FORMULARIO PROYECTO FINAL
CONVOCATORIA NACIONAL DE PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO INNOVADOR
Jóvenes Innovadores 2020

Nombre iniciativa:	Yumi Sticks: Snack saludable de carne de vacuno en formato bastoncito. Come cuándo y dónde quieras
Código iniciativa:	PYT-2020-1382
Nombre Ejecutor:	Seka Meat Spa
Fecha versión del documento:	18 de noviembre de 2020

CONTENIDOS

1

1 POSTULANTE

En esta sección el postulante debe indicar sus antecedentes generales y los estudios alcanzados. El postulante será la contraparte técnica y financiera del proyecto, y además es quien debe asistir a la capacitación.

1.1 Indique los datos del postulante, quien será la contraparte técnica y financiera de FIA.

Nombre completo	Seka Meat Spa
RUT (con puntos y guión)	
Fecha de nacimiento (dd/mm/aaaa)	
Nacionalidad	Empresa Chilena
Celular (+569XXXXXXXX)	
Correo electrónico	
Dirección (calle y número)	
Comuna	Peñalolén
Región	Metropolitana
Género (masculino - femenino)	-
Etnia	-

1.2 Indique los estudios de pregrado. En caso de tener más de una carrera de pregrado, indicar la más actual.

Nombre institución	-
Nombre carrera	-
Tipo de institución educacional	-
¿Terminó sus estudios? (Sí/No)	-

1.3 Indique los estudios de postgrado. En caso de tener más de una carrera de postgrado, indicar la más actual.

Nombre institución	-
Nombre carrera	-
¿Terminó sus estudios? (Sí/No)	-

1.4 Describa brevemente sus capacidades, experiencia y participación en la propuesta.

Empresa fundada en 2017, con marca registrada y con fábrica propia en 2019 (40 m2 en Peñalolén).
La fábrica tiene todos los permisos sanitarios del Seremi de salud para operar, específicamente el de manipulación de carne.

Además cuenta con maquinaria específica para el tratamiento, curación, corte y envasado de la carne. Incluyendo máquina de envasado con atmósfera controlada y selladora al vacío, asi mismo tambien tiene utensilios comunes , lavamanos, cuchillos, mascarillas, alcohol gel, gorros, batas, etc.

La empresa cuenta con tracción comercial y de marca y cada vez está siendo más conocida en el mercado.

2 INTEGRANTES DEL EQUIPO

2.1 Indique los antecedentes generales de todos los integrantes del equipo.

INTEGRANTE 1	
Nombre completo	Yumiko Ashanti Chiba Johnson
RUT (con puntos y guión)	
Fecha de nacimiento (dd/mm/aaaa)	
Nacionalidad	Española y Zimbabwense
Celular (+569XXXXXXXX)	
Correo electrónico	
Estudios de pregrado y/o postgrado	Licenciada en Arquitectura
Describa brevemente las capacidades, experiencia y participación del **integrante 1** en la propuesta	
Experiencia y capacidades: Soy la gerente general de Seka Meat Spa, donde lancé el producto Yumi Yumi®, snack de carne de vacuno con ricos sabores, esto implicaba	

desde el registro de la marca, el desarrollo de producto (definición del proceso, aseguramiento de calidad e inocuidad y desarrollo de sabores). Además, lideré la puesta en marcha de la fábrica propia, desde el diseño arquitectónico hasta la obra estructural. Además de la obtención de una resolución sanitaria específica para la carne, obtuve el registro de la marca 'Chile' y el certificado 'Keto' por la Paleo Foundation de California. A nivel comercial he conseguido llevar la compañía a ventas acumuladas por más de 22 M CLP en más de 20 puntos de venta, incluido el eCommerce, la cual su creación también lideré. Aparte de esto, fui de las 19 proyectos calificados para el programa de Mujeres Para Chile de Walmart y me encuentro supervisando la implementación de HACCP en Seka Meat. No he invertido en prensa y me han entrevistado en diversos medios, desde CNN a revista Paula o la CAV.

Estoy capacitada para llevar esta compañía al siguiente nivel en la definición de este proyecto con la FIA. En este proyecto mi rol es el de jefe de calidad y manufactura, liderando lo relacionado a operación y desarrollo del nuevo producto Yumi Stick. Será la persona que tomará los cursos con la FIA y la persona responsable del proyecto.

INTEGRANTE 2	
Nombre completo	Jose Antonio Pascual del Valle
RUT (con puntos y guión)	
Fecha de nacimiento (dd/mm/aaaa)	
Nacionalidad	Española
Celular (+569XXXXXXXX)	
Correo electrónico	
Estudios de pregrado y/o postgrado	Grado en Administración y Dirección de Empresas
Describa brevemente las capacidades, experiencia y participación del integrante 2 en la propuesta	
Profesional 8 años de experiencia en innovación, emprendimiento y venture capital. Ha participado en diversos procesos de creación, desarrollo, escalamiento e internacionalización de startups y emprendimientos tecnológicos. Es un entusiasta del mundo startup y en la actualidad responsable de Wayra en Chile (el Hub de innovación abierta del grupo Telefónica) y director de las startups del portafolio de Wayra (Poliglota.org, Recorrido.cl, Rocketpin.com, UPlanner, etc).	

Los últimos 4 años se ha desempeñado como Head of Scouting & Venture Development de las empresas del portafolio de Wayra, siendo el director u observer y donde se ha dedicado a asesorar y ejecutar estrategias de financiamientos para las compañías. El rol que desempeña en el proyecto de la FIA es el jefe comercial, generando partnerships y alianzas para ampliar la capilaridad comercial y de distribución de Yumi Yumi® y su nuevo proyecto Yumi Stick.

INTEGRANTES 3	
Nombre completo	-
RUT (con puntos y guión)	-
Fecha de nacimiento (dd/mm/aaaa)	-
Nacionalidad	-
Celular (+569XXXXXXXX)	-
Correo electrónico	-
Estudios de pregrado y/o postgrado	-
Describa brevemente las capacidades, experiencia y participación del integrante 3 en la propuesta	
-	
INTEGRANTES 4	
Nombre completo	-
RUT (con puntos y guión)	-
Fecha de nacimiento (dd/mm/aaaa)	-
Nacionalidad	-
Celular (+569XXXXXXXX)	-
Correo electrónico	-
Estudios de pregrado y/o postgrado	-
Describa brevemente las capacidades, experiencia y participación del integrante 4 en la propuesta	
-	

2.2 Indique qué han hecho juntos como equipo (postulante e integrantes del equipo), y por qué son capaces de llevar a cabo este proyecto. (Máximo 500 caracteres).

Somos un buen tándem porque estamos en continua comunicación y colaboración (casados hace 7 años). Jose, experiencia en Venture Capital y director en startups, lleva el área comercial y distribución con nuevos partners. Yumiko se centra en la operación, marketing y administración. Además, el padre de Jose dirige un secadero de cerdo ibérico en Huelva, España. Él enseñó a Yumiko y a Jose a gestionar toda la cadena de proceso del cerdo ibérico gourmet, ese know/how lo aplicaron a Seka Meat Spa.

3 ASOCIADOS

3.1 Indique los asociados de la propuesta los cuales contribuirán directamente y/o se verán directamente beneficiados con el desarrollo del proyecto.

ASOCIADO 1	
Nombre completo / Razón social	-
Actividad / Giro / Profesión u ocupación	-
RUT (con puntos y guión)	-
Teléfono de contacto (+569XXXXXXXX)	-
Correo electrónico	-
Describa brevemente la experiencia, vinculación, y el rol del **asociado 1** en la propuesta.	
No aplica	

ASOCIADO 2	
Nombre completo / Razón social	-
Actividad / Giro / Profesión u ocupación	-
RUT (con puntos y guión)	-
Teléfono de contacto (+569XXXXXXXX)	-
Correo electrónico	-
Describa brevemente la experiencia, vinculación, y el rol del **asociado 2** en la propuesta.	
No aplica	

ASOCIADO 3	
Nombre completo / Razón social	-
Actividad / Giro / Profesión u ocupación	-
RUT (con puntos y guión)	-
Teléfono de contacto (+569XXXXXXXX)	-
Correo electrónico	-
Describa brevemente la experiencia, vinculación, y el rol del **asociado 3** en la propuesta.	
No aplica	

4 FICHA RESUMEN PROYECTO

4.1 Nombre del proyecto

Yumi Sticks: Snack saludable de carne de vacuno en formato bastoncito. Come cuándo y dónde quieras.

4.2 Sintetizar con claridad el problema y/u oportunidad, solución innovadora, objetivos y resultados esperados del proyecto. (1.500 caracteres)

Yumi Stick es un snack saludable de carne de vacuno de libre pastoreo, en forma de bastoncito madurado, suave al masticar y rico en proteínas con sabores reconocibles a determinar en el proyecto.

Nace como alternativa de snack saludable (sin azúcares, bajo en carbohidratos), muy en la tendencia de las dietas keto o cetogénicas.

Llévalo en la mano y come mientras trabajas, andas o ves la tele. Yumi Stick es extremadamente conveniente, no mancha, no huele y te aporta proteínas y energía en tu día a día.

Este tipo de productos son muy conocido en USA bajo el nombre de Beef sticks, donde marcas como ‘Slim Jims’ o ‘Jack Links producen toneladas anualmente.

Partimos de un prototipo de baja resolución que se convertirá en un PMV para poder validar técnicamente su escalabilidad comercial. Esto lo haremos con maquinaria y procesos específicos para este nuevo producto.

Con esto conseguiremos generar alternativas divertidas de snacks saludables, ricos en proteínas, sin azúcares y bajo en carbohidratos, siendo fáciles de comer donde quieras.

El objetivo general es crear y desarrollar un nuevo producto para el mercado chileno, llamado Yumi Stick, un snack de carne de vacuno madurada con la textura y forma de un bastoncito de carne.

4.3 Indique con qué desafío estratégico de FIA se alinea el proyecto (ver bases).

Eficiencia hídrica y adaptación al cambio climático	
Desarrollo de mercados innovadores	X Desarrollo de mercados innovadores: Contribuir al desarrollo y adopción de innovaciones que creen o expandan mercados altamente diferenciados, que utilicen atributos distintivos del sector silvoagropecuario y/o la cadena agroalimentaria asociada y que aumenten el valor agregado de la producción nacional.
Innovar en procesos	
Otros (especifique)	

4.4 Indique el sector y subsector en que se enmarca el proyecto.

Sector	Alimentación
Subsector	Snacks (Saludables)

4.5 Lugar donde se llevará a cabo el proyecto (Región, provincia, comuna).

Región (s)	Región Metropolitana
Provincia (s)	Santiago
Comuna (s)	Peñalolén

4.6 Tiempo de duración del proyecto.

Fecha inicio (dd/mm/aaaa)	1/12/2020
Fecha término (dd/mm/aaaa)	31/03/2022
Duración (meses)	16

5 PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD

5.1 ¿Cuál es el problema y/u oportunidad vinculado con el sector silvoagropecuario nacional y/o la cadena agroalimentaria que da origen al proyecto. En caso de que el problema/oportunidad identificado esté vinculado con: alguna Estrategia Regional de Innovación (ERI), Estrategia Regional de Desarrollo (ERD), Política Regional en Ciencia Tecnología e Innovación, Agenda FIA, Comisión Nacional vinculada a ODEPA y/u otros documentos/instancias estratégicas, señálelo en este punto. (Máximo 3.000 caracteres).

Creamos Yumi.cl para atacar el problema de la obesidad desde los hábitos alimenticios. Ofrecer 'Healthy snacks' para competir con el 'junk food'.

Según Euromonitor International, Tendencias del 'Junk food ' en Latino America 2017, los chilenos comimos 18.9 kg al año de 'junk food', especialmente tortas, papas fritas, barras de cereales (altas en azúcares) y chocolates/galletas.

Chile tiene un alarmante 34.4 % de obesidad de adulto chilenos. Fuente: "OECD Public reviews of Health: Chile, 2019"

Por otro lado, Chile consume 83 kg de carne per cápita al año. Fuente: Informes de la FAO en OurWorldinData.org

La gente no va a dejar de 'snackear', pero si puede 'snackear' saludable.

En Yumi el 2018 lanzamos Yumi Yumi. Finas tiras de vacuno curadas con sabores como el Merkén, Canela y cúrcuma, Limón de pica o Ajo y Jengibre. No es charqui.

Yumi Yumi es caro, porque es vacuno de libre pastoreo y porque desechamos el 25% de la carne por ser despunte (carne que no queremos en el producto final)

El desafío es crear un producto nuevo, Yumi Sticks, una 'salchicha seca'. En USA/Canada le llaman 'Beef Sticks'. Para un consumidor más económico y masivo. Dándole valor agregado a ese 25% de despunte.

Esto es un claro ejemplo de un nuevo producto de alto valor agregado, lo que era un descarte ahora genera ahorros y nuevos ingresos.

Según la revista 'Meat Packing Journal', edición de Octubre de 2017, el mercado de Meat Snacks está preparado para explotar.

Este crecimiento, viene dado por dos grandes tendencias.

La primera es que los almuerzos de la fuerza laboral son cada vez más pequeños, con más snacks entre horas, debido al ritmo de trabajo, es decir, comer más veces pero menos cantidad. Específicamente, los meat snacks al ser altos en proteínas son ideales para completar tu dosis diaria de proteína.

En segundo lugar cada vez más inclusión de la mujer en la vida laboral. Para ello, las marcas de 'meat snacks' en USA están sacando sabores más suaves, orientados al público femenino y aumentando el mercado haciendo que la mujer representa el 50% de los consumidores, en un mercado históricamente dominado por los hombres.

El mercado Meat Snack está explotando en USA y en Latam hay pocos preparados para tomar la oportunidad.

Vivimos en Santiago y la mayoría de los clientes son del sector nororiente.

De tal forma, apostamos por la interregionalidad, la cual está dentro de la Estrategia de Desarrollo Regional de Región Metropolitana.

Apostamos por llevar productos con valor añadido de regiones a Santiago, conectando ambos polos, haciendo ver que en Chile hay materia prima que puede seguir explotándose sacando nuevos productos y servicios de valor agregado todavía desconocidos, que son además competitivos y diferenciales respecto a los competidores USA y usando carne local.

5.2 ¿Quiénes y cómo se ven afectados y/o involucrados directamente por el problema y/u oportunidad identificado? Cuantifique e indique las fuentes de información bibliográfica u otros que lo respalden. (Máximo 3.000 caracteres).

Según la revista Meat Packing Journal (MPJ), edición Julio 2016, en el 2007, solo 4 compañías tenían el 87% del mercado de los 'Meat Snacks'. Hoy en día hay miles de nuevas compañías de snacks de carne. Esto es debido a que ya no existen barreras de entrada para ser distribuidos a lo largo de USA y demostrando que es un mercado de alto potencial de crecimiento.

Este mismo medio, MPJ, asegura que los expertos del sector cárnico comparan el fenómeno de los meat snacks con lo sucedido con las cervezas artesanales en USA, una explosión de marcas haciendo que el consumidor tenga mayor variedad llegando a más mercados y gustos.

Mención especial es el caso de Epic Bars, compañía Meat Snacks de 3 años de vida que fue vendida al gigante corporativo General Mills en 2016 por 100 M USD. Fuente: Inc Magazine, Noviembre de 2018, Tom Foster.

En cuanto las empresas USA y Europeas encuentren ralentizando su crecimiento en unos años mirarán a otros mercados como Brasil, Argentina, Uruguay y Chile, quienes son los 4 países que más comen carne de la zona.

La oportunidad de cambiar como 'snackeamos' a formas más saludables, le afecta a todo latino americano, según los informes de perspectivas agrarias de 2016 de la OCDE-FAO, le afecta especialmente al 60% que tiene sobrepeso y al 25% que sufre de obesidad, independientemente de la clase social. Nos afecta a todos nosotros.

En Seka Meat, pensamos que nuestra relación con la comida está cambiando fundamentalmente. El delivery, el ritmo de vida agitado, la irrupción de nuevas tecnologías...hace que conectemos con la alimentación de forma diferente.

Uno de estos mayores cambios es como entendemos a los snacks.

Según el informe de Truly Good Foods de 2017, 92% de los adultos de USA ha tomado un snack en las últimas 24 horas. En Chile y Latino America no es diferente.

Somos testigos de una tendencia global de la forma en que se miran a los snacks, más como 'micro-comidas' que como 'históricamente' snacks.

Según el estudio hecho por Mondelez International: "First-ever State of Snacking™ report" de 2019, afirma que 6 de cada 10 adultos a nivel mundial prefiere comer snacks a sentarse a comer un largo almuerzo o cena. Esto es más pronunciado entre Millennials, donde son 7 de cada 10 los que prefieren 'snackear' antes que sentarse a almorzar o cenar.

Hay un riesgo en que los latinoamericanos sigamos alimentándonos de mala manera.

Seguir comiendo alimentos azucarados, altos en carbohidratos y grasas procesadas nos ha llevado a tener hábitos de alimentación que no conectan con nuestro cuerpo. Haciéndonos cada vez más sedentarios y con menos ganas de dejar de serlo.

En conclusión, pensamos que como emprendedores existe una oportunidad masiva de llevar snacks nutritivos que ayuden a reemplazar los almuerzos y comidas para así cuidarnos mejor.

6 SOLUCIÓN INNOVADORA

6.1 ¿Cuál es la solución innovadora que se pretende desarrollar en este proyecto para abordar el problema y/u oportunidad identificada? (Máximo 3.000 caracteres).

Yumi Stick es un snack saludable de carne de vacuno de libre pastoreo, en forma de bastoncito madurado, suave al masticar y rico en proteínas con sabores reconocibles a determinar en el proyecto.

Nace como alternativa de snack saludable (sin azúcares, bajo en carbohidratos), muy en la tendencia de las dietas keto o cetogénicas.

Llévalo en la mano y come mientras trabajas, andas o ves la tele. Yumi Stick es extremadamente conveniente, no mancha, no huele y te aporta proteínas y energía en tu día a día.

Este formato es muy conocido en USA/Canada como 'Beef Stick'. Allá, marcas como ‘Slim Jims’ o ‘Jack Links producen toneladas anualmente.

Estos 'beef sticks' se hacen con el despunte de la carne de otro producto más premium. Este producto más gourmet se llama en USA/Canada ‘Beef Jerky’ y en Sudáfrica ‘Biltong’.

Yumi Yumi® fue el primer snack de carne con el que empezamos la empresa, bajo la técnica sudafricana ‘Biltong’ pero con sabores Chilenos (merkén, limón de pica...etc).

Usamos para hacer Yumi Yumi® carne magra, de esto el 25% lo desechamos por tener grasa y algunos nervios que retiramos, lo que nos genera una gran pérdida y el encarecimiento del propio producto.

YumiStick será un ‘Beef Stick’, muy coste eficiente, con un precio de mercado asequible, envasado en pequeños paquetes para poder consumirse donde se quiera: oficina, auto, parques, montaña, gimnasio o clase.

YumiStick no tendrá sellos y será una alternativa saludable.

El precio será definido en los tests que realizaremos en este proyecto FIA, pero pensamos que debería estar en el rango de 1.000 a 1.500 clp por ración, entrando dentro de los rangos de las barritas de cereales unitarias altas en proteínas. Calculamos que podemos obtener un margen bruto unitario superior al 60% al distribuidor (emporios, gimnasios, tiendas de conveniencia tipo Oxxo, Ok Market, etc)

6.2 ¿Qué soluciones se han realizado recientemente a nivel nacional e internacional que actualmente resuelven o intentan resolver el problema y/o aprovechar la oportunidad identificada (estado del arte)? Indique las fuentes de información bibliográfica u otros que lo respalden. (Máximo 2.000 caracteres)

Los Meat Sticks, pertenecen a la vertical de 'Meat Snacks' o snacks de carne, reconocida especialmente en USA, Canadá, Europa y Sudáfrica.

Solo en Chile hay 4 marcas muy pequeñas pero sólidas de snacks de carne que no son charqui. Estos 4 alternativos llevan menos de 3 ó 4 años en el mercado. Todas las alternativas a Yumi cocinan la carne haciendo que la textura no sea agradable (muy dura o seca).

Estas alternativas son: La Lobería, 'MeatSnack', Cherky y Carnes Manada. Las tres cocinan la carne haciendo que sean duras y difíciles de masticar (especialmente Cherky). Nuestro snack gourmet Yumi Yumi es curado, no cocinado y es muy agradable al masticar.

A continuación sólo mencionaré los que hacen Meat Sticks, la nueva categoría a introducir, ya sea de ave, cerdo o vacuno.

En Chile, hoy en día no hay un producto igual que el nuestro, es decir, Yumi Stick será único en su categoría.

Lo más parecido, es el producto de PF llamado 'Salamini', que consiste en 4 bastoncitos de carne, pero ahumada y de cerdo. 'Salamini' es muy empalagoso, tiene mucha grasa y el corte es muy procesado, saciando rápidamente y no queriendo seguir comiendo.

En segundo lugar, la empresa Carnes Manada, sacó un snack de carne de vacuno de carne mezclada con 'cranberry', dando una pasta de sabor dulzón con poca aceptación en el mercado. Si bien, no es un stick, puede ser el primer intento en sacar carne de vacuno en un formato no fileteado.

En España, también de carne de cerdo, están los Snack'in de Campofrío. Como empresa, Campofrío es muy parecido a PF o Supercerdo en Chile. Sus snacks son muy buenos, la textura, el sabor y el formato hace que tengan mucho éxito entre los snacks españoles. Se centran en cerdo y pavo. Estos productos son ahumados/cocinados.

Las marcas más representativas son Slim Jim's y Jack Link's. Ambas son grandes compañías que se centran en snacks de carne generalmente 'smoked' (ahumado), percibidas como marcas poco saludables por la cantidad químicos.

En Sudáfrica, nuestro referente en calidad de producto es 'Cape Deli', muy artesanal.

6.3 Según lo indicado anteriormente, ¿En qué se diferencia la solución innovadora propuesta con las otras soluciones anteriormente identificadas (pregunta 6.2)?. (Máximo 3.000 caracteres)

La novedad viene en la técnica usada para crear un nuevo producto y la oportunidad está en la región latino americana.

A nivel de producto, los snacks de carne son consumidos en formato ‘chips’, pequeñas unidades siendo consumidas una a una. Para esto tienes que usar las dos manos.

El nuevo formato que diseñamos (YumiStick) se podría comparar al cambio de formato de barritas, es decir, comer semillas, granolas o cereales solos, mezclándolo con siropes para generar consistencia y transformándose al formato de las barritas de cereales.

Esta transición desbloqueó un mercado enorme de alimentación entre horas de comida.

Nosotros llevamos esa transición de formato al ámbito de la carne, en forma de bastoncito.

A nivel de mercado, hoy en Chile y Latam no hay ‘Beef Sticks’ como categoría.

El primer caso de ‘stick’ viene por parte de PF, usando carne de cerdo y salió entre 2018 y 2019.

Pensamos que es una categoría (la de sticks) que va a crecer y nosotros seremos los primeros en la categoría vacuno en la región Latino América.

Nuestra propuesta agrega valor porque permite que las personas coman snacks saludables de carne en diferentes momentos y espacios del día.

Generalmente, para comer snacks se usan dos manos, esto es porque la mayoría de snacks se componen por el alimento en si y su packaging. Se extrae el alimento con una mano y la otra sostiene la bolsa. Esto lo vemos en el maní, galletas, papas fritas y en nuestro snack de carne Yumi Yumi.

Este nuevo formato YumiStick, al igual que las barritas de cereales, libera una mano. Amplía las situaciones de uso y es mucho más conveniente.

Por otro lado, los Meat Sticks no ensucian, porque son compactos y no tienen migas que caigan. Como si le sucede a las papas fritas, barritas de cereales o galletas y frutas. Esto lo hace muy cómodo y permite ser comido mientras trabajas.

Además, tampoco mancha ni te deja las manos sucias. Generalmente en las barritas de cereales te queda un rastro pegajoso, debido al sirope que compacta la granola, en el caso de las frutas se te queda el olor a la naranja o a la manzana, y en el caso de los snacks como papas fritas o galletas se quedan los dedos algo aceitosos.

Todo esto parece algo sutil pero es una ventaja competitiva que mencionan los usuarios: la extrema conveniencia de su caso de uso.

En resumen, Yumi Stick tendrá estas características:

1. Lo puedes comer fácilmente cuando y donde quieras
2. No ensucia,
3. Es económico,
4. Es de vacuno de libre pastoreo
5. No necesita refrigeración y dura un año y se recomienda comer hasta tres días después de abierto el envase.
6. Saborizados
7. Es saludable: No tiene azúcar y es bajo en carbohidratos

6.4 Indique antecedentes que permitan determinar la factibilidad técnica y comercial para desarrollar la solución innovadora. (Máximo 3.000 caracteres)

La empresa tiene 3 años en el mercado y un crecimiento del 15% mes a mes en ventas desde la pandemia.

Infraestructura:
Online: Pág Web con eCommerce interno, presencia en Instagram y Facebook.
Física: Fabrica propia de 40 m2 en Peñalolén.
Seremi de salud específico para manipulación de carne (difícil de conseguir)
Maquinaria específica para el tratamiento, curación, corte y envasado de la carne.
Incluyendo máquina de envasado con atmósfera controlada y selladora al vacío.
Maquinaria general como utensilios, lavamanos, cuchillos, etc.
Útiles de higiene para garantizar Seremi de Salud: Mascarillas, alcohol gel, gorros, batas, etc.

Seka Meat seleccionada como proyecto Mujeres Empresarias de Walmart

Recursos financieros:
Más de 18 meses de caja, asumiendo que no hay ventas por la crisis del COVID.
Proximidad por parte de Jose Pascual para contactar con inversionistas debido a su network profesional.

Servicios con los que cuenta:
Pool de Auxiliares de operaciones: Contratados por boleta a cortadoras según necesidad.
Pool de asisitentes comerciales, candidatos para incorporarse a la empresa en Junio.

Logística: externalizado el reparto por Wareclouds y Rappi.
Análisis e Ingeniería de alimentos
Excelente relación con ingenieros de alimentos con certificación HACCP
Cercanía con CECTA de la USACH para análisis microbiológicos y gestión de la calidad

Certificado de 1 año de duración de producto Yumi Yumi (los competidores informales no lo tienen de más de 6 meses)

Intangible:
Marca registrada
Marca Chile
Certificación KETO por la fundación Ceto en California.
Menciones en prensa: La CAV, Revista Paula, Mas Deco, Economía y negocios, etc.

6.5 De acuerdo a lo anterior, indique el tipo de innovación que se pretende desarrollar:

Innovación en producto/servicio	
Innovación en procesos	
Ambas	x

7 ESTADO DE AVANCE DEL PROYECTO

7.1 ¿Cuál es el estado de avance de su proyecto y los principales resultados que se han obtenido hasta la fecha? (Máximo 1.500 caracteres).

Hicimos 2 líneas de prototipos de baja resolución en diferentes ocasiones.

El output final fue una salchicha deshidratada comestible. Como un bastoncito de carne.

Para ello compramos maquinaria manual para hacer salchichas.

Mezclamos los despuntes más frescos que teníamos del último lote fabricado de Yumi Yumi y trituramos la carne mezclándola con especias: merkén por un lado y ajo, jengibre y pimienta negra por otro.

Usamos una piel sintética de colágeno comestible de 1.7 cm de diámetro.

Después, secamos en un secador industrial durante 5 días para que diera la consistencia típica de la técnica usada.
Este secador industrial es el mismo que usamos para secar Yumi Yumi.

El problema es que no se puede secar el Yumi Yumi® al mismo tiempo que el YumiStick.

Cada batch nos daba más de 50 barritas. Un 30% las descartábamos por forma y sabor (muy especiada o nada especiada).
Repetimos este proceso modificando las fórmula y la consistencia de la carne (trozos de mayor o menor tamaño, más o menos especiado, más tiempo de mezcla entre ambas, etc).

Repartimos estas barritas entre clientes fieles y amigos y nos dieron feedback.

La mayoría fue super positivo en textura y sabor al masticarlo, destacaban el poder comerlo como una barrita, con una mano, mientras trabajaban o andaban. Pero todos avisaban de ser muy irregular en textura, forma y sabor.

La propensión al precio era muy variable, teníamos clientes que querían pagar más por esto que por el Yumi Yumi®.

7.2 Indique en qué etapa de desarrollo se encuentra su proyecto;

Nivel	Marque con una X
TRL 1 – Principios básicos observados y reportados/ idea básica	
TRL 2 – Concepto y/o aplicación tecnológica formulada	
TRL 3 – Función crítica analítica y experimental y/o prueba de concepto característica	X
TRL 4 – Validación de componente y/o disposición de los mismos en entorno de laboratorio	
TRL 5 – Validación de componente y/o disposición de los mismos en un entorno relevante	
TRL 6 – Modelo de sistema o subsistema o demostración de prototipo en un entorno relevante	
TRL 7 – Demostración de prototipo en entorno real	
TRL 8 - Sistema completo y certificado a través de pruebas y demostraciones	
TRL 9 - Sistema probado con éxito en entorno real	
Ninguna	

7.3 ¿Esta postulación nace o se vincula con otra iniciativa en ejecución o ya ejecutada? En caso afirmativo, indicar:

Nombre iniciativa	Yumi Yumi
Nombre de la institución que la financió	Seka Meat Spa
Año de inicio	2019
Indique los principales resultados obtenidos hasta la fecha y en qué se diferencia este proyecto:	El snack que ya fabricamos (Yumi Yumi®) son finas láminas de vacuno saborizadas. Es una técnica diferente, también de Sudáfrica pero la textura es suave, laminada y más parecida al jamón serrano o prosciutto italiano. Este snack tiene un precio de venta de 2.000 clp al consumidor final.

8 MODELO DE NEGOCIOS

8.1 Describa y cuantifique el mercado potencial de la solución innovadora obtenida como resultado del proyecto. (Máximo 2.000 caracteres).

El mercado es el de los Fast Moving Consumers Good, en su vertical de snacks y el nicho de snacks de carne, altos en proteínas.

Según ReportLinker, los snacks de carne globalmente crecieron 5.96% desde 2012 a 2017 llegando a los 5.3 B USD en ingresos y se espera, según la consultora Mordor Intelligence que crezcan a un 9% en el periodo 2019 a 2025.

Según la revista Meat Packing Journal (MPJ), edición Julio 2016, en el 2007, solo 4 compañías tenían el 87% del mercado de los 'Meat Snacks'. Hoy en día hay miles de nuevas compañías de snacks de carne. Esto es debido a que ya no existen barreras de entrada para ser distribuidos a lo largo de USA y demostrando que es un mercado de alto potencial de crecimiento.

Este mismo medio, MPJ, asegura que los expertos del sector cárnico comparan el fenómeno de los meat snacks con lo sucedido con las cervezas artesanales en USA, una explosión de marcas haciendo que el consumidor tenga mayor variedad llegando a más mercados y gustos.

Mención especial es el caso de Epic Bars, compañía Meat Snacks de 3 años de vida que fue vendida al gigante corporativo General Mills en 2016 por 100 M USD. Fuente: Inc Magazine, Noviembre de 2018, Tom Foster.

En cuanto las empresas USA y Europeas encuentren ralentizando su crecimiento en unos años mirarán a otros mercados como Brasil, Argentina, Uruguay y Chile, quienes son los 4 países que más comen carne de la zona.

Estamos en el mercado y momento correcto.

8.2 Describa y cuantifique los clientes/usuarios potenciales que tendrán motivos para comprar/utilizar la solución innovadora obtenida como resultado del proyecto. (Máximo 2.000 caracteres).

Cliente objetivo:

Renta mensual 0.9-3.5 M CLP
vive o trabaja en Sector Nororiente,
50/50 hombres y mujeres,
30-50 años
preocupados por comprar snacks saludables para la familia.

YumiStick está orientado para aquellos que les parece caro Yumi Yumi o no nos consumen tan seguido.

Aquí se contempla el ampliar los rangos de edad, con foco en los jóvenes, 18/30 años, más activos en lo deportivo (trekking, outdoors, gimnasio).

Vendemos especialmente por tiendas gourmet o emporios, con más de 20 puntos de venta en Santiago y negociando la entrada en UPA, OXXO y OkMarket, donde ya están otros 'Meat Snack' como Cherky.

Creemos que con este nuevo snack representará un 20% de nuestra venta en 12 meses.

8.3 Detalle de qué manera la solución innovadora satisface la necesidad y/u oportunidad para los clientes/usuarios (propuesta de valor). (Máximo 2.000 caracteres).

Nuestra propuesta agrega valor porque permite que las personas coman snacks saludables de carne en diferentes momentos y espacios del día.

Generalmente, para comer snacks se usan dos manos, esto es porque la mayoría de snacks se componen por el alimento en sí y su packaging. Se extrae el alimento con una mano y la otra sostiene la bolsa. Esto lo vemos en el maní, galletas, papas fritas y en nuestro snack de carne Yumi Yumi®.

Este nuevo formato Yumi Stick, al igual que las barritas de cereales, libera una mano.

Por otro lado, los Meat Sticks no ensucian, porque son compactos y no tienen migas que caigan. Como si le sucede a las papas fritas, barritas de cereales o galletas y frutas. Esto lo hace muy cómodo y permite ser comido mientras trabajas.

Además, tampoco mancha ni te deja las manos sucias. Generalmente en las barritas de cereales te queda un rastro pegajoso, debido al sirope que compacta la granola, en el caso de las frutas se te queda el olor a la naranja o a la manzana, y en el caso de los snacks como papas fritas o galletas se quedan los dedos algo aceitosos.

Todo esto parece algo sutil pero es una ventaja competitiva que mencionan los usuarios: la extrema conveniencia de su caso de uso.

En resumen: lo puedes comer fácilmente, no ensucia, es económico, es conveniente, no abulta nada, lo puedes llevar en el bolsillo y comer cuando quieras, sabe a los sabores que ya conoces y está muy rico.

8.4 Describa cómo se generarán los ingresos a partir del negocio generado. (Máximo 2.000 caracteres).

Lo interesante de crear este nuevo producto Yumi Stick es que podemos usar carne de despunte que descartamos para hacer nuestro producto Yumi Yumi, de tal manera que podremos bajar el coste de Yumi Yumi®, al no imputarle esa pérdida.

Esto nos permitirá bajar el precio de Yumi Yumi de 2.000 a 1.750, que es el precio de los competidores bien posicionados en Oxxo como las marcas Cherky o SnackMeat.

Al bajar el coste de Yumi Yumi®, aumentaremos su consumo al ser más asequible y podremos lanzar Yumi Stick para consumidores que no quieren gastarse tanto o que quieren consumir más a mejor precio.

En resumen, lanzar Yumi Stick genera ahorro y doble ingreso a la compañía.

9 PLAN DE TRABAJO

9.1 Indique el objetivo general del proyecto.[1]

Crear y desarrollar un nuevo producto en el mercado chileno, llamado Yumi Stick, un snack de carne de vacuno nacional de libre pastoreo, madurada y forma de un bastoncito de carne con sabores.

9.2 Indique los objetivos específicos, resultados esperados y la metodología según corresponda[2].

Indique el objetivo específico[3] N°1				
Generar la receta del prototipo de Yumi Stick,				
Resultados esperados[4] (RE) que se espera conseguir para validar el cumplimiento del objetivo específico N°1	**Indicador de resultado[5]**	**Línea base indicador[6]**	**Meta del indicador[7]**	**Fecha de alcance del RE** (mes)
1. Recetas diferentes de Yumi Stick, cada una con características diferentes:.	Formulación de ingredientes y recetas de Yumi Stick	1	8	Febrero 2021

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

[2] Señale un máximo de 5 objetivos específicos asociados al objetivo general de su propuesta. Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general de la propuesta. Cada objetivo específico debe conducir a un resultado esperado los cuales deben ser cuantificables y verificables. Debe indicar la metodología que utilizará para llegar a los objetivos propuestos. Considerar los principales procedimientos que se van a utilizar, como tipo de análisis, equipamiento, productos, ensayos, técnicas, tecnologías, manejo productivo, entre otros.

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

[4] Considerar que el conjunto de **resultados esperados** (RE) debe dar cuenta del logro del objetivo general de la propuesta. Un objetivo específico puede requerir del logro de uno o más resultados esperados para asegurar y verificar su cumplimiento.

[5] Definir qué se medirá para cada resultado esperado. Corresponde a unidades, elementos o características que nos permiten medir aspectos cuantitativos o cualitativos. Siempre deben ser cuantificables, verificables, relevantes, concretos y asociados a un plazo. Existen indicadores de eficiencia, eficacia, calidad, productividad, rentabilidad, comercialización, sustentabilidad, sostenibilidad (medioambiental), organizacional, cultural, de difusión, etc.

[6] La **línea base** corresponde a un valor cuantificado al inicio del proyecto, en la unidad definida en el indicador de resultado. La línea base debe corresponder al valor actual del sector productivo a nivel comercial. Si no existe línea base para el nuevo producto/servicio se deberá considerar el valor a nivel comercial de productos/servicios de la competencia.

[7] La **meta** del indicador debe cuantificar la agregación del valor del producto/servicio reportado en la línea base.

2. Haber probado las 8 recetas con sticks	Fabricación de 8 recetas diferentes	1	8	Febrero 2021
3. Selección de las cuatro primeras recetas.	Selección de recetas	8	4	Marzo 2021
4. Se hará una encuesta con 100 clientes potenciales de la empresa para seleccionar la receta que se llevará a producción	Una encuesta que recopila la receta mejor valorada	0	100	Junio 2021
5. Se harán exámenes microbiológicos y de vida útil de las recetas seleccionadas. (Esto puede tardar dos meses)	Exámenes microbiológicos y de vida útil	0	1	Julio 2021
6. Selección en base a razones económicas de la receta que se llevará a producción	Selección de receta	4	1	Julio 2021

Describa el método para cumplir el objetivo específico N°1:
Indique y describa detalladamente cómo logrará el cumplimiento de este objetivo específico. Considerar todos los procedimientos que se van a utilizar, como tipo de análisis, equipamiento, productos, ensayos, técnicas, tecnologías, manejo productivo, entre otros.

Por ahora no es necesario el trabajar con carne de libre pastoreo del sur, no obstante procuraremos el poder hacer las pruebas con este tipo de carne para sacar las 8 recetas. No obstante, podríamos usar carne de menor calidad para poder ser más ágiles en este objetivo específico.

Aquí compraremos carne molida de estos proveedores para poder prototipar en los siguientes pasos.

Después vamos a identificar los ingredientes que se necesitan para los Yumi Sticks. Los ingredientes (aparte de la carne) son la sal, vinagre de manzana y resto de condimentos deseados (merkén, ajo, jengibre, etc, esto es un paso posterior pero ya tenemos a los proveedores acordados dado que son los mismos con los que trabajamos para el otro snack (Etnia Gourmet, por ejemplo.)

Una vez obtenido los 8 lotes diferentes, haremos un primer filtrado interno donde decidiremos que 4 recetas de las 8 creadas deberían ser evaluadas por nuestros clientes.

Las razones para elegir serán bajo punto de vista económico (costes de la materia productiva, tiempos de procesado)

En este caso el sabor será el mismo para todos, dado que la especia a usar no modifica el proceso.

Después, se mandarán a 100 potenciales clientes (previo aviso), los 4 bastoncitos, uno por cada sabor y en encuesta privada con cada uno nos darán su opinión y valoración del snack.

El bastoncito será de tamaño y peso igual para cada receta y cliente. Apróx. 12/15 cm de largo.

Las variables que los consumidores testeando serán

1. Sabor
2. Textura en la mano
3. Experiencia al masticar
4. Olor
5. Aspecto Visual
6. Valoración General

De este proceso se espera tener una fórmula ganadora.

Los requisitos que serán tenidos en cuenta será:
1. Aceptabilidad de los clientes.
2. Costo eficiencia (precio del casing y precio de la carne a incorporar).

Idealmente se debería escoger la receta más económica que mayor valoración ha tenido por parte del público en la encuesta.

Por último, esta receta se le harán análisis microbiológicos y de vida útil.

Indique el objetivo específico N°2				
Resultados esperados (RE) que se espera conseguir para validar el cumplimiento del objetivo específico N°2	**Indicador de resultado**	**Línea base indicador**	**Meta del indicador**	**Fecha de alcance del RE** (mes)
2.1 Fabricar un lote de producción de Yumi Stick en base a la receta ganadora al 25% de la capacidad del Horno	Capacidad del Horno	0	1/4	Julio 2021
2.2 Fabricar un lote de producción de Yumi Stick en base a la receta ganadora al 100% de la capacidad del Horno	Capacidad del horno	1/4	1	Agosto 2021
2.3 Usar la mayoría del despunte desechado del producto Yumi Yumi	Capacidad del horno	0	95%	Agosto 2021
2.4 Documentar el proceso de producción de los Yumi Sticks	Informe de Diseño del proceso	0	1	Julio 2021
2.5 Analizar económicamente cuánto cuesta un lote de Yumi Stick (costos)	Análisis de costes de un lote	0	1	Julio 2021
2.6 Estar certificados HACCP (esto habilita el entrar en grandes plataformas y confirma que la operación está OK)	Certificación HACCP	0	1	Noviembre 2021
Describa el método para cumplir el objetivo específico N°2: Indique y describa detalladamente cómo logrará el cumplimiento de este objetivo específico. Considerar todos los procedimientos que se van a utilizar, como tipo de análisis, equipamiento, productos, ensayos, técnicas, tecnologías, manejo productivo, entre otros.				
A grandes rasgos, el proceso consta de las siguientes partes: mezcla , cortado y especiado de las carnes a usar en un tambor para después pasar a ser dispuestas en el envoltorio (‘casing’) a través de un tubo a presión que fuerza a la carne a entrar en el envoltorio para después ser colgado en el secadero.				

Aquí definiremos qué maquinaria nueva necesitamos incluir en el proceso. Hoy en día las máquinas que tenemos son manuales, muy lentas y costosas de operar.

Una vez incorporada la maquinaria al proceso, usaremos la receta que elegimos como ganadora, haremos un primer test del proceso, calculando llenar el 25% de la capacidad del horno.

Estudiaremos si la calidad del producto es homogénea entre ellos y de ser así, haremos el proceso con la totalidad de la capacidad del horno secador, apróx. 100 kilos de producto inicial (con una merma del 40/50 % por el propio proceso de secado). De no ser así, repetiremos a 1 cuarto de la capacidad modificando el diseño del proceso.

El haber conseguido la capacidad total del horno, implica el haber usado el 95% del despunte del producto Yumi Yumi ese mes.
Para este proceso es necesario tener una persona en operaciones que ayude a tiempo parcial a toda la gestión del proceso (preparación de la carne, empaquetado, limpieza de la maquinaria, etc).

El empaquetado es manual y lo hará la asistente de operaciones, para esto ya tenemos maquinaria que envasa y sella el producto.

Además, una consultora o certificadora revisará el proceso y nos ayudará a tener el HACCP.

En último lugar vamos a documentar cómo es el proceso de generar lotes de producción de Yumi Stick, esto implica el poder tener en una presentación explicativa de qué sucede desde que nos llega la carne hasta que se empaqueta el producto.

Esta documentación tendrá también como objetivo el cuantificar a nivel de costos un lote de producción de Yumi Stick.

Indique el objetivo específico N°3				
Validar comercialmente el prototipo mediante una primera versión del producto				
Resultados esperados (RE) que se espera conseguir para validar el cumplimiento del objetivo específico N°3	**Indicador de resultado**	**Línea base indicador**	**Meta del indicador**	**Fecha de alcance del RE** (mes)
3.1 Diseñar packaging y obtener 3 alternativas de diseño	Tener alternativas de packaging	0	3	Febrero 2021

3.1.2 Recibir 10.000 packs para envasar	Recibir packs	0	1	Octubre 2021
3.2 salir en 5 medios en directo o diferido (Radio, TV, prensa escrita) en el mes de agosto y septiembre 2021.	Salir en medios	0	5	Enero 2022
3.3 Aparecer en 50 reseñas o publicaciones de influencers y blogs especializados	Reseñas/menciones	0	50	Febrero 2022
3.4 Nuestro producto Yumi Stick está en 20 puntos de venta durante los dos primeros meses del lanzamiento.	Empujar en el canal comercial	0	20	Marzo 2022
3.5 Creación de campaña de difusión	gráfica promocional para anuncios	0	3	Enero 2022

Describa el método para cumplir el objetivo específico N°3:
Indique y describa detalladamente cómo logrará el cumplimiento de este objetivo específico. Considerar todos los procedimientos que se van a utilizar, como tipo de análisis, equipamiento, productos, ensayos, técnicas, tecnologías, manejo productivo, entre otros.

Al principio de año, iremos definiendo el packaging del producto final con la ayuda de una agencia de diseño de packaging.

Para el lanzamiento haremos un levantamiento de información de los medios que pudieran intersarle la noticia. Pudiendo cerrar con 5 medios (prensa, radio y televisión).

Al mismo tiempo identificaremos 50 influencers en las dietas y vida saludable y corriente cetogenica (keto). A estos influencers les enviaremos una muestra del producto para que lo publiquen durante dos semanas en sus redes sociales.

Antes del lanzamiento, entrenaremos a una persona junior en la venta del producto en el retail minorista, para que pueda posicionar el producto en el canal. Estimamos que esta persona deberá conseguir 20 puntos de venta (nuevos o ya de la red) a los que venderle a final de año.

Además para el lanzamiento comercia de la campaña en enero, contaremos con material gráfico publicitario, presupuestado en la memoria de cálculo.

9.3 Indique los hitos críticos del proyecto.

N°	Hitos críticos[8]	Resultados esperados[9] (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
1	Definir la receta que vamos a llevar a producción	Tener una fórmula de 4 finalistas con mayor apreciación por parte del público.	Julio 2021
2	Recibir los packagings finales para poder comercializar el producto.	10.000 packs impresos	Octubre 2021
3	Estar certificados HACCP (esto habilita el entrar en grandes plataformas)	Tener certificado HACCP	Noviembre 2021
4	Proceso productivo documentado	Tener el diseño del proceso productivo de Yumi Sticks	Septiembre de 2021
5	Producto empacado con las características señaladas en 20 puntos de venta	20 imágenes de tiendas con nuestro producto	Marzo 2022

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

[9] Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados definidos en la sección anterior.

9.4 Indique las actividades que deben realizarse para el desarrollo de los métodos descritos anteriormente y su secuencia cronológica por año calendario, asociándolas a los objetivos específicos (OE).

N° OE	Actividades	Meses del año 1											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.1	Levantamiento de proveedores de carne en las regiónes de los Rios y Los Lagos	x											
1.1	Comprar carne molida de los proveedores seleccionados para prototipar		x										
1.2	Crear recetas con ingredientes seleccionados		x										
1.3	Fabricar prototipos según las recetas		x										
1.3	Primer filtrado interno			x									
1.4	Creación de encuesta por internet				x								
1.5	Levantamiento de 100 clientes frecuentes					x							
1.5	Contacto a los clientes para avisarles de que recibirán muestras de Yumi Stick					x							
1.5	Envío de muestras a casa de los clientes						x						
1.5	Realizar análisis de microbiología y de vida útil.							x					
1.5	Seleccionar receta que se llevará a producción							x					
2.1	Comprar máquinas nuevas		x										
2.2	Fábricar un lote de producción de Yumi Stick en base a la receta ganadora al 25% de la capacidad del Horno.							x					
2.3	Fábricar un lote de producción de Yumi Stick en base a la receta ganadora al 100% de la capacidad del Horno.						x	x	x	x	x	x	x

2.3	**Contratar a una asistente de producción**		**x**	**x**	**x**	**x**	**x**	**x**	**x**				
2.6	**Contratar a una agencia que nos certifique HACCP**									**x**			
2.5	**Desarrollar análisis de costos de un lote de Yumi Stick**									**x**			
2.4	**Documentar el proceso de producción**									**x**			
3.1	**Diseñar un packaging para el nuevo Snack**		**x**										
3.1	**Comprar packaging elegido**			**x**									
3.1	**Recibir packaging elegido**										**x**		
3.2	Hacer levantamiento de información de los medios que pudieran intersarle la noticia.											**x**	
3.2.	Agendar entrevistas con los medios interesados.											**x**	
3.3	**Levantamiento de influencers interesados**										**x**	**x**	**x**
3.3	**Envío de muestras a influencers interesados**												**x**
3.4	**Levantamiento de posibles perfiles para comercial minorista**								**x**				
3.4	Contratar a una persona para que se incorporé para el canal minorista.									**x**	**x**	**x**	**x**

N° OE	Actividades	Meses del año 2											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
3.1	**Salir en medios en directo o en diferido**	x	x	x									
3.23	**Tener 50 reseñas de influencers o blogs especializados**		x	x									
3.4	**Estar en 20 puntos de venta (imágenes)**			x									
35	Creación gráfica de campaña de difusión	x	x	x									

Enumere las actividades y servicios que serán externalizados para la ejecución del proyecto	
1	3.1 Marketing para el diseño del packaging de Yumi Stick
2	2.3 Certificadora / Consultora que nos asista en la certificación HACCP
3	3.2 Agencia de Medios que consiga los leads con los medios

9.4 Si corresponde, indique en el siguiente cuadro las actividades que serán realizadas por terceros.

ANEXOS

ANEXO 1. Currículum Vitae
Se debe presentar el CV del postulante (máximo 3 hojas y con un resumen de los últimos 5 años de experiencia), y si aplica de:

- Cada uno de los integrantes del equipo.
- Cada uno de los asociados con el que se llevará a cabo la propuesta.

ANEXO 2. Cartas de compromiso
Se debe presentar una carta de compromiso de participación de cada uno de los asociados e integrantes del equipo, conforme al formato entregado por FIA junto con la carta de adjudicación.

ANEXO 3. Datos cuenta bancaria o deposito del ejecutor
Indique los datos de la cuenta bancaria para la transferencia o depósito, y administración de los fondos adjudicados para el cofinanciamiento del proyecto.