



Gobierno Regional de Aysén
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- 2016-0849
Nombre iniciativa
Posicionamiento regional y crecimiento cerveza artesanal Arisca
Fecha
13/04/18

OFICINA DE PARTES 1° FIA
RECEPCIONADO

Fecha 09 MAY 2018

Hora 15:05

Nº Ingreso 48715

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 audio-visual 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:	Inversiones y Negocios Paralelo 47 Ltda.
Coordinador del Proyecto:	Domingo Aurelio Eguiguren Cosmelli
Regiones de ejecución:	Aysén
Fecha de inicio iniciativa:	26/04/2017
Fecha término Iniciativa:	13/04/18

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

- 1.
- 2.

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	

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).

El proyecto nace por la necesidad de avanzar en el desarrollo de nuestra marca con miras en el posicionamiento de la misma dentro de la región. Para lo anterior se trabajó con IDEA Consultores de la Universidad Católica de Valparaíso. La primera actividad realizada fue un Plan de Marketing, el cual sirvió para definir las brechas existentes entre el desarrollo de marca ideal con el real a ese minuto. Luego del plan de marketing se trabajó en las siguientes áreas: Arquitectura de Marca, en donde se redefinió el logotipo e isotipo de nuestra marca y con ello todas sus aplicaciones. El resultado de esto fue un "Manual de Marca". Con lo anterior definido, se trabajó en el desarrollo de material e imágenes de difusión y de presencia en punto de venta. De esto resultó el desarrollo de adhesivos con la imagen de la marca, vestimenta corporativa (poleras y delantales), tríptico con información de nuestras cervezas, timbres con el logo para uso en cajas o papelería, etiquetas para nuevos envases y una serie de imágenes y papelería que conservamos e; cómo archivos para el futuro.

Además de lo anterior se trabajó en la definición de nuevos envases. Se compró un pallet de 1575 botellas de 500cc, las que enviarán a "decorar" con las etiquetas y contraetiquetas correspondientes a cada estilo de cerveza. Junto con las botellas se compraron 120 botellones de 1 litro, que llevan una etiqueta genérica y que se utilizarán en el Mercado Arisca de Puerto Guadal con el objeto de desarrollar la marca localmente. Para embotellar se compraron 2 llenadoras de botellas contra-presión junto con accesorios complementarios que permiten llenar manualmente las botellas desde los barriles ya carbonatados y conservar la presión dentro de éstas.

Además de las botellas, se diseñaron y adquirieron 2 formatos de vasos con logo impreso. Un formato clásico, igual al que estábamos usando regularmente pero con la imagen nueva (400 u) y un formato nuevo para la cerveza Baya (rubia) (200 u). Con estos vasos más los trípticos con los estilos de cerveza, queremos marcar presencia con nuestro sello en los nuevos lugares de venta.

Respecto a la venta, se ha trabajado en vender nuestro producto en nuevos puntos dentro de la región. Hoy estamos en Puerto Guadal, con el Mercado Arisca Guadal; también entramos en locales de terceros: Chelenko en Coyhaique, Adobe en Coyhaique, Casino Dreams en Coyhaique, Bar Siglo XXI en Coyhaique, Taberna Resto-Pub en Chile Chico y restaurant La Querencia en Villa Cerro Castillo.

Para lograr estos avances comerciales, se trabajó sobre la calidad del producto y los procesos de elaboración. Lo principal para ello fue la contratación de un Maestro Cervecerero Profesional y la adquisición de una nueva planta productiva con mayor capacidad. Sobre eso, recibimos una capacitación en proceso de elaboración dictada por Cristián Álvarez de "Mundo Cervecerero", lo que nos permitió estabilizar el producto, disminuyendo significativamente los problemas vinculados a carbonatación y calidad de la cerveza.

Con todo, la implementación del proyecto IMA-2016-0849, nos dio un apoyo e impulso necesario en la profesionalización de nuestra oferta, desarrollo de marca y crecimiento en ventas.

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.

IV.1 Objetivo general:

La elaboración e implementación de un Plan de Marketing que nos permita posicionarnos con todas nuestras cualidades en el Lago General Carrera y desde ahí a la región.

IV.2 Objetivos específicos (OE)

2
3
4

Nº OE	Descripción del OE	% de cumplimiento 1
1	Mejorar las técnicas de producción, carbonatación.	100%
2	Crear nuevos formatos de producto: envases y embalajes	100%
3	Alcanzar nuevos canales de venta y nuevas localidades	100%
4	Desarrollar merchandising que comunique nuestro concepto	100%
n		

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

El trabajo se centro sobre los objetivos planteados, por lo que no existen mayores discrepancias entre lo proyectado y lo ejecutado.

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.

METODOLOGÍA

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

Nº OE	Nº RE	Metodología efectivamente utilizada
1	1	Una cerveza más estable en lo que respecta a gasificación. Identificación de nivel de presión para cada variedad. Lo que se realizó mediante el desarrollo de un protocolo de carbonatación para cada variedad, desarrollado entre nuestros asesores de Mundo Cerveceros en la capacitación y el trabajo de nuestro Maestro Cerveceros.
2	2	Nuevo envase y embalaje para Arisca; al menos un tipo de botella y barril retornable que permita a los viajeros llevar su cerveza. Se desarrollaron dos nuevos tipos de envases: una botella de 500cc para cada variedad y un botellón de litro para venta en el mercado Arisca en Puerto Guadal.
3	3	Venta al detalle y directo al consumidor. Nuevo punto de venta, Guadal.
4	4	Internalizar nuestros atributos intangibles. Impresión de tríptico que cuente el proceso de elaboración de cerveza y el concepto detrás de Arisca.
n		
<p>Describa las modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta.</p>		
<p>N/A</p>		

6.

RESULTADOS ESPERADOS (RE) OBTENIDOS

2

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

6.1. Cuantificación de los Resultados esperados obtenidos

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				
			Nombre del indicador	Meta del indicador	Resultados obtenidos	Medio de verificación ²	% de cumplimiento
1	1	Cerveza correcta menete carbonatada	Carbonatación de cerveza	Carbonatación homogénea para todos los barriles del mismo estilo durante toda la temporada	Definición de presión adecuada para la carbonatación, además de un protocolo de carbonatación.	Todos los barriles con CO2 y con presión (bar) adecuada a su estilo	100%
2	2	Nuevos Formatos de venta	Formato de venta	Completar venta de barriles con algún otro formato de venta (botellas, growlers, etc)	Se diseñó y compraron un pallet de botellas de 500cc para etiquetados según cada estilo de cerveza y se compraron 120 botrellones de 1 litro con etiqueta generica.	Facturación de ventas de cerveza distinto a venta de schop	100%
3	3	Nuevos puntos de venta	Puntos de venta	Tener al menos 3 puntos de	Hoy estamos vendiendo	Tener al menos dos puntos de	100%

² Se debe adjuntar Anexo 1, Medio de verificación.

				ventas de la cerveza (incluyendo Puerto Tranquilo)	en 7 puntos de venta nuevos aparte de Tranquilo	ventas nuevos; mercado de Guadal y otra localidad	
4	4	Desarrollo de marca y Merchandising	Merchandising	Aumentar los lugares en donde se haga presente Arisca como marca con portavasos, poleras y/o trípticos que den a conocer la visión de la cervecería.	Se diseñaron, desarrollaron y compraron. Pero no se han implementado aún.	Promover la marca con poleras, trípticos y portavasos en Puerto Tranquilo, y con folletos e información de la marca y visión de Arisca en al menos 2 puntos de venta	100%
5	5						
n							
<p>Describa y justifique detalladamente los principales resultados del proyecto, incluyendo su análisis de los resultados obtenidos.</p> <p>Para el OE N° 1 se ha trabajado profesionalizando el proceso productivo. Para ello se incorporó al equipo un Maestro cervecero profesional, quién junto a la asesoría y capacitación de "Mundo Cerveceros", ha logrado un protocolo de carbonatación que asegura la calidad del producto final. Se ha superado la problemática de la carbonatación gracias a aeso. En esta línea se adquirieron insumos de producción para la capacitación, puesta en marcha nueva etapa con la planta nueva, revisión y mejora de recetas y otras pruebas. Dichos insumos se compraron con fondos del proyecto y además se aportaron como aporte no pecuniario por parte del ejecutor.</p> <p>Para el OE N° 2, se hizo toda la gestión de diseño y compra de botellas, además del equipamiento para llenarlas. Solo que aún no se ha vendido ninguna de nuestras cervezas bajo los nuevos formatos. Se espera tener en Puerto Guadal venta del formato de Botellón de 1 litro apenas recibamos la compra en nuestras instalaciones. Y comenzar a entregar el formato de botella de 500cc a lugares en donde podamos pilotear este envase. Para ello el casino Dreams está a la espera de dichas botellas para ponerlas dentro de su oferta.</p> <p>Para el OE N°3 Se ha logrado introducir la cerveza bajo formato shop en 7 puntos de venta nuevos aparte del Puerto Tranquilo: Chelenko Coyhaique, Adobe Coyhaique, Siglo XXI Coyhaique, Casino Dreams Coyhaique, Taberna Resto-Pub Chile Chico, La</p>							

Querencia Villa Cerro Castillo y Mercado Arisca en Puerto Guadal. Respecto del OE N° 4 se hizo todo el diseño y compra del material, pero no lo hemos implementado aún. Se hará entrega de vasos y del triptico de la cerveza en los lugares nuevos de venta y la vestimenta se usará en la proxima temporada en Puerto Tranquilo.
Indique si ha obtenido resultados adicionales a los planteados en el plan operativo, describa a continuación.
N/A

7.

ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHA (COMPARATIVO)

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

- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.

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		
Visita Técnico que realizará la capacitación	15/11/17	100%	EL técnico que hizo la capacitación fue Cristián Álvarez de la empresa Mundo Cervecerero. La capacitación se centro en proceso productivo en nueva planta de 1000 litros batch y calidad de producto.
Generar protocolo de carbonatación	15/11/17	100%	Junto con la capacitación, el maestro cervecero desarrollo un protocolo de carbonatación adecuado a nuestras cervezas.
Evaluación del Plan de Marketing, selección de nuevos formatos	31/12/17	100%	El plan de marketing desarrollado y por IDEA Consultores y aprobado por FIA, fue utilizado cómo guía para los pasos siguientes.
Compra de nuevos formatos e implementación de nuevos formatos en puntos de venta	13/04/18	100%	Los nuevos formatos fueron seleccionados, diseñados y comprados. Estamos por instalarlos en los nuevos puntos de ventas.
Recorrer localidades de la zona, gestionando nuevos puntos de venta	13/04/18	100%	Se logra abrir 7 nuevos puntos de venta bajo el formato shop.
Inauguración nuevo mercado de Guadal	31/12/17	100%	Mercado Arisca Guadal esta operando desde inicios del verano. Haciendo actividades como ferias locales y encuentros de musica y comida. Tenemos nuestra cerveza, en un inicio como degustación y luego cómo venta

Propuestas de formatos, selección y modificaciones	13/04/18	100%	Se desarrolló toda la papelería y merchandising propuesto.
Gestiom de impresiones	13/04/18	100%	Se envió lo seleccionado para impresión

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 cumplimiento¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones²/Problemas³
Descripción	Fecha			
Aprobación del Plan de marketing	01/07/17	completo	100%	La aprobación del plan de marketing fue tal cual lo propuesto en el plan operativo inicial
Implementación Plan: Visita Técnico	15/11/17	completo	100%	El tecnico nos visito y capacito en proceso productivo y carbonatación.
Compra botellas y botellones	13/04/18	completo	100%	Se definió para los nuevos formatos una botella de 500cc y un botellón de 1 litro. Lo que fue comprado y decorado con las etiquetas.

Presencia en algún almacen	13/04/18	completo	100%	Hoy se vende nuestra cerveza en 7 puntos bajo el formato shop.
Impresión Trípticos, folletos y/o posavasos (papelería)	13/04/18	completo	100%	Se diseño y elaborará papelería de difusión. Digital e impresa

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	
N/A	N/A	N/A

8. POTENCIALES IMPACTOS

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.

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 dos años esperamos duplicar nuestras ventas gracias a la apertura de nuevos puntos dentro de la región. Además con ello podemos explorar el salir de la región buscando nuevos puntos de venta en otras capitales regionales y en otros mercados.

Lo anterior nos desafía en terminos productivos, ya que el crecimiento en venta demanda un crecimiento en infraestructura mas apta para ese incremento.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

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 primer lugar el crecimiento del proyecto Arisca tiene el potencial de generar empleos. Si aumentamos las ventas gracias a los nuevos puntos, podemos esperar que ya hacia el final del año 1 debamos contratar a 2 personas más como apoyo para el proceso de

⁵ El impacto debe dar cuanto 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 a lo anterior, se debe describir los potenciales impactos productivos, económicos y sociales que se generan con el desarrollo de la propuesta.

producción, y así el equipo va creciendo en la medida del crecimiento anual que vayamos logrando.

Por otra parte, iniciativas como la del mercado Guadal, que está dentro de nuestros objetivos replicar en otras localidades, generan impacto en cuanto son un aporte a la activación de economías locales y valoración del producto local. A dos años esperamos estar con un mercado guadal autónomo, trabajado íntegramente por los vecinos involucrados, vendiendo más y nuevos productos desarrollados localmente. En línea con lo anterior y dependiendo del resultado de éste primer ejercicio, vemos que el mercado es replicable en otras localidades. Pero esta está sujeto a la evaluación de esta primera experiencia.

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)

El principal impacto es el crecimiento en ventas gracias al desarrollo de marca que a facilitado el posicionarnos de la cerveza y de nuestro concepto de marca dentro de la región. Hoy sí somos reconocidos más allá de los límites de puerto tranquilo como una cerveza de calidad, comprometida con la región y su desarrollo y con una oferta competitiva y en muchos casos superior al resto de la oferta existente. El crecimiento en ventas da pie a un posicionar el producto alineado con la visión de ser la mejor cerveza de Aysén. Lo que debe ir traduciendo en mayor venta, mayor presencia y mayor impacto.

9. PRODUCTOS OBTENIDOS.

De acuerdo a los resultados obtenidos, identifique cuáles 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.

Arquitectura de marca: logotipo, isotipo y reglas de uso.

Etiquetas para las 3 variedades de nuestra cerveza y etiqueta genérica para botellón de 1 litro

Vasos con logo

Adhesivos con logotipo en 2 tamaños

Timbres del logo en 2 tamaños

Poleras con imagen Arisca

Delantales

Botellas y botellones

Imágenes para poner en locales
 Tríptico o folleto descriptivo de las cervezas.
 Mucho diseño de papelería disponible para impresión a futuro (tarjetas de presentación, carta comida restaurant, pendones, etc.)
 Además se compró equipo de embotellado manual con accesorios complementarios (pinchadores de barril, mangueras y conectores)
 Por último, la capacitación en proceso productivo, que nos permitió sacarle mejor rendimiento a nuestros equipos y lograr un producto estable y de calidad superior.
 Para lo anterior se hicieron varias pruebas lo que implicó compra de insumos de producción.

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 al 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)
Administrativos: Trabajar con FIA santiago desde la región de Aysén, supone dificultades logísticas de presentación de informes, correcciones a las presentaciones y otros que demandan tiempos del propio negocio	Comunicación fluida con FIA Santiago para evitar duplicar tareas	El problema me parece es de diseño del cómo se administra el fondo. Más que solucionarlo lo sobrellevamos de tal manera que pudiesemos minimizar su impacto.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

1.1

2.1

3.1

4.1

5.1

6.1

7.1

8.1

9.1

10.1

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

Me parece que se cumple el objetivo general del proyecto, ya que los resultados de los objetivos específicos son una contribución significativa a la construcción de marca y desarrollo del relato para la venta, crecimiento y posicionamiento del producto.

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

De la contraparte técnica desde FIA tuvimos apoyo y flexibilidad necesaria para lograr sacar adelante el proyecto. Desde IDEA Consultores hubo buena disposición a trabajar. Ahorta bien, me parece que la figura del consultor captura obligatoriamente parte de los fondos asignados que hubiese preferido destinarlos en más desarrollo que en honorarios.

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

Las principales dificultades tienen que ver con el proceso de rendición e de elaboración de informes. Se envía por correo electrónico y en paralelo se debe hacer llegar a Santiago. Esto, considerando nuestra posición, generó dificultades y pérdidas de tiempo. Nada muy grave, pero sí mejorable centrando el control de la ejecución en un ente regional.

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

Recomendaría tener una contraparte técnica local con la que se pueda trabajar desde el territorio en donde estamos. Además de más opciones de consultoras para elegir.

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

N/A

12. ANEXOS

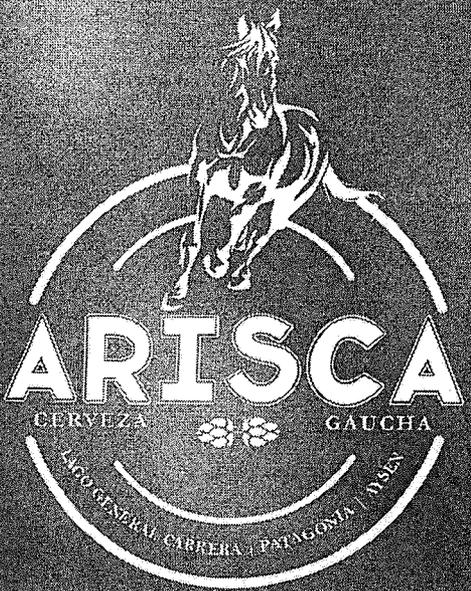
Anexo 1. Medios de verificación.

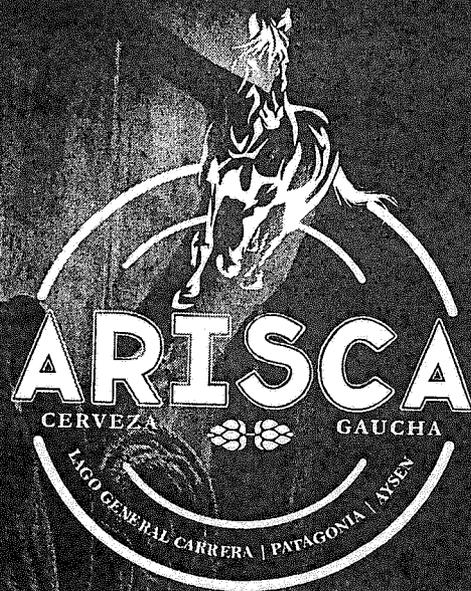
Anexo 2. Imágenes de los productos obtenidos.



*En el lugar de aguas tormentosas, donde los hielos
visten las cordilleras...*

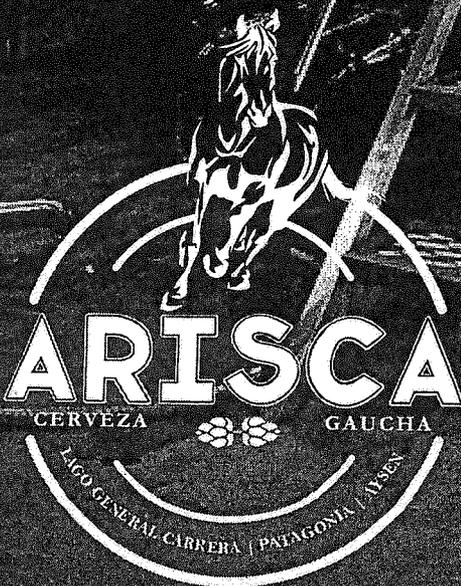
*el viento azota el álamo solitario, en el lugar donde
las olas cantan...*

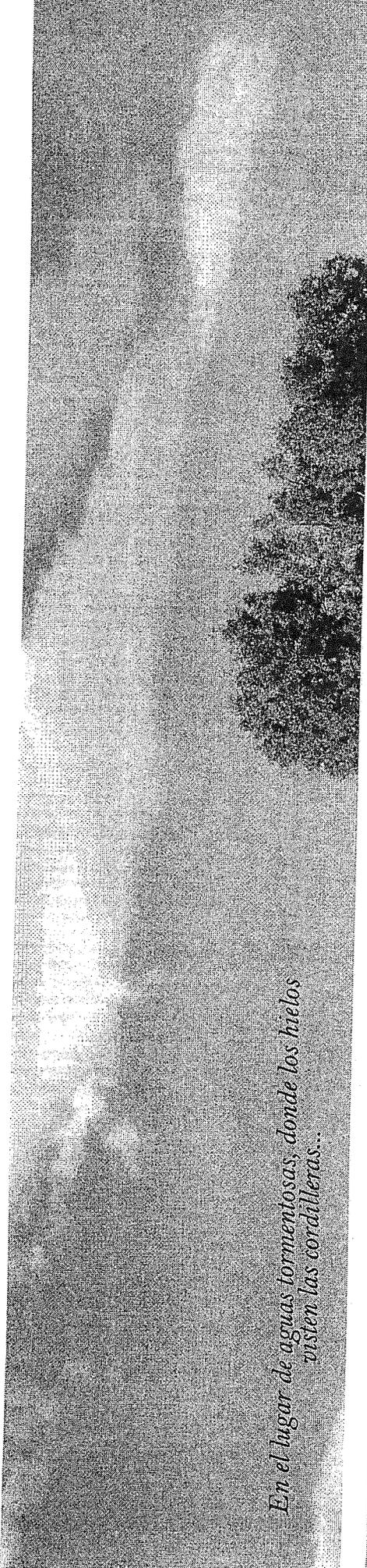




Tierra que habita el hombre gaucho, tierra estela de pioneros; para ellos esta cerveza...

...en el lugar donde las olas cantan, ahí nace Arisca.





*En el lugar de aguas tormentosas, donde los hielos
visten las cordilleras...*



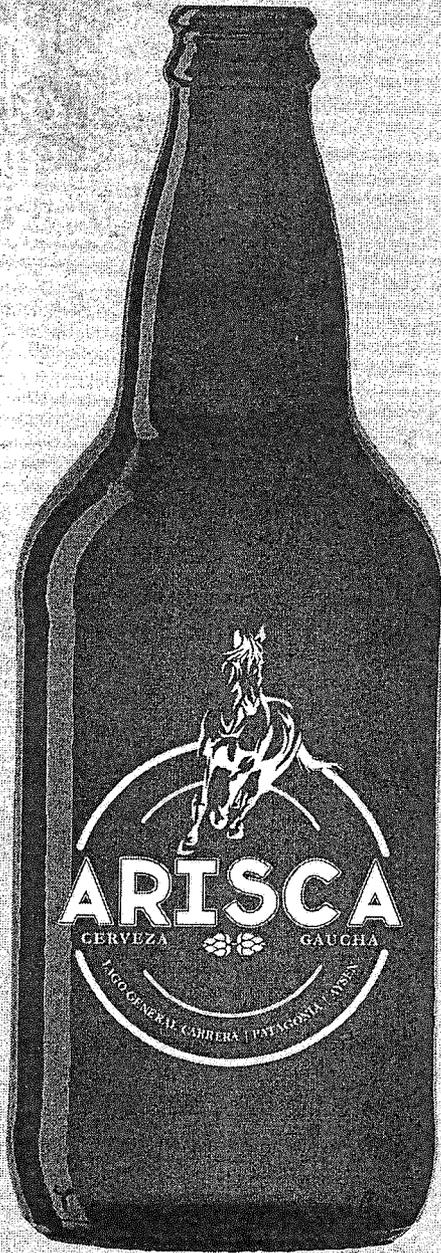
*... el viento azota el álamo solitario, en el lugar
donde las olas cantan ...*



*Tierra que habita el hombre gaucho, tierra estela de
promeros, para ellos esta cerveza...*



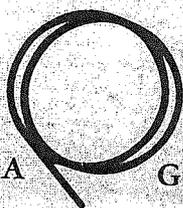
ARISCA



CERVEZA  GAUCHA

ARISCA



CERVEZA  GAUCHA

**ARISCA
BAYA**
(AMERICAN
WHEAT)

Cerveza de trigo americana, refrescante y fácil de beber. Posee sabores a grano dulce y cereal, dado por la mezcla de cebada y trigo, quienes además le dan un color amarillo pálido. Además, muestra aromas cítricos a mandarina, dado por el lúpulo americano Cascade.





**ARISCA
PICASA**
(OATMEAL
PORTER)

Cerveza Porter con avena, una sedosa cerveza negra, especial para compartir en una larga conversación entre amigos. Posee una complejidad maltosa con sabores tostado, cacao/ chocolate amargo, caramelo y ligeramente ahumada.

Manual de
Normas Gráficas
ARISCA

24





01

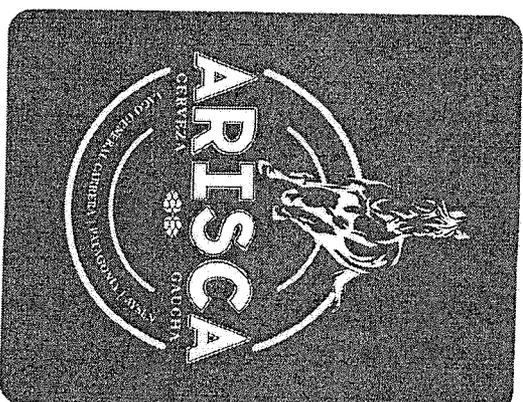
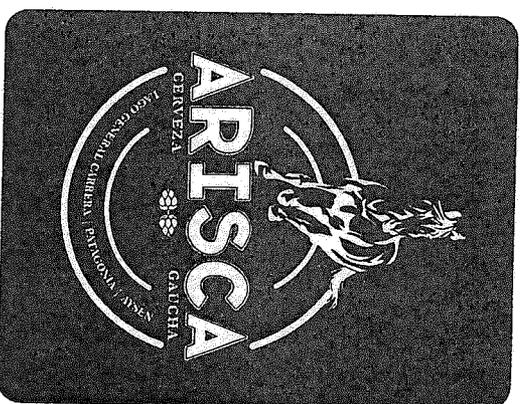
Presentación de Marca

La marca Arisca se encuentra presentada a través de una composición visual que centra el foco en el icono de marca y destaca la palabra escrita - logotipo - de la marca. El caballo como imagen rescata una tradición del territorio que permite no solo identificar al producto sino también diferenciarlo de sus potenciales competidores con una imagen pregnante y un gesto de fuerza que se logra en la composición total.



Marca
Oficial

Variables

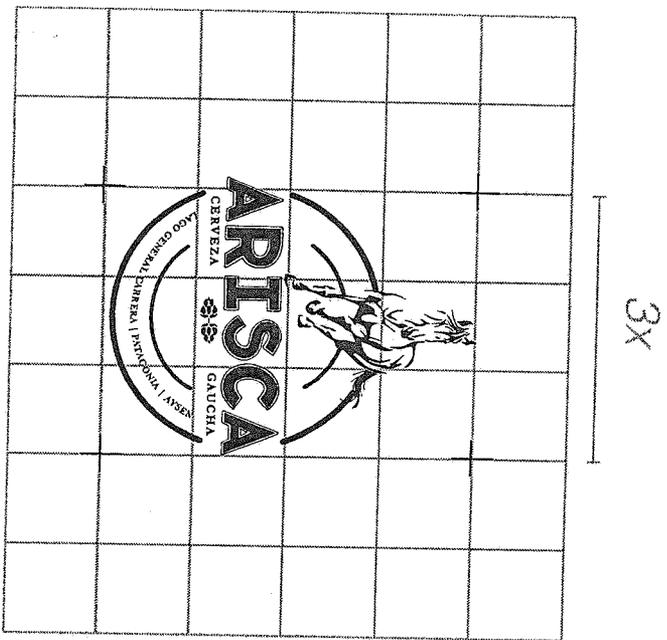


03

Variaciones de Fondo de Marca

La marca Arisca presenta variaciones de fondo de acuerdo al contexto de uso, se presenta una marca monocromática que permite el uso sobre fondos blancos o negros y además se trabaja sobre un fondo neutro en un 70% black que debe utilizar el logotipo en blanco.

Se privilegia el uso del blanco en todas las aplicaciones de marca lo cuál permite un buen uso estético del logotipo y mantener los conceptos originales de composición



1X

05

Grilla de Construcción de Marca

La grilla de construcción permite comprender las proporciones de la marca, que deben ser respetadas en todos los tipos de soportes.

4X

1x	1x		1x
1x			1x
			1x

96

Área Autónoma de Marca

El área de reserva se refiere al área mínima que debe conservar la marca a su alrededor para asegurar su claridad y visibilidad, pues es esencial que la marca conviva de forma legible, libre de otras marcas, gráfi- cas, slogans, identidades, fotografías y tipografías.



ARTISCA
CERVEZA
GAUCHA

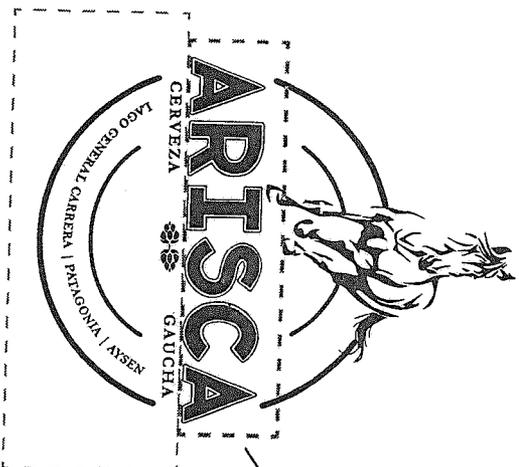


ARTISCA
CERVEZA
GAUCHA

80

Variables de Marca

Las variables de marca permiten usos no oficiales de la marca. Estas variables permiten usos en formatos no tradicionales, manteniendo la composición y armonía de la marca



Tipografía creada para la Marca Arisca

Garamond
Bold

abcdefghijklmnop
nopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJK
LMNÑOPQRST
UVWXYZ

10

Tipografías de Marca

La tipografía de la marca Arisca fue diseñada especialmente para la empresa, dibujando punto a punto cada letra y construyendo la composición final.

En el caso de las tipografías complementarias de la marca, se utiliza Garamond Bold



Lago General Carrera, Patagonia, Aysen

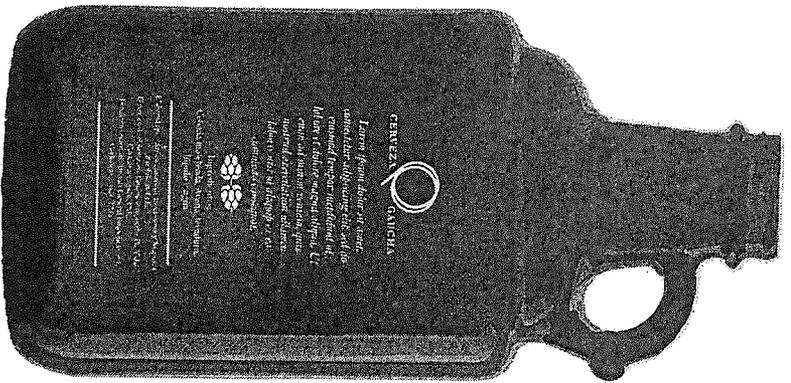
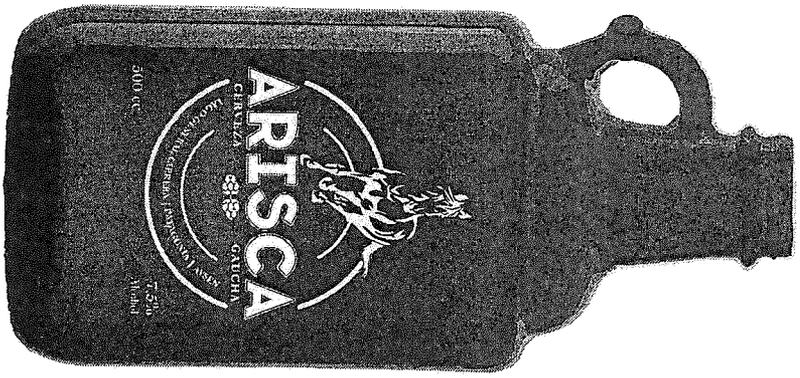
Hoja Carta

21 x 27 cms
Papel Bond 170 grs
Impresión 4/0 Color

11

Hoja Carta
Diseño de Hoja Corporativa Arisca

Garamont / 12pts



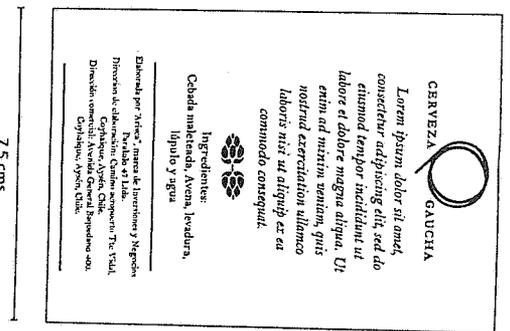
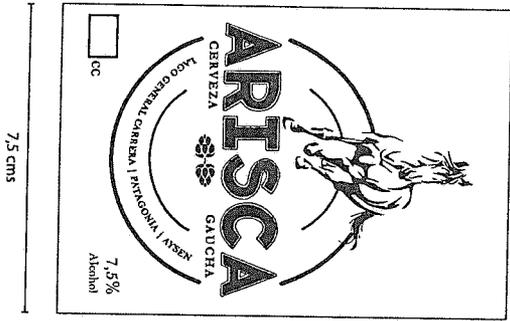
GARRAFA 1000

Categoría: ESTANDAR
 Boca: GPI 400
 Altura: 215,00 mm
 Capacidad: 1000 cc
 Código: Ambar: 18685
 Diámetro Int. Boca: 29,00 mm
 Diámetro Mayor: 103,00 mm
 Peso: 570 gr

15

Etiquetas de Botella

Etiqueta Principal de Marca Arisca en Botellon de 1.000 cc
 La etiqueta esta pensada en serigrafia con tinta blanca





16

Poleras

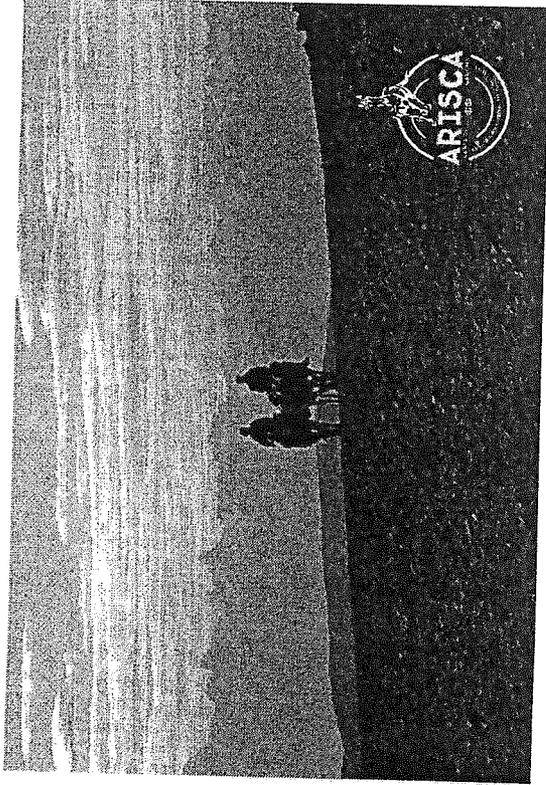
Diseño de Vestuario Corporativo, Poleras. Las poleras son de algodón 100% en color negro con logotipo en serigrafía blanca, un color tinta especial



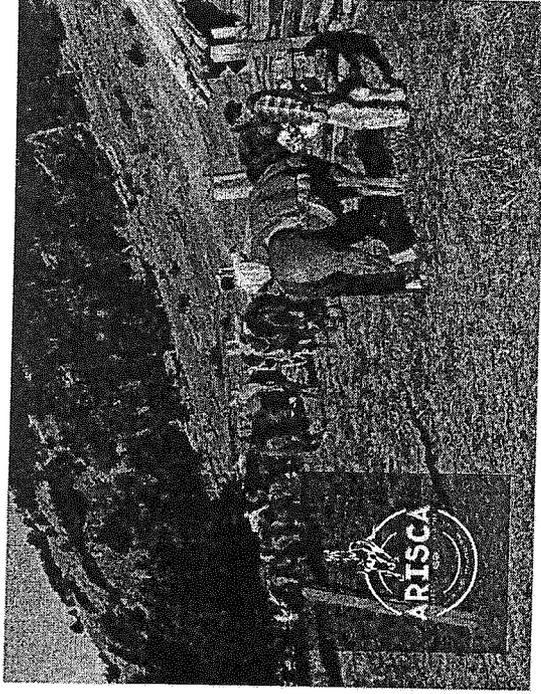
16

Delantal

Diseño de Vestuario Corporativo, Perchero Gabardina Negra con Estampado Logo Blanco.



Aplicación de
Marca en
Fotografía con
fondo oscuro



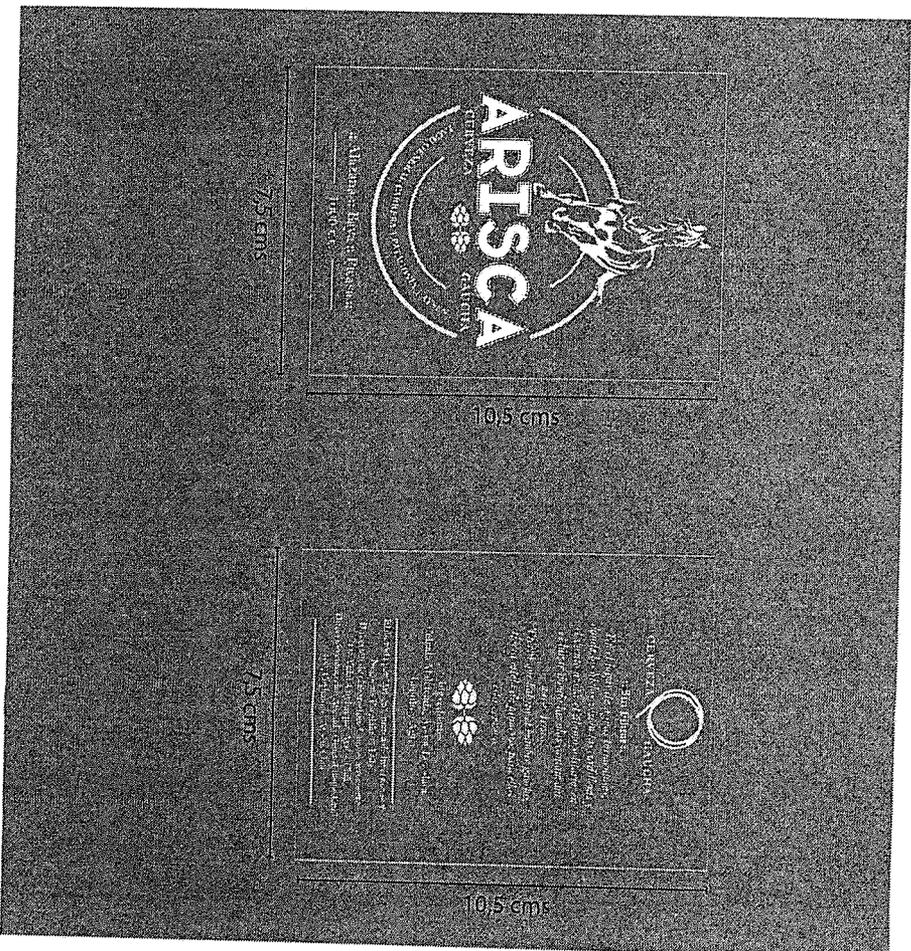
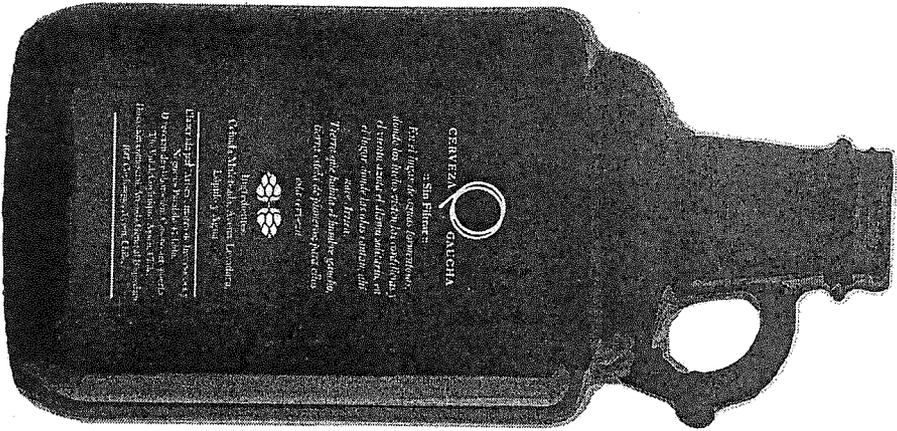
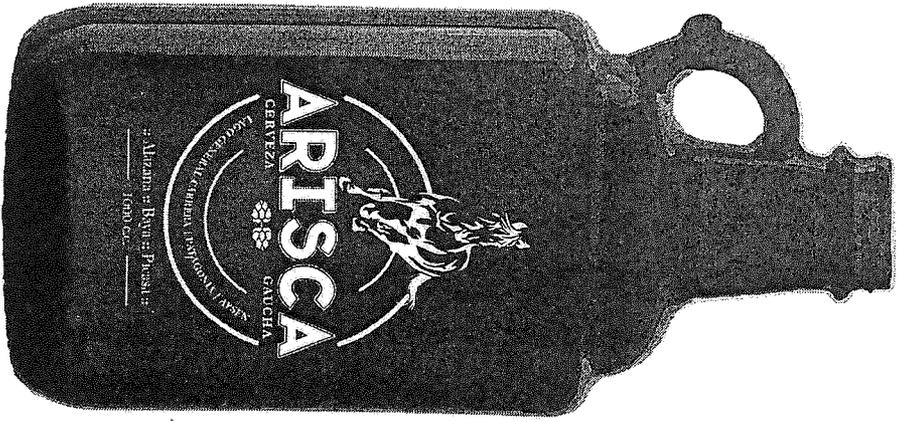
Aplicación de
Marca en
Fotografía con
fondo claro
*Se debe utilizar
cuadro en opacidad
50% black*

Uso de la Marca sobre Fotografías

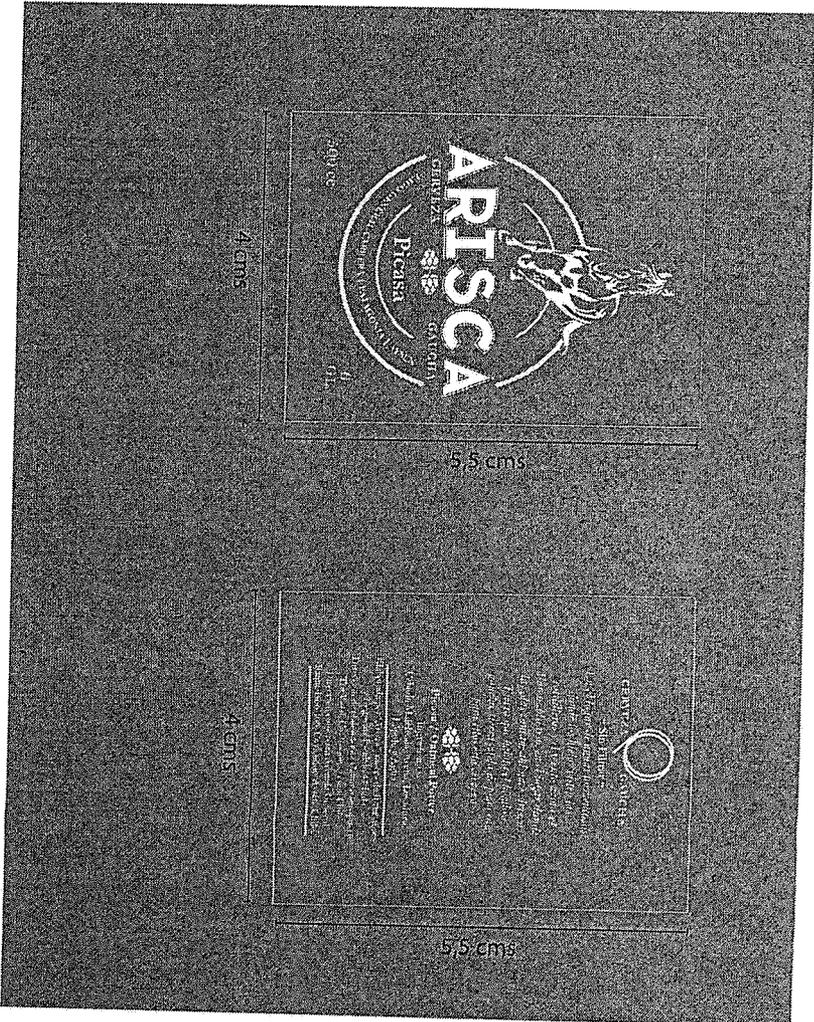
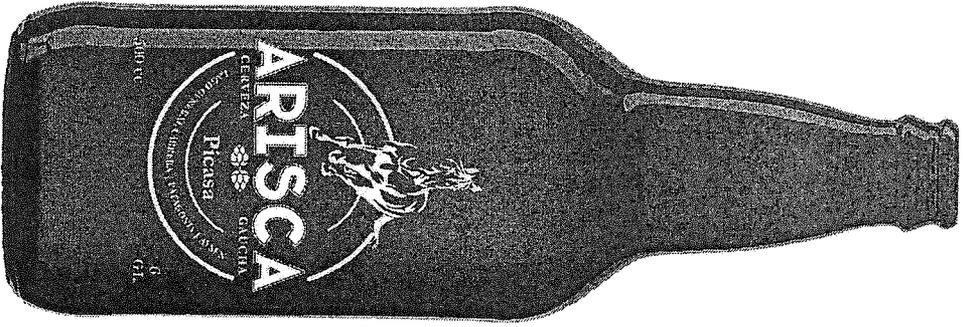
El uso de la marca sobre fotografías debe cuidar su correcta lectura.

Manual de
Normas Gráficas
ARISCA

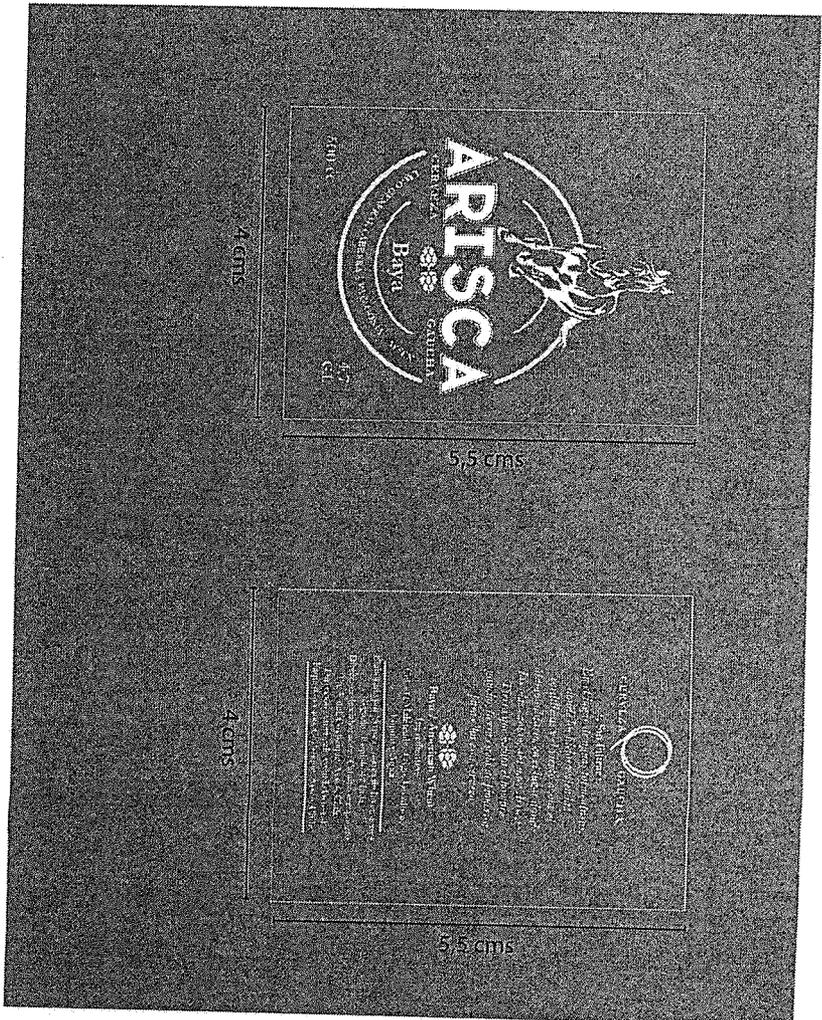
BOTELLON



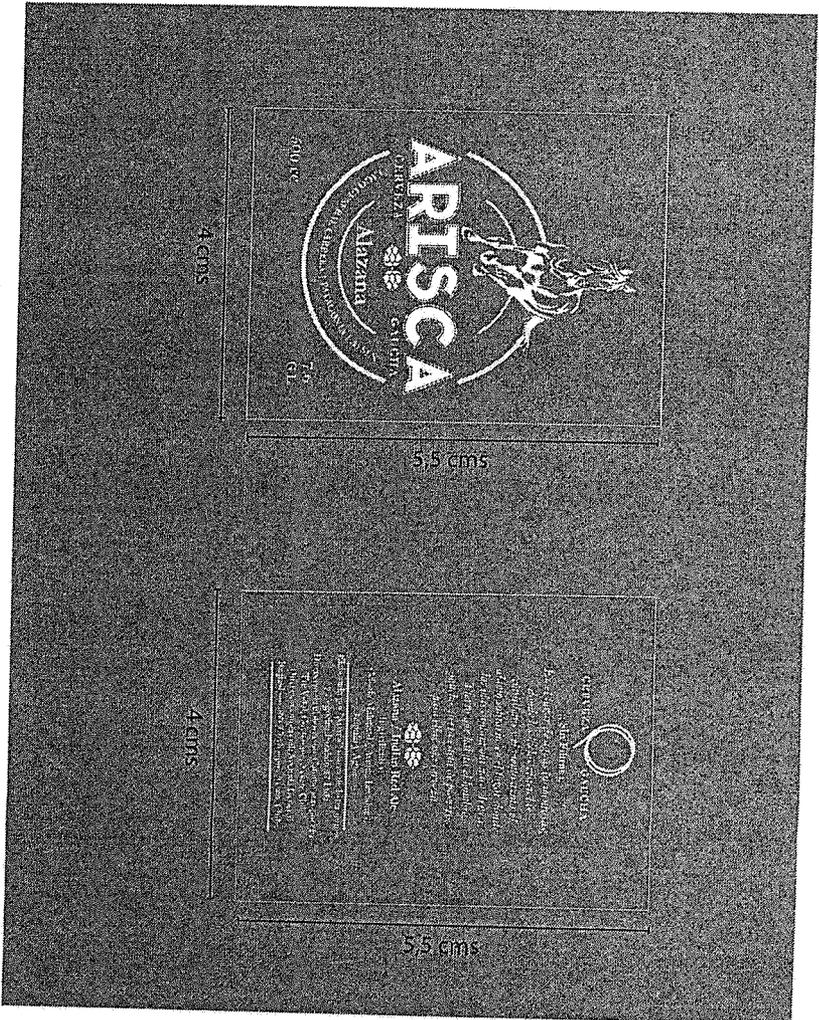
PICASA



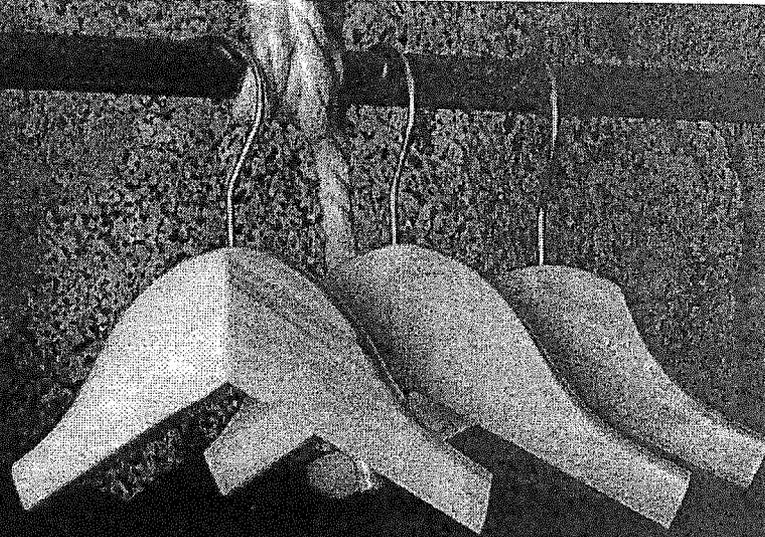
BAYA



ALAZANA



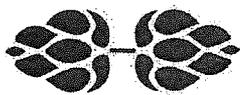






ARISCA

CERVEZA



GAUCHA

LAGO GENERAL CARRERA | PATAGONIA | AYSÉN



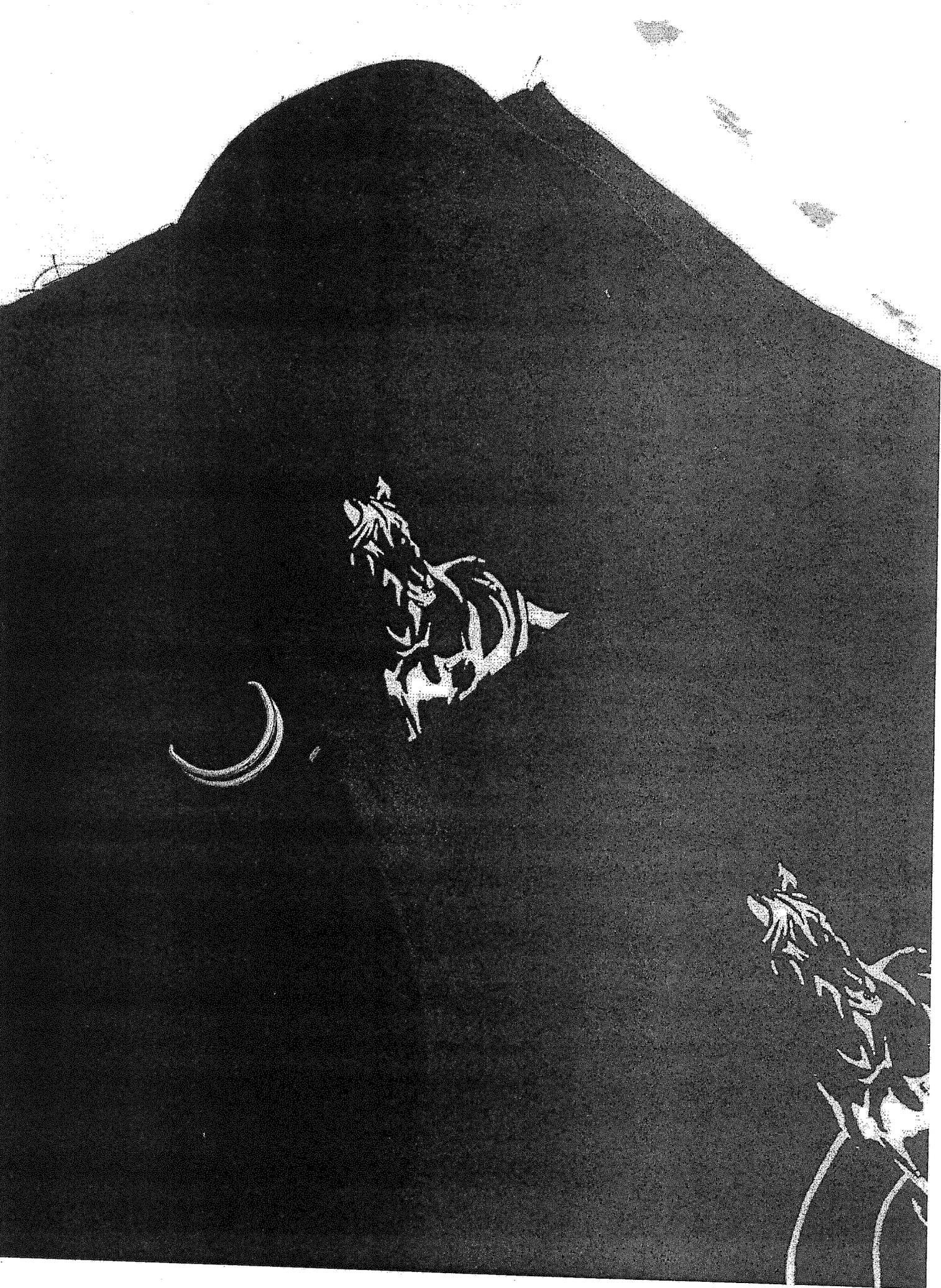
ARISCA

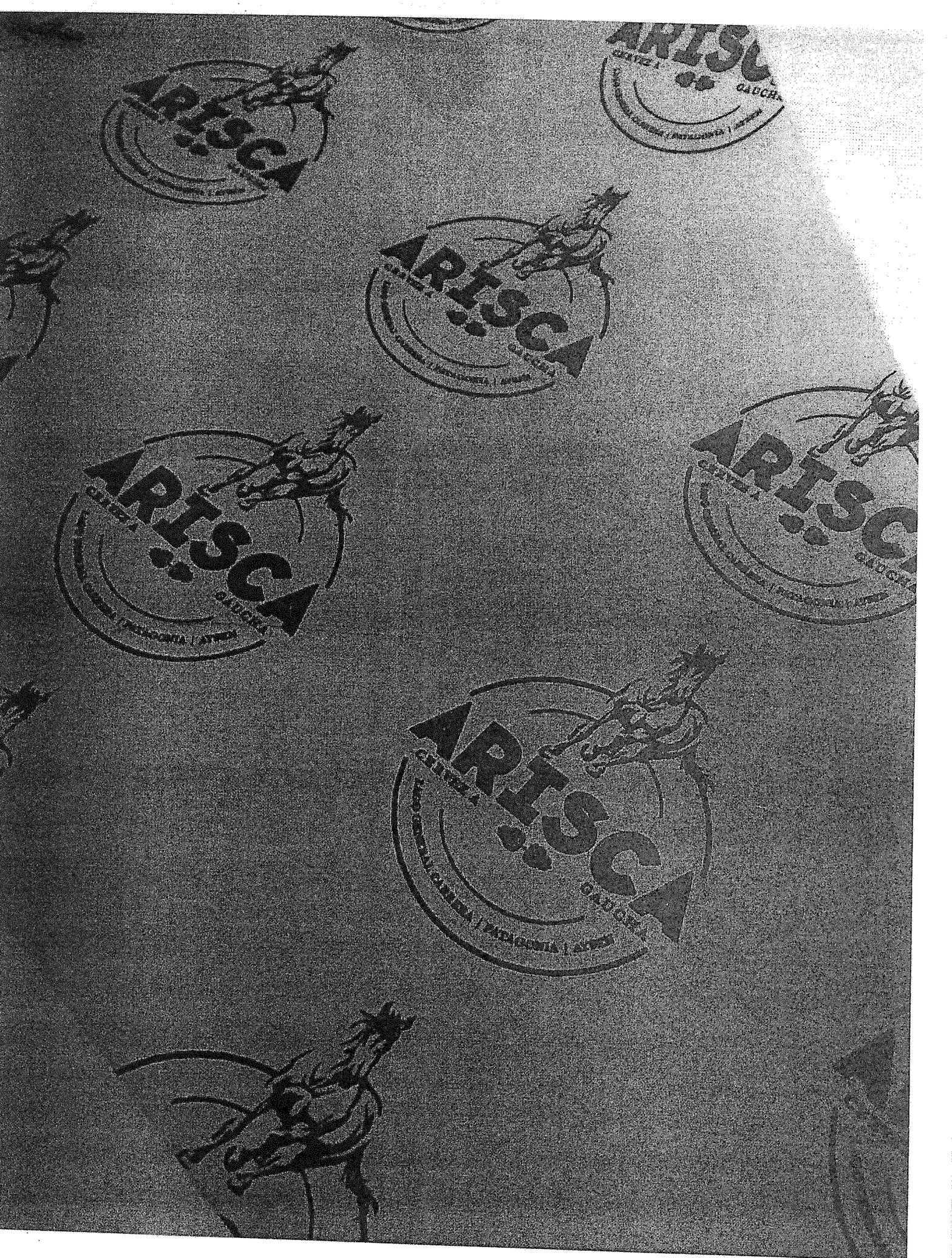
CERVEZA



GAUCHA

LAGO GENERAL CARRERA | PATAGONIA | AYSÉN





Protocolo de carbonatación

En el siguiente documento se describirán los procedimientos para carbonatar cerveza en barriles y en fermentadores isobáricos.

A considerar:

Para las tres variedades actuales de cerveza se ha decidido tener 2,5 volúmenes de CO₂ por litro de cerveza, por lo cual la presión al interior del barril en una temperatura alrededor de 10°C debe ser de 1,5 bar. El siguiente protocolo entrega la información de manera que puede adaptarse a medida que se necesite aumentar o disminuir la carbonatación según el estilo de cerveza, o según lo requieran en distintos puntos de venta.

Carbonatación en barriles

Para realizar la carbonatación en barriles se necesita:

- Tanque de CO₂
- Regulador de CO₂
- Pinchador con conectores sin bola antiretorno de cerveza y sin pieza antiretorno de gas (estas pueden retirarse liberando los conectores John Guest de los pinchadores)
- Manómetro con manguera
- Desinfectante

Preparación

Se debe preparar una solución de desinfectante en un roceador, con el cual se debe rociar todo lo que entrará en contacto con la cerveza (incluyendo la manguera por donde pasará el CO₂) antes de realizar las conexiones. Es vital desinfectar todo para evitar que la cerveza sufra contaminación.

El pinchador debe estar libre de las piezas anti retorno. Una vez libre, se le debe conectar la manguera que va desde el regulador de CO₂ conectado al tanque de CO₂, al conector por donde sale la cerveza (conector de al medio del pinchador), y por la entrada de CO₂ (conector a lateral del pinchador), se debe instalar el manómetro con la manguera.

El regulador de CO₂ debe ajustarse para que en manómetro de baja presión indique 1,5bar.

Procedimiento

- 1.- Seleccionar el barril a carbonatar y desinfectar con el roceador la parte del espadín por donde se pinchará el barril.
- 2.- Esperar 5 minutos, para que el químico haga efecto y pinchar el barril (con el pinchador previamente desinfectado).
- 3.- Se debe medir la presión por medio del manómetro del pinchador, se abre la válvula del regulador de CO₂ y se permite el ingreso del gas al barril. El manómetro del pinchador debe

marcar 1,5 bar, en caso de indicar menos, debe apretarse el regulador de CO2 hasta lograr esta presión. En caso de que marque más, se debe soltar el regulador de CO2 y agitar el barril, hasta alcanzar 1,5bar.

4.-Alcanzando la presión, se debe agitar el barril vigorosamente con el CO2 abierto (ingresando al barril) durante 4 minutos sin parar.

5.-Se debe cerrar la válvula del CO2, y se debe agitar el barril durante 30 veces, esto sirve para disolver el CO2 en la cerveza y que indique la presión exacta que tenga el barril. Si éste procedimiento no se realiza, el barril indicará que tiene más presión, por lo tanto al agitar debe disminuir, en caso de que no disminuya, significa que alcanzó la presión deseada.

6.- Corrección de CO2: cuando no se alcanza 1,5 bar en los primeros 4 minutos, se debe volver a inyectar CO2 y agitar durante un minuto extra con la misma presión de 1,5 bar, luego se cierra la válvula de CO2 y se vuelve a agitar para confirmar que la corrección sea la deseada. Para barriles de 50 litros, se debe corregir por dos minutos extra después del paso 6 para poder alcanzar la carbonatación deseada.

Importante: -Es necesario tener barriles a temperatura de 4°C durante al menos las últimas 8 horas. En caso de no ser así, los tiempos estipulados más adelante en el documento podrían variar.

- Los barriles pueden agitarse más del tiempo definido, y nunca superarán la presión indicada en el regulador de CO2.

-Para carbonatar con una presión mayor o menor, sólo debe ajustarse la presión del manómetro antes de comenzar a agitar los barriles.

Carbonatación con fermentador Isobárico

Para realizar la carbonatación en fermentador se necesita:

-Fermentador isobárico

-Piedra difusora de CO2, unida a la conexión Clamp del fermentador con una válvula de paso.

-Conexión Regulador de CO2 a la válvula de paso de la piedra difusora

-Tanque de CO2

-Manómetro Unido en la salida de CO2 del fermentador

Preparación

La piedra difusora con su válvula deben estar conectadas al fermentador antes de que se introduzca el mosto en este. Debe ser desinfectada previamente a conectarse y también debe ser desinfectada cuando se desinfecte el fermentador.

Este proceso se lleva a cabo una vez que se ha concluido la maduración en frío de la cerveza.

La cerveza debe mantenerse a temperatura de maduración (alrededor de 4°C) para poder realizar una carbonatación exitosa

Procedimiento

- 1.- Se debe desinfectar la manguera por donde pasará el CO₂ para ingresar al fermentador. Además, de desinfectar la conexión al a válvula por donde pasará el CO₂.
- 2.- Se conecta la manguera del regulador de CO₂ a la válvula del fermentador.
- 3.- El regulador debe quedar en 1,5 bar una vez abierto el CO₂ (sin abrir la válvula que va hacia el fermentador)
- 4.- Se abren las válvulas entre el Regulador de CO₂ y el fermentador, y comienza a ingresar el CO₂
- 5.- Se deben esperar alrededor de 48 horas para que el CO₂ se disuelva en la cerveza. Se sabrá cuando está lista la carbonatación cuando el manómetro del fermentador se iguala a la presión del manómetro del regulador de CO₂.