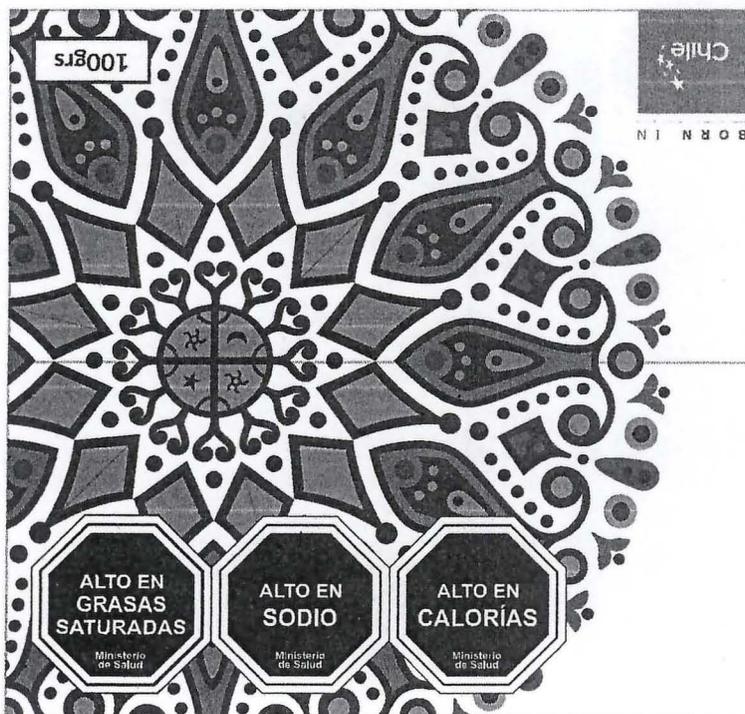
Ingredientes: Lomo vetado de cerdo, sal. Producto por Argelia Villalobos, Parcela 45 E-2, La Victoria 2, Comuna de Vilcún, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEBEM Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

WINKUL

SABOR A MUNDO!

Coppa de la Araucanía

Elaborado sólo con carnes seleccionadas, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.



ALTO EN GRASAS SATURADAS

Ministerio de Salud

ALTO EN SODIO

Ministerio de Salud

ALTO EN CALORÍAS

Ministerio de Salud

Energía (Kcal)	489,84
Humedad (g)	3,63
H. de Carbono (g)	34,31
Fibra (g)	2,14
Lípidos saturados (g)	15,39
L. mono-insaturados (g)	24,42
L. poli-insaturados (g)	2,57
Proteínas	13,41
Colectero (mg)	0
Sodio (mg)	155,58

Información Nutricional
Porción: 1cda. (20g) Porciones: 7

Ingredientes: Lomo vetado de cerdo, sal. Producido por Angela Villalobos, Parcela 45 E-2, La Victoria 2, Comuna de Vicuña, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEREMI Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

WINKUL

SABOR A MUNDO!

Salame de la Araucanía

Elaborado sólo con carnes seleccionadas, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.



ALTO EN GRASAS SATURADAS

Ministerio de Salud

ALTO EN SODIO

Ministerio de Salud

ALTO EN CALORÍAS

Ministerio de Salud

Energía (Kcal)	489,84
Humedad (g)	3,63
H. de Carbono (g)	34,31
Fibra (g)	2,14
Lípidos saturados (g)	15,39
L. mono-insaturados (g)	24,42
L. poli-insaturados (g)	2,57
Proteínas	13,41
Colectero (mg)	0
Sodio (mg)	155,58

Información Nutricional
Porción: 1cda. (20g) Porciones: 7

Ingredientes: Lomo vetado de cerdo, sal. Producido por Angela Villalobos, Parcela 45 E-2, La Victoria 2, Comuna de Vicuña, Región de La Araucanía, Chile. Res. Sanitaria N°A19-7116, otorgada el 29/04/2013 SEREMI Salud Región de La Araucanía. Mantener en lugar fresco y seco. Una vez abierto mantener refrigerado.

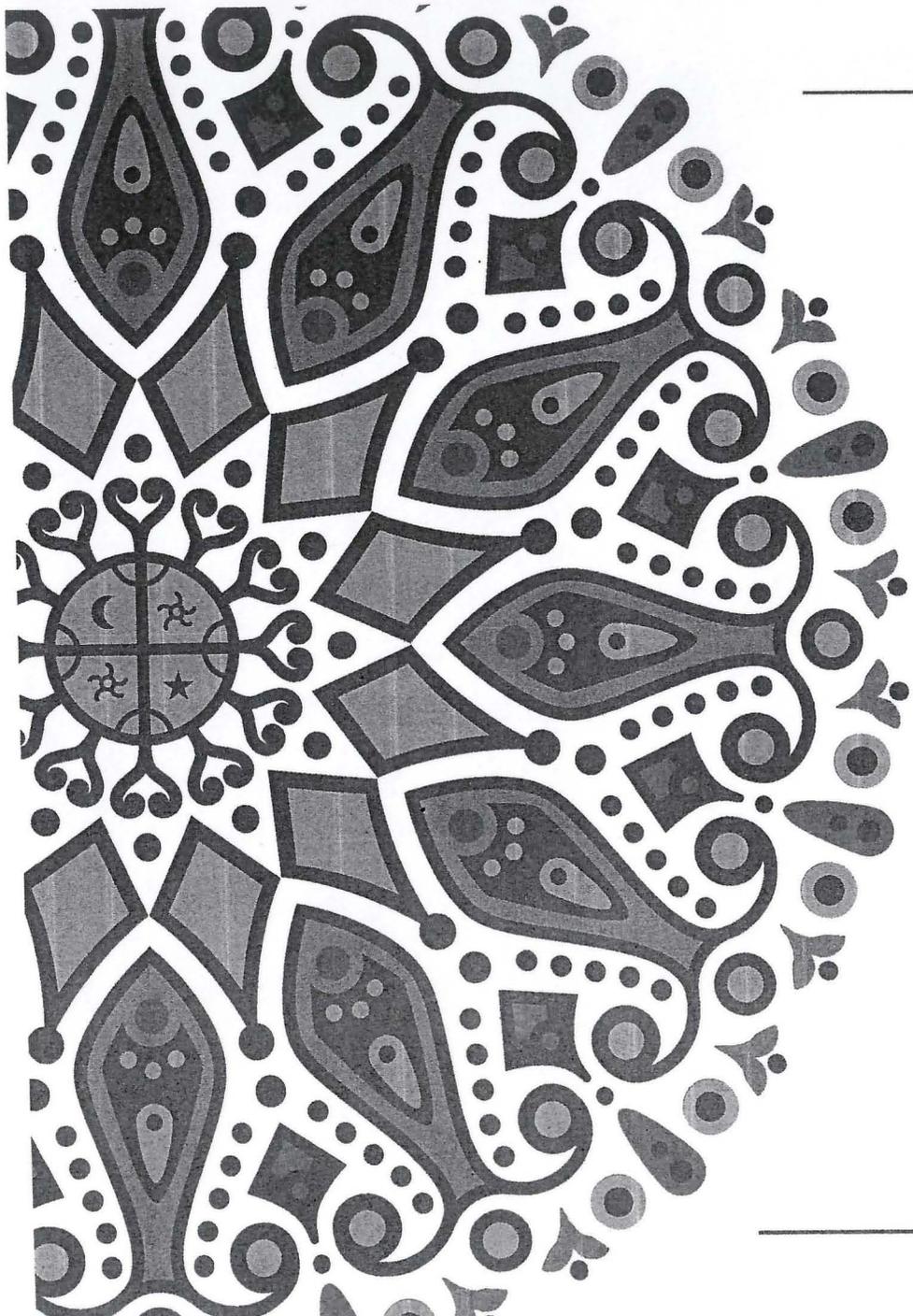
WINKUL

SABOR A MUNDO!

Fuet de la Araucanía

Elaborado sólo con carnes seleccionadas, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.





WINKUL

SABOR A MUNDO!

....

Productos elaborados sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Te presentamos los productos de la línea gourmet de **Winkul**. Cuidadosamente elaborados en la Araucanía Andina, Vilcún, sur de Chile.

BORN IN

Chile

Todos nuestros productos son elaborados sólo con frutos seleccionados, respetando los ciclos de la naturaleza y el equilibrado espíritu de la montaña.

Confitura

de La Araucanía. Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especería de La Araucanía. Con Physallis ó Aguaymanto, ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.

Chutney

de La Araucanía. Inspirados en el Chatni Indú y fusionado con los frutos y verduras del sur de Chile, además del Merkén de La Araucanía, para acompañar quesos, carnes blancas y de cerdo.

Coppa

prosciutto, salames y fuet de La Araucanía. Exclusiva línea de charcutería premium, elaborada sólo con carnes seleccionadas.

WINKUL
SABOR A MUNDO!

Confitura

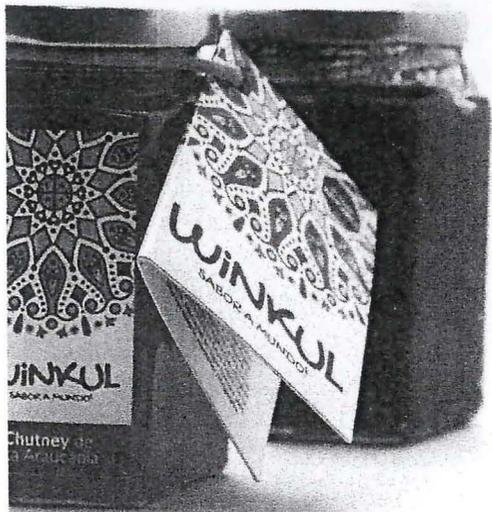
de La Araucanía

Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especería de La Araucanía, las confituras que elaboramos ofrecen una aproximación novedosa y exquisita. Con Physallis ó Aguaymanto, **ideal para acompañar quesos o para adobar un salmón.**



Visítanos en
Parcela #45 E-2
La Victoria, Vilcún

Teléfono
+56 (9) 7460 6962

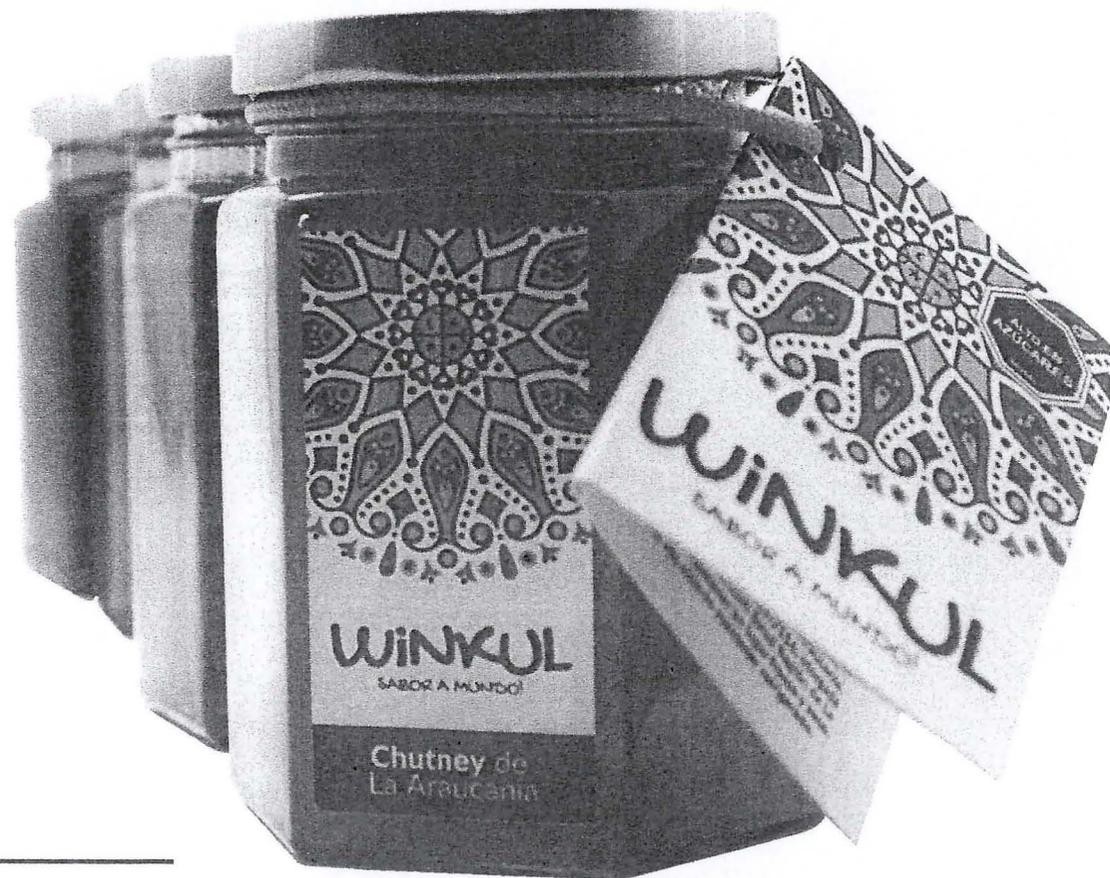


WINKUL
SABOR A MUNDO!

Chutney

de La Araucanía

Inspirado en el Chatni Indú y fusionado con los frutos y verduras del sur de Chile, además del Merkén de La Araucanía, elaboramos una confitura agridulce y ligeramente picante. **Para acompañar quesos, carnes blancas y de cerdo, embutidos parrilleros**, potenciando el sabor y añadiendo una exótica textura. En presentaciones de 190grs. o a pedido en cantidades mayores.



WINKUL
SABOR A MUNDO!



Coppa

de la araucanía

Elaborado solo con carnes seleccionadas, receta tradicional, respetando los tiempos de curado y ahumado de cada pieza. Presentación en sachets al vacío de 110grs. y en cantidades y formatos a pedido.

Visítanos en
Parcela #45 E-2
La Victoria, Vilcún

Teléfono
+56 (9) 7460 6962

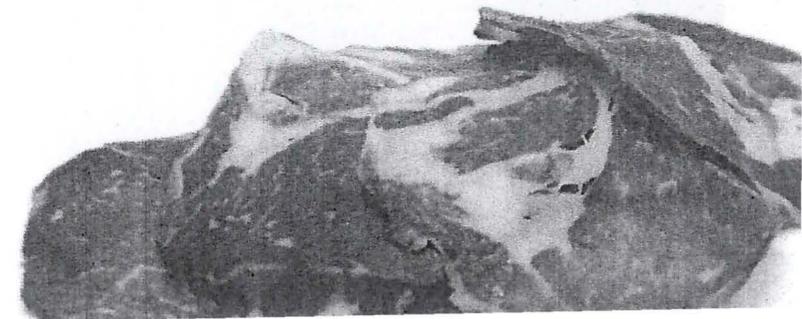


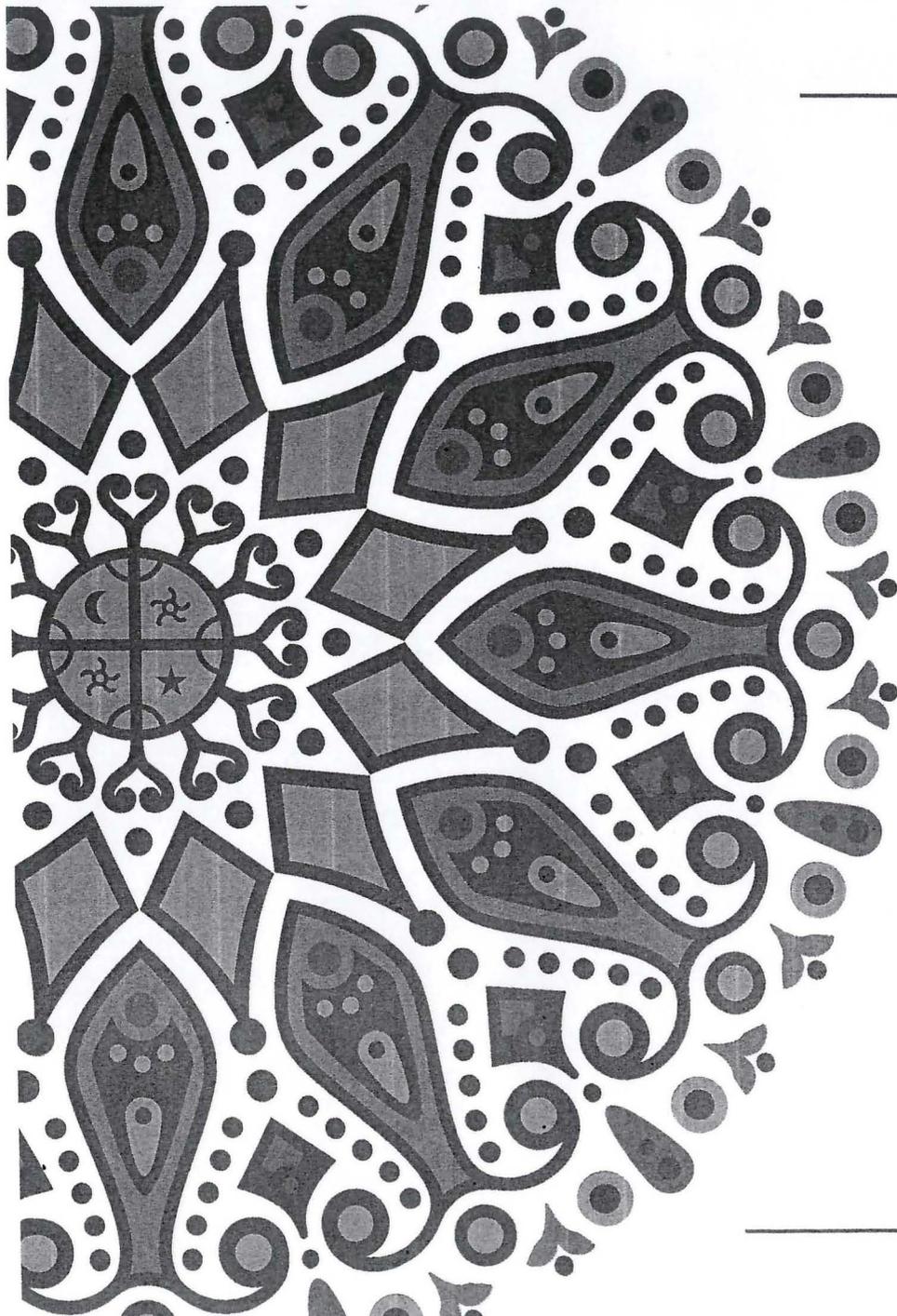
WINKUL
SABOR A MUNDO!

Salame
Prosciutto
Fuet

Charcutería

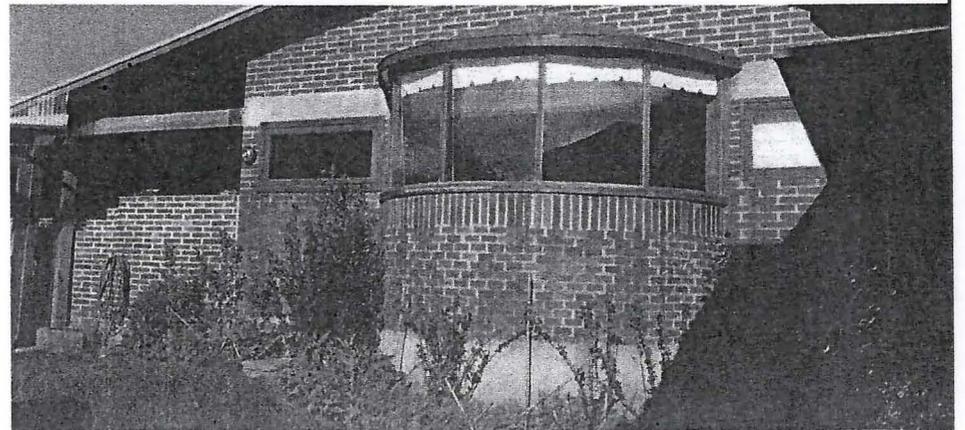
Recetas del mundo, reversionadas con
productos locales, todas ellas elaboradas
con la mejor carne seleccionada.
En presentación de sachets de 110grs.
y en cantidades y formatos a pedido.





WINKUL
SABOR A MUNDO!

Contáctanos y conoce nuestra exclusiva selección de productos, elaborados con el cuidado y la calma que solo da un entorno privilegiado: **Parador turístico El Sosiego.**



Para saber más
sobre las actividades
en El Sosiego:

**Parcela #45 E-2 La
Victoria, Vilcún**
+56 (9) 7460 6962
contacto@ecoabet.com

WINKUL

SABOR A MUNDO!

....