



CÓDIGO
(uso interno)

FORMULARIO DE POSTULACIÓN

CONVOCATORIA NACIONAL 2017

PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO INNOVADOR

MARZO 2017

Contenido

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA	4
1.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA	4
1.2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUÉ SE ENMARCA LA PROPUESTA	4
1.3. RESPECTO DE LA PROPUESTA QUÉ LÍNEA TEMÁTICA ABORDA.....	4
1.4. LUGAR DE EJECUCIÓN	4
1.5. PERIODO DE EJECUCIÓN.....	4
1.6. ESTRUCTURA DE COSTOS	4
SECCIÓN II: ANTECEDENTES GENERALES DEL POSTULANTE Y COMPROMISO DE EJECUCIÓN.....	6
2.1. IDENTIFICACIÓN DEL POSTULANTE	6
2.2. COMPROMISO DEL POSTULANTE.....	8
SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DEL O LOS ASOCIADO(S) Y COMPROMISO DE EJECUCIÓN 8	
3.1. ASOCIADO	8
3.2. REPRESENTANTE LEGAL DEL ASOCIADO.....	8
3.3. COMPROMISO DEL ASOCIADO	9
SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA	10
4.1. RESUMEN DE LA IDEA DE PROYECTO	10
4.2. RESUMEN DE LA IDEA DE PROYECTO	12
4.3. ESTADO DEL ARTE DEL PROYECTO	13
4.4. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD QUE INTENTA RESOLVER	14
4.5. BENEFICIARIOS POTENCIALES	15
4.6. SOLUCIÓN INNOVADORA	16
4.7. ¿DE QUÉ TIPO DE INNOVACIÓN ESTÁ HABLANDO?	17
4.8. GRADO DE NOVEDAD Y NIVEL DE INCERTIDUMBRE	17
4.9. BENEFICIO.....	18
4.10. AMENAZAS	18
4.11. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA.....	19
4.12. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) DE LA PROPUESTA.....	19
4.13. RESULTADOS QUE ESPERA ALCANZAR	19



4.14.	ACTIVIDADES A REALIZAR.....	20
4.15.	METODOLOGÍA.....	21
4.16.	CARTA GANTT.....	22
4.17.	EQUIPO TÉCNICO CON EL QUE TRABAJARÁ	23
4.18.	ACTIVIDADES A REALIZAR POR TERCEROS.....	24
4.19.	PROPIEDAD INTELECTUAL.	25
4.20.	¿OTROS FINANCIAMIENTOS EN SU PROYECTO?	26
SECCIÓN V: ANTECEDENTES FINANCIEROS DE LA PROPUESTA.....		27
5.1.	Estructura de costos de la propuesta	27
5.2.	DESCRIPCIÓN DE LOS COSTOS DE LA PROPUESTA	28
ANEXOS		29

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

TRIGUEÑA

1.2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUÉ SE ENMARCA LA PROPUESTA

Ver identificación sector y subsector en Anexo 5.

Sector

Alimento

Subsector

Otros Alimentos (Bebida Natural)

1.3. RESPECTO DE LA PROPUESTA QUÉ LÍNEA TEMÁTICA ABORDA (Marque con una X)

Adaptación al Cambio Climático a través de una agricultura sustentable

Alimentos Saludables

Marketing agroalimentario

X

1.4. LUGAR DE EJECUCIÓN ¿Dónde se llevará a cabo el proyecto? (Indique)

Región(es)

Libertador Bernardo O'Higgins

Provincia(s)

Cachapoal

Comuna(s)

Las Cabras

1.5. PERIODO DE EJECUCIÓN ¿Cuándo se llevarán a cabo las actividades? (Indique)

Fecha de inicio

Noviembre 2017

Fecha de termino

Noviembre 2018

Duración en meses

12

1.6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Complete)

Aporte	Monto (\$)	%
FIA		



CONTRAPARTE (ejecutor y asociados)	Pecuniario		
	No pecuniario		
TOTAL (FIA + CONTRAPARTE)			

SECCIÓN II: ANTECEDENTES GENERALES DEL POSTULANTE Y COMPROMISO DE EJECUCIÓN

Complete cada una de las siguientes secciones con información relacionada al postulante.

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL POSTULANTE

Nombre completo	Hernán Andrés Villegas Flores			
RUT				
Fecha de nacimiento	23-09-89			
Nacionalidad	Chileno			
e-mail				
Teléfono de contacto (código de región + número telefónico)				
Dirección de contacto para envío de documentación. (Calle y número, Comuna, Ciudad, Región)	San Martín 538, Las Cabras, Las Cabras, Región del Libertador Bernardo O'Higgins.			
Género	Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>
	¿Pertenece a alguna etnia?	SI (Indique cual)	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
Nivel de estudios completos realizados (Marque con una X):	Educación secundaria	Técnico-Profesional	<input type="checkbox"/>	
		Científico-Humanista	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Educación superior (pregrado)	Centro de Formación Técnico	<input type="checkbox"/>	
		Instituto Profesional	<input type="checkbox"/>	
		Universidad	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Educación superior (postgrado)	Magister	<input type="checkbox"/>	
Doctorado		<input type="checkbox"/>		
Si es estudiante de educación superior, indique:	Nombre de la carrera que cursa			
	Año que cursa			
	Nombre de la institución donde	Universidad Técnica Federico Santa María		

	estudia	
Si ya está egresado, indique:	Carrera técnica o profesión	Ingeniería Comercial
	Lugar actual de trabajo	Raíces del Campo SpA (Emprendimiento propio)
¿Actualmente es parte del equipo técnico de alguna iniciativa en ejecución con apoyo de FIA? (marque con una X)	SI	
	NO	x
Si la respuesta al punto anterior es SI, por favor indique el código FIA de la iniciativa.		
Reseña del postulante (Describa brevemente quién es usted, a qué se dedica y cuáles son sus intereses profesionales) (máximo 1 página)		
<p>Mi nombre es Andrés Villegas, titulado de Ingeniería Comerciales de la Universidad Técnica Federico Santa María (enero 2017), desde mi cuarto año de carrera (2015) decidí emprender, específicamente en la industria alimentaria, dadas mis raíces y entorno familiar que se desarrolló en la comuna de Las Cabras, conocí muy de cerca varios alimentos tradicionales de nuestra tierra, cómo lo es el antiguo café de trigo, de esta forma cree la marca “El Café del Campo” (www.elcafedelcampo.cl), formé un equipo con adultos mayores dado que ellos tenían la experiencia de elaborar este producto, esto nos valió ser destacados por la prensa como un innovador emprendimiento social (http://diario.latercera.com/2016/02/08/01/contenido/negocios/10-208827-9-emprendedor-de-la-semana-rescatando-el-talento-de--la-tercera-edad.shtml).</p> <p>Me caracterizo por ser una persona alegre, perseverante y resiliente, pongo toda mi pasión en los proyectos que emprendo y estas características me han empujado a tomar la decisión de proyectar mis metas profesionales en el mundo del emprendimiento, específicamente en el alimentario, tuve la oportunidad de tomar una gran oportunidad laboral para un joven profesional dentro del Retail, pero creo fielmente en seguir mis sueños, es por eso que hoy me dedico 100% a emprender y a luchar por un país con más y mejores alimentos, específicamente que rescaten la esencia de nuestra tradición pero de forma vanguardista, TRIGUEÑA es prueba de aquello.</p>		

2.2. COMPROMISO DEL POSTULANTE

El postulante manifiesta su compromiso con la ejecución de la propuesta y a entregar aportes comprometidos en las condiciones establecidas en este documento.

Aporte total (\$)	
Aporte pecuniario (\$)	
Aporte no pecuniario (\$)	

Firma
Nombre del postulante
RUT

SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DEL O LOS ASOCIADO(S) Y COMPROMISO DE EJECUCIÓN

Complete cada una de las siguientes secciones con información relacionada al o los asociados.

3.1. ASOCIADO

Complete el siguiente cuadro por cada uno de los asociados de la propuesta y adjuntar CV.

Nombre completo / Razón social	Angélica Lorena Hernández Salinas	
Actividad / Giro	Tesis Ingeniería Comercial	
RUT		
e-mail		
Teléfono de contacto (código de región + número telefónico)		
Dirección de contacto para envío de documentación (Calle y número, Comuna, Ciudad, Región)	San Martín 538, Las Cabras, Las Cabras, Región del Libertador Bernardo O'Higgins.	
¿Actualmente es parte del equipo técnico de alguna iniciativa en ejecución con apoyo de FIA?	SI	
	NO	X
Si la respuesta al punto anterior es SI, por favor indique el código FIA de la iniciativa.		

3.2. REPRESENTANTE LEGAL DEL ASOCIADO

Si el asociado corresponde a una persona jurídica, complete el siguiente cuadro.



Nombre completo			
Cargo que ocupa el representante legal en la entidad			
RUT			
Nacionalidad			
Género	Femenino		Masculino
Etnia	SI (Indique cual)		NO
Dirección de contacto			
Teléfono de contacto			
e-mail			
Profesión			
<p>Realice una breve reseña del asociado. (Indicar brevemente la historia del asociado, sus actividades y cuál es su vinculación con la propuesta). Máximo ½ página.</p>			
<p>3.3. COMPROMISO DEL ASOCIADO El asociado manifiesta su compromiso con la ejecución de la propuesta y a entregar aportes comprometidos en las condiciones establecidas en este documento.</p>			
Aporte total (\$)			



Aporte pecuniario (\$)	
Aporte no pecuniario (\$)	
<hr/> Firma Nombre y RUT	

SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA

4.1. RESUMEN DE LA IDEA DE PROYECTO
Describe brevemente en qué consiste su idea de proyecto y qué busca con él, EN ESPAÑOL. (Máximo 1 página).

Comercializar, difundir y posicionar el consumo de la primera bebida de trigo blanco (Maqui-INIA) libre de gluten (Certificado por el INTA), baja en calorías, muy baja en sodio, libre de azúcares y que no contiene colorantes ni preservantes, apta para el consumo de personas que sufren alergias alimentarias, como celíacos e intolerantes a la lactosa; diabéticos e hipertensos dada su cualidad de tener una proporción mayor de potasio que de sodio, cercana al 3,5, cuando lo recomendado es una relación de 0,65, esta gran diferencia a la larga hace que seamos más propensos a problemas de presión arterial y retención de líquidos.

Esta nueva bebida nace de la innovación y del rescate de la tradición, en conjunto al crecimiento del mercado de los productos naturales. En el año 2015 nos dedicamos a rescatar el antiguo café de trigo, nos dimos cuenta que era un alimento que otorga varios beneficios para la salud, pero este no tenía gran potencial de escalabilidad, dado que es complicado el proceso de preparación específicamente para los consumidores, de esta forma decidimos reformular los conceptos conocidos y conservar la esencia de la tradición. Nuestro propósito fue elaborar un producto natural que se base en antiguas costumbres y que se convierta en uno vanguardista al alcance de todos. De esta forma nació TRIGUEÑA, esto nos lleva a buscar posicionar y dar a conocer masivamente las propiedades y origen de esta bebida 100% natural y chilena.

TRIGUEÑA, es una innovación que acabamos de terminar. Es una bebida natural elaborada con agua filtrada, trigo blanco (tostado), canela y estevia pura. Su formato de presentación es una botella de vidrio de 475 ml con etiqueta litografiada (impresión sobre vidrio). Todo esto buscando contribuir a la disminución de residuos y ser amigables con el medio ambiente.

Finalmente, lo que se busca con este emprendimiento es brindar a la población de una nueva opción de bebestible más saludable, ya que en la actualidad, si bien existen opciones saludables, el mercado aún está saturado por bebidas con alto contenido de colorantes y calorías. Además, de dar a conocer el rescate de una tradición del campo chileno en una forma innovadora y que en también se conozca la nueva forma uso del trigo blanco maqui y que brindará al mercado una bebida libre de gluten que permitirá además, a las personas celíacas poder optar por el consumo de este bebestible. En relación con lo anterior, se busca también rescatar y dar nuevas oportunidades a los agricultores del trigo blanco maqui del secano costero de la región del libertador Bernardo O'higgins, dado que hoy en día este trigo es muy poco valorado por los grandes compradores de trigo (molinos harineros) por su bajo porcentaje de gluten húmedo que varía entre el 17% y 22%, lo que se ve reflejado en el pago por kilo en la temporada de cosecha que es un 40% más bajo que otra variedad de trigo que presenta en promedio alrededor de un 35% de gluten húmedo. Por eso hoy creemos que existe una gran oportunidad de volver a potenciar y dar una nuevas oportunidades a estos potenciales proveedores de nuestra cadena productiva, estamos en frente de una gran oportunidad de comenzar a utilizar masivamente esta materia prima en otros productos alimenticios por su característica de ser suave en gluten, TRIGUEÑA es prueba de ello, pero necesitamos de su ayuda para poder explotar y difundir aún más los potenciales de este producto y materia prima.

4.2. RESUMEN DE LA IDEA DE PROYECTO

Describe brevemente en qué consiste su idea de proyecto y qué busca con él, EN INGLÉS. (Máximo 1 página).

Our purpose is put the product on the market, distribute it and positioning the consumption of the first gluten-free drink (certified by INTA) made from white wheat (Maqui-INIA), low in calories, very low in sodium, without added sugar, coloring and preservatives. It is suitable for people that suffer from food allergies, such as gluten and lactose intolerance, for diabetics and hypertensives, given its quality of having a higher proportion of potassium than sodium, close to 3.5, when the recommended amount is a ratio of 0.65, this significant difference, in the long run, makes people be more prone to blood pressure problems and fluid retention.

This new drink is born from innovation and rescue of traditions, along with the growing market of natural products. In 2015 we dedicated ourselves to rescue the former wheat coffee. We realized that it is a food that provides several health benefits, but this food did not have great potential for scalability since the preparation process is complicated for the consumer. We decided to reformulate the known concepts and to preserve the essence of the tradition. Our purpose was to develop a natural product that was based on old customs and that may become a pioneer accessible to everyone. This is how TRIGUEÑA was born. This leads us to seek positioning and to let know massively the properties and origin of this drink 100 % natural and Chilean.

TRIGUEÑA, is an innovation that we have just finished. It is a natural drink made with filtered water, white wheat (roasted), cinnamon and pure stevia. Its presentation format is a glass bottle of 475 ml with lithographed label (print on glass). All the previously mentioned is in contribution to the reduction of waste and to be friendly with the environment.

Finally, the purpose of this start-up business is to offer to people new healthier drink option, since right now, although there are healthy options available, the market is still saturated with drinks with a high number of colorants and calories. In addition, we want to let know the rescue of Chilean countryside's tradition in an innovative way and the new use of white wheat, that it will also provide to the market a gluten free drink that will allow to the population suffering from a celiac disease accessing to this drink. We also look to rescue and give new opportunities to the white maqui wheat's farmers of the coastal dry zone in region of the liberator Bernardo O'Higgins, since at this moment this wheat is little valued by the large buyers of Wheat flour for the low percentage of wet gluten that this has, that goes from 17% to 22%, which is reflected in the payment per kilo in the harvest season that is 40% lower than other wheat varieties present, that is on average about 35% of wet gluten. That is why today we believe that there is a great opportunity to re-empower it and give new opportunities to these potential suppliers of our production chain. We are in front of a great opportunity to begin to use this raw material in other food products due to its characteristic of being light in gluten. TRIGUEÑA is the proof of this, but we need your help to be able to take advantage of it and further spread the potential of this product and raw material.

4.3. ESTADO DEL ARTE DEL PROYECTO

Describa brevemente el estado del arte¹ asociado al problema y solución de su proyecto, indicando la fuente de información que lo respalda. (Máximo 1 página)

Según el estudio Chile Saludable, volumen 3, un 43% de la población cree que comer saludable es comer sólo ensaladas, 4 de cada 10 chilenos prefiere la comida sabrosa por sobre la comida sana y un 21% de los chilenos considera que los alimentos saludables son desabridos y aburridos, estos datos nos muestran que aún falta una gran y buena campaña comunicacional que muestre y eduque a los chilenos que se puede llevar una alimentación sana y saludable más allá de las ensaladas, TRIGUEÑA viene a contribuir y a ampliar la gama de bebidas y productos naturales disponibles.

Según el estudio Chile Saludable, volumen 3, el perfil más numeroso entre los chilenos, representando a un 29% de la población durante el año 2014, es un perfil motivado. El motivado percibe bajas limitaciones en su entorno para llevar una vida saludable y se destaca por tener un gran interés por el bienestar y la vida sana. Se preocupa de informarse de los beneficios de los alimentos saludables (70%), en este ítem vemos una gran oportunidad de mercado para TRIGUEÑA, dado que tenemos una capacidad de producción de 1500 botellas diarias, lo que implica que somos capaces de llegar a muchos puntos de venta, si a esto se le suma una buena campaña de marketing, que muestre las propiedades y beneficios de nuestra bebida, dando como resultado cientos de nuevos clientes que se encuentran en este segmento, el chileno está atento y quiere conocer más sobre los beneficios de los alimentos naturales.

El consumidor global demanda alimentos más saludables orientados a mejorar la calidad de vida, a aumentar esta expectativa, y a considerar a los alimentos la base para una buena salud. (Fuente: Euromonitor Internacional 2014)

La industria de los alimentos saludables a nivel mundial, será la próxima industria del trillón de dólares (al año 2017) (Fuente: Chile Saludable 2013), claramente se ve que las proyecciones y expectativas dan una gran oportunidad para el crecimiento de la industria de los productos naturales, TRIGUEÑA llega en el momento justo, solo falta hacer una gran campaña comunicacional que de a conocer su usabilidad.

¹ Describa las I+D+i (Investigación, desarrollo e innovación) más recientes y actuales sobre el tema en específico que aborda su propuesta.



4.4. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD QUE INTENTA RESOLVER

Describe cuál es el problema y/u oportunidad que intenta abordar y cuál es la relevancia del tema para el sector agrario, agroalimentario y forestal y para el tema específico de la convocatoria. (Máximo ½ página)

Actualmente en el mercado existe una escasa variedad de bebidas 100% naturales, es decir que verdaderamente no contengan colorantes ni preservantes o que tengan propiedades funcionales, existe una demanda que satisfacer, es por eso que TRIGUEÑA viene a ofertar y a satisfacer esta demanda creciente.

Trigueña es la primera bebida de trigo libre de gluten, que entrega beneficios funcionales (por ejemplo la reducción de la retención de líquidos, en el consumo constante del producto), con este producto estamos cambiando la usabilidad del trigo y en conjunto estamos potenciando un sector agrario dejado de lado como lo es los agricultores del secano costero de la región de O`higgins, que solo pueden sembrar trigo blanco en sus tierras, no existe más productos que puedan sembrar, un existo de TRIGUEÑA implica un impacto positivo en su rubro, dado que nosotros valoramos su materia prima suave en gluten, lo que hoy es “castigado” en precios por los molinos harineros y que hasta este momento son sus principales compradores.

Creemos que esta nueva usabilidad es una revolución en la industria, de esta forma se volverá a valorar el trigo blanco maqui, lo que abre un sin fin de nuevas oportunidades que van mucho más allá de TRIGUEÑA, esta materia prima se seguirá estudiando para elaborar en el mediano plazo más productos que con un leve proceso sean libres de gluten, de esta forma incluso los celíacos podrán volver a consumir productos de trigo si ningún problema.

4.5. BENEFICIARIOS POTENCIALES

Describe quiénes son los beneficiarios y cómo se ven afectados por el problema y/u oportunidad que intenta abordar su propuesta. (Máximo ½ página).

Los beneficiarios potenciales se pueden separar en dos:

1. Clientes que buscan una nueva forma 100% natural de hidratarse y que además tenga un impacto positivo en su dieta diaria, hemos hecho los focus group necesarios y sabemos que nuestro segmento son mujeres entre 27 y 50 años con una personalidad exploradora, además tienen gran interés en deportes, yoga, paseos semanales por la ciudad y se encuentran en constante búsqueda de productos naturales que les ayude a conservar o mejorar su apariencia física, TRIGUEÑA ha enfocado su imagen en este tipo de cliente, ellas son nuestras interlocutoras.
2. Productores del trigo blanco maqui, TRIGUEÑA abre la oportunidad de pagar precios justos por su materia prima, incluso podemos fomentar su siembra en el secano costero, ya que hoy en día esta siembra nos es valorada por sus grandes compradores (molinos harineros), acá se abre la oportunidad de elaborar mucho productos que van más allá de TRIGUEÑA y que provengan de este trigo suave en gluten. Es importante recalcar que estos productores no pueden sembrar ningún otro cereal o vegetal, dado que su falta de agua solo provee un excelente trigo blanco maqui, incluso otras variedades de trigo tampoco les da buenas cosechas.

4.6. SOLUCIÓN INNOVADORA

Describe qué innovación propone para resolver el problema o aprovechar la oportunidad que detectó.
(Máximo 1 página)

Elaboramos la primera bebida natural de trigo libre de gluten, esta oportunidad le da una nueva usabilidad a esta materia prima tan consumida a nivel mundial, detectamos una gran oportunidad al estudiar el antiguo café de trigo, dado que es una infusión que tiene varias propiedades funcionales para neutro cuerpo, de esta forma decidimos investigar más, realizando análisis de alimentos en laboratorios, de esta forma nos dimos cuenta que la bebida (le llamamos bebida ya que en su proceso de elaboración pasa lo 100°C, si fuese menos, tal como es el café de trigo, se le llama infusión) TRIGUEÑA cuenta con una proporción mayor de potasio que de sodio (esto ya es poco común dentro de las bebidas), lo que ayuda a regular la proporción diaria que necesitamos de estos minerales (hoy consumimos una proporción sodio/potasio de 3,5 cuando lo que necesita nuestro cuerpo diariamente es de 0,65), tiene una vida útil hoy en día de 9 meses por lo cual incluso se puede exportar, existe un amplio mercado que es potencial cliente de TRIGUEÑA, la bebida esta lista y en proceso de elaboración, pero necesitamos acercar al potencial cliente a la información de la nueva usabilidad del trigo y todas sus propiedades funcionales con un producto innovador, vanguardista y 100% chileno.

TRIGUEÑA viene a revolucionar la industria alimenticia y el rubro de las bebidas naturales, queremos demostrar con hechos que se pueden aprovechar materias primas nacionales olvidadas y generar nuevos productos de alta gama y vanguardistas, hoy explotemos el caso de la primera bebida de trigo sin gluten, pero tenemos las chances de elaborar la primera bebida natural de trigo y aprovechar sus propiedades naturales y funcionales.

4.7. ¿DE QUÉ TIPO DE INNOVACIÓN ESTÁ HABLANDO?

(Marque con una X todas aquellas opciones que apliquen).

Producto	X
Servicios	
Procesos	
Modelos de negocios	
Gestión comercial	
Otra, Indique Cual	<i>Usabilidad del Trigo</i>

4.8. GRADO DE NOVEDAD Y NIVEL DE INCERTIDUMBRE

Explique a qué nivel de innovación corresponde su propuesta – copia, adaptación, mejora, creación o invención, y cuál es su incertidumbre². (Máximo ½ página)

TRIGUEÑA se encuentra en un nivel de innovación disruptivo en el ámbito de la usabilidad, no es común para la personas consumir una bebida de trigo, por lo cual es grado de novedad es muy alto, pero con ello también el nivel de incertidumbre, por lo cual existe un riesgo alto, es por eso que hoy buscamos en FIA un apoyo que nos ayude a encausar y manejar de mejor forma este riesgo, sabemos que tenemos una gran oportunidad entre manos y que con la experiencia de su institución podremos lograr grandes cosas juntos, incluso mostrar esta innovación a nivel nacional como internacional.

² El nivel de incertidumbre está asociado al nivel de innovación, si es una copia no tiene incertidumbre, en cambio, si es una invención tiene un nivel alto de incertidumbre.

4.9. BENEFICIO

Describe cómo sus clientes se beneficiarán con la innovación que quiere desarrollar. (Máximo ½ página).

Se benefician de forma positiva dado que existe una necesidad en el mercado por las bebidas 100% naturales y funcionales, TRIGUEÑA es una bebida de alta calidad y que entrega beneficios muy marcados y diferentes a las de otras bebidas presentes en el mercado nacional, las clientes si consumen frecuentemente TRIGUEÑA reducirán su retención de líquidos, disminuirán su consumo de calorías, su nivel de azúcares y su nivel de sodio consumido, en estos términos cuando el cliente obtiene Trigueña:

- **13 veces menos calorías que un jugo de frutas**
- **250% menos sodio que un té helado envasado**
- **30% menos de azúcares que un jugo prensado en frío**
- **25% de la hidratación diaria de nuestro cuerpo.**

4.10. AMENAZAS

Describe qué amenazas y dificultades existen para el desarrollo y éxito de su propuesta. (Máximo ½ página)

Las amenazas y dificultades para el desarrollo de la propuesta van en directa relación con el desconocimiento de esta nueva usabilidad de trigo, no es un secreto que para la mayoría de las personas suena bastante extraño consumir una bebida de trigo, desde el primer momento tienen prejuicios por el sabor (el sabor de TRIGUEÑA es muy rico) y en segunda instancia por la propiedades, es por eso que estas amenazas son muy claras y hacen que nuestro producto se haga riesgoso, es por eso que necesitamos hacer una gran campaña de marketing para educar y mostrar los beneficios de esta bebida, cambiar la usabilidad del trigo no es fácil y es por eso que necesitamos saltar esta gran barrera de entrada para esta innovación.

4.11. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

Indique cuál es el objetivo general de su propuesta.

Posicionar y difundir el consumo de TRIGUEÑA, la primera bebida de trigo blanco (Maqui-INIA) libre de gluten (Certificado por el INTA), baja en calorías, muy baja en sodio, libre de azúcares y que no contiene colorantes ni preservantes, apta para el consumo de personas que sufren alergias alimentarias, como celíacos e intolerantes a la lactosa; diabéticos e hipertensos.

4.12. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) DE LA PROPUESTA

Señale un máximo de 5 objetivos específicos asociados al objetivo general de su propuesta.

1) Desarrollar y ejecutar un plan de marketing para la difusión y publicidad del producto en el mercado, ligado al rescate de las tradiciones con innovación, natural, saludable, sin gluten y comercio justo.

2) Resaltar el nuevo uso del trigo, en una bebida libre de gluten.

3) Realizar investigación científica sobre el trigo Maqui-INIA y el proceso de degradación de la proteína de gluten en el proceso propio de elaboración de TRIGUEÑA.

4)

5)

4.13. RESULTADOS QUE ESPERA ALCANZAR

Asocie cada Resultado Esperado a un objetivo específico, utilizando para ello la siguiente tabla.

N ° OE	N° RE	RESULTADO ESPERADO (RE)
1	1	Aumentar la demanda de compra por esta bebida innovadora a nivel nacional y aumentar su frecuencia de consumo.
2	2	Destacar la nueva usabilidad del trigo y destacar la potencialidad de realizar nuevos productos con el trigo blanco maqui que es suave en gluten.
3	3	Hoy en día sabemos que la bebida TRIGUEÑA es libre de gluten, y sabemos que la proteína se va degradando en el proceso de elaboración propio de la bebida dadas las altas temperaturas de tostado y hervido, pero necesitamos mayor investigación y determinar cual es el momento y proceso exacto donde más se degrada la proteína, una vez descubierto podremos seguir innovando en nuevos productos con esta materia prima. Hoy en día esta investigación no esta a nuestro alcance dado los altos costos que implica.

4.14. ACTIVIDADES A REALIZAR

Describe qué actividades deberá llevar a cabo para lograr los resultados planteados. (Máximo 1 página).

N° OE	N° RE	ACTIVIDADES A EJECUTAR
1	1	Inversión en profesional del marketing con experiencia en posicionamiento de productos alimenticios
1	1	Inversión en Marketing Digital y medios de comunicación masivos
1	1	Inversión en papelería sustentable que se pondrá en cada punto de venta
2	2	Invertir en stands de encuentros de profesionales ligados a la nutrición para que conozcan la nueva usabilidad del trigo y sus propiedades naturales, estos profesionales son los mensajeros con jerarquía que buscamos, además de inversión y posicionamiento de medios de comunicación masivos para dar a conocer el tema de la nueva usabilidad
3	3	Investigación llevada por una universidad, que redacte un documento científico y detecte exactamente cual es el momento donde se degradan las proteínas de gluten, una vez que lo sepamos tendremos el know how para elaborar nuevos alimentos.

4.15. METODOLOGÍA

Identifique y describa el conjunto de procedimientos, secuenciados en el tiempo, a través de los cuales se va a ejecutar el proyecto. (Máximo 1 página).

El producto TRIGUEÑA ya se está elaborando por lo cual los procedimientos se hacen más rápidos. En primer lugar contrataremos personas expertas en el posicionamiento de productos alimenticios innovadores, de esta forma podremos obtener un plan de marketing acabado y con pasos clave para el éxito de la propuesta, una vez hecho esto comenzaremos una fuerte inversión en marketing digital y stands en actividades clave de nuestros potenciales clientes (maratones, actividades de yoga, ferias saludables) iremos en busca de los clientes que difunden las propiedades funcionales y la marca, la mejor forma de crecer en ventas es que un conocido te recomiende del producto por lo cual la imagen es sumamente importante.

En conjunto a las actividades de marketing puro, dejaremos en manos de un investigador de una universidad el estudio de la degradación del gluten en nuestro proceso productivo, al ser actividades separadas nos dará una ventaja de ya comenzar a elaborar nuevos productos de la misma índole (elaborados con trigo pero que son libres de gluten) .

Una vez comenzadas las actividades de marketing se hará la difusión de la nueva usabilidad del trigo, esto va de la mano con las actividades públicas y en medios para dar a conocer TRIGUEÑA, ya que el producto al ser tan innovador necesita dar a conocer la usabilidad y propiedades funcionales, una vez ya descubierto cual es el proceso y momento exacto donde se degradan las proteínas podremos estandarizar un nuevo proceso productivo que nos de el paso a elaborar nuevos productos, esperamos a esta fecha ser reconocidos a nivel nacional y no suene tan extraño nuevos productos que vienen del trigo blanco maqui suave en gluten, tal como suena la propuesta es el mundo de nuevas oportunidades que ofrece esta rica materia prima de nuestro seco costero central.

4.17. EQUIPO TÉCNICO CON EL QUE TRABAJARÁ

Describa con qué personas llevará a cabo su propuesta, qué experiencia tienen para poder colaborar en el proyecto y cómo se van a organizar. (Máximo 1 página).

Nombre	Profesión	Experiencia laboral relacionada con el proyecto	Rol en proyecto	Horas de dedicación a la propuesta (Totales)	Entidad en la cual se desempeña	Incremental (si/no)
Angélica Hernández	Ingeniera Comercial	Workshop Go global Chile	Coordinadora General	180 horas mensuales	Universidad Técnica Federico Santa María	NO
Hernán Villegas	Ingeniero Comercial	Empresario industria alimentaria	Director Ejecutivo	180 horas mensuales	Raíces del Campo SpA	SI

4.18. ACTIVIDADES A REALIZAR POR TERCEROS

Si corresponde, indique en el siguiente cuadro las actividades que serán realizadas por terceros, que no son parte de su equipo técnico.

Nombre de la actividad	Nombre de la persona o empresa a contratar	Experiencia en la actividad a realizar
Difusión Marketing Usabilidad	A definir 1	Director creativo y con experiencia en posicionamiento de productos alimenticios innovadores
Difusión Marketing Usabilidad	Margarita Muñoz	Publicista con experiencia en desarrollo de nuevos productos alimenticios (imagen)
Difusión Marketing Usabilidad	Merybeth Schennter	Community Manager con experiencia en posicionamiento de productos alimenticios
Difusión Marketing Usabilidad	A Definir 2	Profesional del posicionamiento web SEO/SEM



4.19. PROPIEDAD INTELECTUAL.			
Indique si el proyecto aborda la protección del bien o servicio generado en la propuesta.			
SI		NO	X
Si su respuesta anterior fue sí, indique cual o cuales son los mecanismos que tiene previsto utilizar para la protección, justifique.			



4.20. ¿OTROS FINANCIAMIENTOS EN SU PROYECTO?

Describe si su proyecto ya ha recibido financiamiento de otras agencias del Estado y/o fondos privados. Si es así, indique el monto de recursos apalancados y explique para qué acciones en concreto necesita el apoyo de FIA. (Máximo 1 página)

Recibimos un fondo Corfo llamado PRAE (Proyecto Regional de Apoyo al Emprendimiento), de acá recibimos \$19.500.000 que nos permitió la creación misma de TRIGUEÑA, estos recursos nos sirvieron para generar todo el proyecto de creación lo que se ve representado en la botella de Trigueña, maquinarias para la elaboración y contratación del personal idóneo para su elaboración.

Hoy necesitamos el apoyo de FIA porque solo hemos terminado la etapa de la creación del producto pero necesitamos posicionarlo y dar a conocer la nueva usabilidad del trigo, sabemos que ustedes son el institución correcta para TRIGUEÑA y todos los beneficios que implica este proyecto tanto para el cliente final como para los propios agricultores del trigo blanco maqui y que hemos explicado anteriormente, la nueva usabilidad del trigo es un tema que le atañe a la innovación alimentaria, juntos lograremos un gran éxito y que prosperara por los siguientes años.



5.2. DESCRIPCIÓN DE LOS COSTOS DE LA PROPUESTA

Detalle en qué usará los recursos solicitados en el punto 5.1. Asocia el presupuesto solicitado a las actividades que pretendes llevar a cabo. (Máximo 1 página).

Pago de recursos humanos: Pago de honorarios a personas involucradas en la coordinación mismas del proyecto.

Viáticos y movilización: movilización desde las comuna de las cabras a las ciudades donde necesitamos hacer las actividades de difusión.

Equipamiento: compra de un stand móvil para visitar ferias y lugares de interés y difundir la nueva usabilidad del trigo en conjunto a TRIGUEÑA.

Servicios de terceros: Pago de boletas de honorarios de los profesionales ligados al marketing, community manager y posicionamiento web

Difusión: pago de ferias especialistas, papelería, pagos a proveedores digitales y medios de comunicación masivos.

Gastos generales: arriendos de cowork y materiales de trabajo, todo en función de reuniones para la ejecución del proyecto.



ANEXOS

ANEXO 1. Certificado de nacimiento del postulante.

ANEXO 2. 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 miembros del equipo técnico
- Cada uno de los asociados con el que se llevará a cabo la propuesta.
- Cada uno de los servicios a tercero a contratar.

ANEXO 3. Cartas de compromiso

Se debe presentar una carta de compromiso de participación de cada uno de los asociados y miembros del equipo técnico en el siguiente formato:

Lugar,
Fecha (día, mes, año)

Yo **Nombre completo**, RUT: *XX.XXX.XXX-X*, vengo a manifestar mi compromiso de participar activamente en la propuesta denominada “**Nombre de la propuesta**”, presentado a la **Convocatoria “Proyectos de Emprendimiento Innovador 2017”**, de la Fundación para la Innovación Agraria.

Firma

ANEXO 4. Convenios de Colaboración para ejecución de la propuesta

ANEXO 5. Identificación sector y subsector.

Sector	subsector
Agrícola	Cultivos y cereales
	Flores y follajes
	Frutales hoja caduca
	Frutales hoja persistente
	Frutales de nuez
	Frutales menores
	Frutales tropicales y subtropicales
	Otros frutales

Sector	subsector
	Hongos
	Hortalizas y tubérculos
	Plantas Medicinales, aromáticas y especias
	Otros agrícolas
	General para Sector Agrícola
	Praderas y forrajes
Pecuario	Aves
	Bovinos
	Caprinos
	Ovinos
	Camélidos
	Cunicultura
	Equinos
	Porcinos
	Cérvidos
	Ratites
	Insectos
	Otros pecuarios
	General para Sector Pecuario
	Gusanos
Dulceacuícolas	Peces
	Crustáceos
	Anfibios
	Moluscos
	Algas
	Otros dulceacuícolas
	General para Sector Dulceacuícolas
Forestal	Bosque nativo
	Plantaciones forestales tradicionales
	Plantaciones forestales no tradicionales
	Otros forestales
	General para Sector Forestal
Gestión	Gestión
	General para General Subsector Gestión
	Congelados
	Deshidratados
	Aceites vegetales
	Jugos y concentrados

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

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