

**FORMULARIO DE POSTULACIÓN PROYECTOS DE
INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO Y AGROALIMENTARIO (IMA) ATACAMA 2018**

**CÓDIGO
(uso interno)**

--

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA			
1. NOMBRE DE LA PROPUESTA			
Alternativas Saludables y Valor Agregado a la Producción de Cerveza Artesanal de la Provincia del Huasco para mejorar su competitividad y comercialización.			
2. SECTOR, SUBSECTOR Y RUBRO EN QUE SE ENMARCA LA PROPUESTA <i>(Ver identificación sector, subsector y rubro en Anexo 8)</i>			
Sector:	Alimento	Subsector:	Cerveza
Rubro:	Cerveza Artesanal	Especie (si aplica):	
3. PERÍODO DE EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA			
Inicio:	Enero 2019		
Término:	Marzo 2020		
Duración (meses):	15		
4. LUGAR EN EL QUE SE LLEVARÁ A CABO LA PROPUESTA			
Región:	Atacama		
Provincia(s):	Huasco		
Comuna (s)	Vallenar		
5. ESTRUCTURA DE COSTOS TOTALES DE LA PROPUESTA			
Aporte		Monto (\$)	Porcentaje
FIA			
CONTRAPARTE	Pecuniario		
	No pecuniario		
	Subtotal		
TOTAL (FIA + CONTRAPARTE)			

**SECCIÓN II: ANTECEDENTES GENERALES Y COMPROMISO DEL POSTULANTE Y
COORDINADOR DE LA PROPUESTA**

6. IDENTIFICACION DEL POSTULANTE

Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Además, se debe adjuntar como anexos:

- Certificado de vigencia de la entidad postulante (sólo en caso de persona jurídica) en Anexo 1.
- Certificado de iniciación de actividades y ventas anuales en los últimos 12 meses en Anexo 2

6.1 Antecedentes generales del postulante

Nombre: Elias Ricardo Franco Novoa

Giro/Actividad: Elaboración de cerveza Artesanal

RUT:

Tipo de postulante, organización, empresa o productor (mediano o pequeño): pequeño productor local

Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF): 600 uf aprox

Capacidad productiva de los últimos 12 meses (unidades de productos): 15 mil botellas

Identificación cuenta corriente bancaria (banco y número):

Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región) postal:

Teléfono:

Celular:

Correo electrónico:

Si el postulante corresponde a una persona natural, indique

Usuario INDAP (si/no): NO

Género (Masculino o Femenino): Masculino

Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): NO

Profesión: Ingeniero Agrónomo. Magíster en Enología y Vitivinicultura

Firma

6.2. Representante legal de la entidad postulante (sólo en caso de persona jurídica)	
Nombre completo:	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la entidad:	
RUT:	
Nacionalidad:	
Dirección comercial (calle, comuna, ciudad, provincia, región):	
Teléfono:	Celular:
Correo electrónico:	
Profesión:	
Género (Masculino o Femenino):	
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	
<hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> Firma	

6.4. Breve reseña del postulante
<p><i>Indique brevemente la historia del postulante, cuál es su actividad, su vinculación con los ámbitos de la propuesta, sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir el proyecto y vinculación con el territorio donde se implementa.</i></p>
<p>(Máximo 3.500 caracteres)</p> <p>Elías Franco es Ingeniero Agrónomo y Magíster en Enología y Vitivinicultura , ambos título obtenidos en la Universidad de Chile, que ha trabajado en el Valle del Huasco desde el año 2010. Fue director de un Programa de Difusión Tecnológica (PDT) para el apoyo de los productores de pajarete, a través de CODESSER y PTI HUASCO CADENAS AGROINDUSTRIALES. En su trayectoria, realizó investigaciones y transferencia tecnológica a través de la Universidad de Santiago de Chile y la Universidad de Chile en ámbitos microbiológicos, biotecnológicos y enológicos hasta fines del año 2014. En este proceso logro mejorar técnicamente la producción de pajarete, hasta lograr un producto de calidad. Por otro lado, se desempeñó como Jefe de la Carrera de Agronegocios del Centro de Formación Técnica de la Universidad de Atacama. A partir del año 2014 empezó a incursionar en el proceso de producción de cerveza artesanal, creando la primera cerveza de la Provincia del Huasco. Durante el transcurso del proceso de la creación de “Cerveza Ribereña” ha potenciado la imagen de marca, mostrando las bondades de la Provincia y de la Ciudad de Vallenar a través de su imagen corporativa e innovando con sabores locales.</p>

6.5. Indique si el postulante ha obtenido cofinanciamiento de FIA u otras agencias del Estado en temas similares. (Marque con una X).			
SI	X	NO	
Si la respuesta anterior fue SI, entregue la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones (inicie con la más reciente).			
Nombre agencia o fuente de financiamiento:			
Nombre proyecto:			
Monto adjudicado (\$):			
Monto total (\$):			
Año adjudicación:			
Fecha de término:			

6.6. Indique cuál o cuáles son los productos comercializados por el postulante (territorio nacional/exportación):				
Identificación Producto	Monto de ventas		Año Inicio actividades	Principales destinos
	2016	2017		
Cerveza Artesanal			2014	Mercado Nacional

<p>7. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA PROPUESTA <i>Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Además, se debe adjuntar como anexos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Carta de compromiso del coordinador de la propuesta en Anexo 3.</i> • <i>Curriculum vitae del coordinador de la propuesta en Anexo 4.</i>
Nombre completo: Elias Ricardo Franco Novoa
RUT:
Profesión: Ingeniero Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja: Cerveza Ribereña
Dirección comercial (calle, comuna, ciudad, provincia, región):
Teléfono:
Celular:
Correo electrónico:
Horas dedicación en la propuesta (horas al mes): 2 0 horas
<hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p>Firma</p>
<p>7.1 Reseña del coordinador de la propuesta <i>Indique brevemente la formación profesional del coordinador, experiencia laboral y competencias que justifican su rol de coordinador de la propuesta.</i></p>
<p>(Máximo 2.000 caracteres)</p> <p>Elías Franco es Ingeniero Agrónomo, Magíster en Enología y Vitivinicultura (Universidad de Chile) y Diplomado en Comercio Exterior (Universidad de Antofagasta). Trabajó como Enólogo Asistente en Viña San Pedro y Viña Concha y Toro, y se desempeñó en el área vitivinícola en una cooperativa en Francia. A fines del 2010, fue director de un Programa de Difusión Tecnológica (PDT) para el apoyo de los productores de pajarete en Alto del Carmen. Posteriormente, realizó asesorías en ámbitos microbiológicos, biotecnológicos y enológicos hasta fines del año 2014. Entre el 2010 y 2014 además apoyó a productores locales en proyectos de fomento productivo, proyectos de inversión y proyectos asociativos. Por otro lado, se desempeñó como Jefe de la Carrera de Agronegocios del Centro de Formación Técnica de la Universidad de Atacama. A partir del año 2014 empezó a incursionar en el proceso de producción de cerveza artesanal, creando la primera cerveza de la Provincia del Huasco. Durante el transcurso del proceso de la creación de “Cerveza Ribereña” ha potenciado la imagen de marca, mostrando las bondades de la Provincia y de la Ciudad de Vallenar a través de su imagen corporativa e innovando con sabores locales.</p>

SECCIÓN III: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA

8. IDENTIFICACIÓN DEL O LOS PRODUCTOS A MEJORAR EN ESTA PROPUESTA

Marque con una X una de las opciones y a continuación, describa cuáles son las características y/o atributos de su o sus productos. Además, se debe adjuntar imágenes de apoyo del producto en Anexo 6.

	Desarrollo e implementación de un Plan de Marketing de productos que no existen en el mercado nacional, y que requieran desarrollar su estrategia de marketing para ingresar al mercado local, nacional o internacional.
	Desarrollo e implementación de un Plan de Marketing de productos que surgen del cambio de su funcionalidad y que requieren mejorar o fortalecer su estrategia de marketing para ingresar en el mercado local, nacional internacional.
x	Desarrollo e implementación de un Plan de Marketing de productos que ya se comercializan y propongan innovaciones en su estrategia de marketing, usabilidad, envases u otros aspectos relacionados.
<p>Cerveza Ribereña es la primera cerveza diseñada, producida y envasada en la comuna de Vallenar. Destaca por su diseño de etiquetas en el cual su imagen principal es el connotado Puente de Huasco. Además en sus variedades se puede apreciar tres símbolos iconos de la comuna: Escultura de José Caroca La Flor "Vendimia", Cúpula de la Iglesia de San Ambrosio y por último el Reloj del Paseo Brasil. Esta cerveza se caracteriza por poseer sabores adaptados al gusto nortino, es decir, menos amarga que las tradicionales, y con sabores con identidad local, pero manteniendo el sabor tradicional de las cervezas. Por otro lado, destaca sus propuestas innovadoras en el packaging, con cajas de madera, packs de cartón con diseños propios, y packs especiales que incluyen copas o vasos schoperos, entre otros.</p>	
<p>N° de Resolución Sanitaria (si aplica): Adjuntar copia de Resolución Sanitaria en Anexo 7, si corresponde.</p>	
<p>¿Cuenta con algún otro tipo de certificación? (orgánica, comercio justo, u otra) Se debe adjuntar copia de la certificación en Anexo 7</p>	NO

8.1 ¿Cuáles son los atributos diferenciadores de su(s) producto(s) para el consumidor?

Marque con una X un máximo de dos opciones y entregue una breve reseña sobre sus atributos destacados.

	Beneficios para la salud y/o estilo de vida
	Medioambiental
X	Producto local
	Precio
	Otro:

Los atributos diferenciadores que pueden apreciar los clientes, es que Cerveza Ribereña, es un tipo de cerveza de gusto masivo en sus cuatro estilos principales : Pilsen, Pale Ale, Scottish y Porter. Nos caracterizamos y nos diferenciamos, por ser una cerveza con un amargor medio a medio bajo, característica muy valorable por los consumidores. Para otorgarle una connotación local se elaboran sabores tales como: Pajarete, Arrope de uva y guayaba. Por otro lado, se ha desarrollado una imagen corporativa que representa su zona de origen, y el tipo de envase resalta su connotación de artesanal.

8.2 ¿Qué puede comentar sobre la presentación o estado actual de su(s) producto(s)?

Los atributos diferenciadores que pueden apreciar los clientes, es que el etiquetado es de alta calidad, y sus colores son muy llamativos. La imagen corporativa representa su zona de origen, y el tipo de envase resalta su connotación de artesanal. La diferencia que posee esta cerveza en relación a otras, es que potenciamos el packaging, siendo unas de las pocas cervezas que tenemos packaging de madera y packs de simulación madera. __

9. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD

Describe detalladamente cuál es el problema y/u oportunidad actual para el postulante en relación a la presentación, producción, comercialización, comunicación u otro, de su producto que afecte la competitividad de éste.

Actualmente no podemos competir en términos de precios con esta gran industria. Por lo tanto, nuestra estrategia de venta siempre ha sido agregar valor para mejorar nuestra competitividad frente a esta problemática, y por lo mismo, es que vendemos y potenciamos en los lugares donde la gran industria no abastece. Sin embargo, actualmente los clientes están prefiriendo productos más bajos en calorías, productos bajos en alcohol, sin alcohol, e incluso, existe una parte de la población que no puede consumir debido a su intolerancia al gluten. Por otro lado, se están valorando los productos artesanales y sustentables en su producción, y es por esto y lo anteriormente mencionado, que se presenta esta

gran oportunidad de potenciar y mejorar ciertos atributos, y darle una sustentabilidad a nuestro packaging, de los cuales, un nicho muy importante está prefiriendo.

10. MERCADO OBJETIVO

A continuación responde las siguientes preguntas:

10.1 ¿En qué mercado busca posicionarse? (regional, nacional, internacional)

Actualmente, nos interesa posicionarnos en primera instancia a nivel Regional y posteriormente a nivel nacional. Sin embargo, una vez que se cumpla con las condiciones técnicas y el producto pueda soportar un embarque, pretendemos llegar a un mercado internacional.

10.2 ¿Quién es su consumidor objetivo? (Ejemplo: Mujeres entre 30-40 años, trabaja, etc.; Canal HORECA – Hoteles, Restaurantes, Casinos; Turistas extranjeros, etc.)

Nuestro consumidor objetivo son hombres y mujeres entre 25 y 45 años, perfil profesional joven o adultos que quieran incursionar en cervezas artesanales. Además nos interesa poder llegar a los hoteles, supermercados y tiendas gourmet.

10.3 ¿Quién es su competencia directa?

Actualmente, nuestra gran competencia son las cervezas industriales, más específicamente la marca Kunstmann y las cervezas mal denominadas artesanales. En la Región de Atacama llegan muy pocas cervezas artesanales, es por esto que, hoy en día, no es una competencia, pero si podría convertirse en una amenaza.

10.4 ¿Qué diferencia a su producto con respecto a la competencia? (Ej.: Origen, nuevas mezclas de sabores, procesado de otra forma, etc.)

Debido a que no podemos competir en términos de precios con la gran industria, nuestra estrategia de venta siempre ha sido agregar valor para mejorar nuestra competitividad y diferenciarnos de la competencia, y es por esto, que vendemos y nos potenciamos en los lugares donde ellos no se encuentran, es decir, en ferias locales, costumbristas, entre otras. Por otro lado, potenciamos nuestro origen y vendemos un concepto de la Provincia de Huasco, hemos creado variedades con sabores locales, tales como cerveza con arropo de uva, con pajarete, con guayaba y con maracuyá, todo esto con el fin de otorgarle identidad a Cerveza Ribereña. Por último, creamos cajas de madera, packs que simulan madera y packs que incluyen 1 copa y 2 cervezas, con el fin de fomentar la venta a personas que quieran llevar un recuerdo de un producto local, o para regalos en eventos especiales.

11. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

*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*

Crear alternativas saludables en la cerveza artesanal, a través de la disminución del grado alcohólico, incorporación de antioxidantes, y disminución del gluten, para otorgarle valor agregado y mejorar su competitividad

12. ACTIVIDADES:	
<i>¿Qué prestaciones de servicios requiere para hacer su producto más competitivo?</i>	
<i>Marque con una X la o las opciones de preferencia</i>	
X	Plan de Marketing
X	Análisis de laboratorio de características de los productos e inclusión en etiquetas
X	Mejoramiento de procesos de elaboración o transformación de productos
X	Diseños (Arquitectura de marca, logotipos, etiquetas, papelería)
X	Envases y embalajes (búsqueda o desarrollo de un nuevo envase o embalaje que agregue valor al producto)
X	Soportes comunicacionales (catálogos, folletos, pendones, otros)
X	Página web
	Diseño de mailing
	Estrategias de marketing relacional
	Display u otros para la demostración o venta de productos
X	Promoción en puntos de venta (ferias, supermercados, entre otros)
	Impresión material de difusión
Justifique la o las opciones seleccionadas	
<p>- Se requerirá un Plan de Marketing para definir y realizar un estudio de mercado, objetivos a realizar, plan de trabajo y estrategias que se requerirán implementar.</p> <p>- Para establecer los parámetros de calidad y los que se quieren mejorar será necesario realizar Análisis de laboratorio para los ensayos a realizar.</p> <p>- Para obtener los resultados que deseamos en la mejora la agregación de valor de la cerveza, se debe Mejorar algunas etapas del proceso, como por ejemplo, fermentaciones más lentas a través de equipo de frío, conservación de botellas a través de cámara de frío, entre otras etapas que se podrían mejorar y que sean necesarias para cumplir los objetivos del proyecto.</p> <p>- Una vez obtenido la mejora de la cerveza y la propuesta de valor, se debe modificar los Diseños de etiquetas, destacando sus nuevos atributos.</p> <p>- En la Actualidad, tenemos un prototipo de packaging que no se ha desarrollado, que es una caja de madera en la cual tiene diferentes funciones y utilidades, por lo que se podría trabajar en concretar esta caja, para agregar valor al producto y hacerlo más sustentable, al crear una utilidad a esta. Por otro lado, se debe crear un embalaje que resista envíos a distancia.</p> <p>- Los soportes comunicaciones serán necesarios para crear una imagen del producto, potenciar las redes sociales con mensajes comunicaciones, promociones, difusión, en general potenciar un buen Marketing Digital, potenciando el consumo responsable de la cerveza.</p> <p>- Crear una Página web más amigable y dinámica, que pueda captar más clientes.</p>	

- Para poder concretar y dar a conocer las bondades y atributos de las mejoras de nuestra cerveza, es necesario realizar **Promociones en puntos de venta.**

13. POTENCIAL IMPACTO

Describe cómo la propuesta va a permitir aumentar la competitividad del producto dentro del mercado objetivo

Al crear una cerveza artesanal con potenciales benéficos para la salud y diferenciadores del resto que existe en el mercado, cumplirá con las exigencias que los consumidores buscan hoy en día, que es una funcionalidad en los productos, sean más saludables o simplemente que puedan consumirlo. Además generaremos un sistema de packaging más sustentable y reutilizable.

ANEXOS

ANEXO 1. Certificado de vigencia de la entidad postulante (Sólo personas jurídicas).

Se debe presentar el Certificado de vigencia de la entidad, emanado de la autoridad competente, que tenga una antigüedad máxima de 60 días anteriores a la fecha de postulación.

ANEXO 2. Certificado de iniciación de actividades.

Se debe presentar un documento tributario que acredite la iniciación de actividades y ventas anuales en los últimos 12 meses. (Copia Formulario 29 pago de IVA).

ANEXO 4. Currículum Vitae (CV) del coordinador de la propuesta.

Se debe presentar un currículum breve, de **no más de 3 hojas**. La información contenida en cada currículum, deberá poner énfasis en los temas relacionados a la propuesta y/o a las responsabilidades que tendrá en la ejecución del mismo. De preferencia el CV deberá rescatar la experiencia profesional de los últimos 5 años.

ANEXO 5. Ficha identificación coordinador.

Nombre completo	Elias Ricardo Franco Novoa
RUT	
Profesión	Ingeniero Agrónomo
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Independiente
Dirección comercial (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	Pequeño
Rubros a los que se dedica:	Enología y Cerveza artesanal

ANEXO 6. Imágenes de apoyo

Adjuntar imágenes de buena definición, máximo 6, mostrando distintas vistas del producto que permitan ver detalles como el tipo de letra, logo, etiqueta, nitidez de la impresión.

ANEXO 7. Adjuntar copia de Resolución Sanitaria u otro tipo de certificación, si aplica.

ANEXO 8. Identificación sector, subsector y rubro.

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
	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
Forestal	Bosque nativo
	Plantaciones forestales tradicionales
	Plantaciones forestales no tradicionales
	Otros forestales
	General para Sector Forestal
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	
General	General para Sector General

Sector	Subsector
Alimento	Congelados
	Deshidratados
	Aceites vegetales
	Jugos y concentrados
	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	
Turismo	Agroturismo
	Turismo rural
	Turismo de intereses especiales basado en la naturaleza
	Enoturismo
	Otros servicios de turismo
	General Sector turismo
Otros productos (elaborados)	Cosméticos
	Bioteconológicos
	Insumos agrícolas / pecuarios / acuícolas / forestales / industrias asociadas
	Biomasa / Biogás
	Farmacéuticos
	Textiles
	Cestería
	Otros productos
General para Sector Otros productos	