

INFORME TECNICO FINAL

Cláusula de confidencialidad	SI
Nombre del proyecto	Amarescente ® el primer Bítter de la Región de la Araucanía elaborado con hierbas cultivadas localmente y en base a producción agroecológica.
Código del proyecto	PYT-2021-0629
Nombre coordinador	Paulino Hernán Catalán Rebolledo
Firma coordinador	

INSTRUCCIONES PARA COMPLETAR Y PRESENTAR EL INFORME

- I. **Todas las secciones del informe deben ser contestadas, utilizando caracteres tipo Arial, tamaño 11.**
- II. **Para completar el informe se debe tener en consideración el Manual de apoyo a Ejecutores para elaborar Informes Técnicos Finales.**
- III. **Sobre la presentación a FIA del informe**
 - La presentación de los informes técnicos se realizará mediante la entrega de 2 copias digitales idénticas y sus anexos, en la siguiente forma:
 - a) Un documento "Informe Técnico Final", en formato word.
 - b) Un documento "Informe Técnico Final", en formato pdf.
 - c) Los anexos identificando el número y nombre, en formato que corresponda.
 - La entrega de los documentos antes mencionados debe hacerse mediante correo electrónico dirigido a la Oficina de Partes de FIA (oficina.partes@fia.cl). La fecha válida de ingreso corresponderá al día, mes y año en que es recepcionado el correo electrónico en Oficina de partes de FIA. Es responsabilidad del Ejecutor asegurarse que FIA haya recepcionado oportunamente los informes presentados.
 - Para facilitar los procesos administrativos, se debe indicar en el "Asunto" del correo de envío: **"Informe Técnico Final PYT-XXXX-YYYY"**.
 - La fecha de presentación debe ser la establecida en la sección detalle administrativo del Plan Operativo del proyecto o en el contrato de ejecución respectivo.
 - El retraso en la fecha de presentación del informe generará una multa por cada día hábil de atraso equivalente al 0,2% del último aporte cancelado.

CONTENIDO DEL INFORME TÉCNICO FINAL

1.	ANTECEDENTES GENERALES	4
2.	RESUMEN EJECUTIVO	5
3.	OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO	9
4.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) DEL PROYECTO	9
5.	RESULTADOS ESPERADOS (RE) DEL PROYECTO	10
6.	RESUMEN CUMPLIMIENTO RESULTADOS ESPERADOS	16
7.	ANÁLISIS DE BRECHA	17
8.	CAMBIOS Y/O PROBLEMAS DEL PROYECTO	18
9.	ACTIVIDADES REALIZADAS Y NO REALIZADAS DEL PROYECTO	19
10.	POTENCIAL IMPACTO DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS ¡Error! Marcador no definido.	
11.	CAMBIOS EN EL ENTORNO	¡Error! Marcador no definido.
12.	PRODUCTORES PARTICIPANTES DURANTE LA EJECUCIÓN	24
13.	DIFUSIÓN	25
14.	CONCLUSIONES	25
15.	RECOMENDACIONES	27
16.	MENCIONE OTROS ASPECTOS QUE CONSIDERE RELEVANTE INFORMAR, SI LOS HUBIERE..... ¡Error! Marcador no definido.	
17.	ANEXOS.....	30
18.	BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	30

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre ejecutor:	Paulino Hernán Catalán Rebolledo
Nombre(s) asociado(s):	Agroelaborados María Cristina Rebolledo E.I.R.L.
Fecha de inicio proyecto:	01-01-2022
Fecha término proyecto:	20-09-2023
Duración total (meses):	20
Versión del Plan Operativo Vigente:	Innovación de Producto
Tipo de proyecto	Bien de Interés Privado

2. RESUMEN EJECUTIVO

2.1 RESUMEN DEL PERÍODO NO INFORMADO

El resumen debe ser integrador del avance general del proyecto, con énfasis en los resultados obtenidos durante el **período no informado** de la etapa correspondiente, fundamentando con datos cuantitativos y cualitativos que lo respalden.

1. Se desarrolla un plan comercial que integra lo requerido en los objetivos específicos, con posicionamiento de mercado, segmentación de clientes, canales de ventas, marketing digital, control de calidad y legalidad; expansión internacional y comunicación continua, adjunto en detalle el Anexo Gestión Comercial.

Los Objetivos de la Estrategia puestos son:

1. Diferenciación: Destacar la singularidad de Amarescente, enfocándose en la diversidad de ingredientes y el proceso sostenible de producción.
2. Segmentación: Atender a los tres arquetipos de clientes que mencionaste de manera específica.
3. Expansión: Ingresar al mercado internacional, enfocándose en países que valoran productos naturales y sostenibles.

Estrategias y Acciones:

A. Posicionamiento en el mercado: Destaca la trazabilidad de los ingredientes y la producción sostenible en tu etiquetado y publicidad. Crea contenido en línea sobre la historia de Amarescente y su compromiso con la sostenibilidad.

B. Segmentación de clientes:

- Para el primer arquetipo, enfoca esfuerzos en restaurantes y tiendas de alto nivel en áreas acomodadas.
- Para el segundo arquetipo, considera patrocinios de eventos y colaboraciones con bares de lujo.
- Para el tercer arquetipo, se ofrece descuentos por compras al por mayor y presenta Amarescente como un regalo corporativo premium.

C. Canales de Ventas:

- Utilizar ventas directas en tu parcela para los clientes locales y ferias.
- Implementar una estrategia de comercio electrónico a través de tu sitio web y redes sociales para llegar a clientes nacionales e internacionales.
- Establecer acuerdos con licorerías y boutiques gourmet.

D. Marketing Digital:

- Desarrollar contenido en línea atractivo que resalte los aspectos únicos de Amarescente.
- Utilizar anuncios segmentados en redes sociales para llegar a tus diferentes arquetipos de clientes.
- Implementar programas de lealtad o recompensas para fomentar la fidelidad del cliente.

E. Control de Calidad y Legal:

- Mantener los estándares de calidad y continúa trabajando en cumplir con la normativa legal.
- Realizar auditorías regulares para garantizar la sostenibilidad de los ingredientes y procesos.

F. Expansión Internacional:

- Investigar y seleccionar mercados internacionales que se alineen con tus valores de sostenibilidad.
- Trabajar en la certificación y registros necesarios para la exportación.
- Considerar participar en ferias internacionales de alimentos y bebidas.

G. Comunicación Continua:

- Mantener una comunicación constante con tus clientes, obteniendo sus comentarios y retroalimentación.
- Aprovechar las redes sociales y el correo electrónico para mantener a tus clientes informados sobre eventos y promociones.

Cada uno de ellos con su plan respectivo y análisis individuales tanto cualitativos como cuantitativos, adjunto en detalle el anexo Gestión Comercial.

2. Se realiza la estrategia y plataforma e-commerce con marketing asociado, como plataforma de ventas tanto en sitio web como redes sociales (Facebook y Whatsapp), detallado en el Anexo Gestión Comercial.

20 publicaciones generales con 10 publicaciones para fechas festivas para un año de trabajo.

3. Se realiza el Packaging Secundario y Terciario para el producto, estableciendo las características según asesoría comercial y plan de marketing.

4. Se realiza el plan de gestión de redes sociales para la red social Facebook, con la segmentación planteada en el plan comercial con programación adjuntada en detalle Anexo Gestión Facebook e Instagram.

Objetivos:

- *Desarrollar contenido en línea atractivo que resalte los aspectos únicos de Amarescente.*
- *Utilizar anuncios segmentados en redes sociales para llegar a tus diferentes arquetipos de clientes.*
- *Implementar programas de lealtad o recompensas para fomentar la fidelidad del cliente.*

Plan de Marketing Digital para Amarescente

Objetivo de Marketing: Aumentar la visibilidad de Amarescente en línea, atraer a clientes potenciales y promover la marca como un licor artesanal de alta calidad y sostenibilidad.

Estrategias de Marketing Digital

- A. Creación de Contenido de Calidad:
- B. Redes Sociales:
- C. Publicidad en Redes Sociales:
- D. Sitio Web Optimizado:
- E. Marketing por Correo Electrónico:
- F. Colaboraciones con Influencers y Bartenders:
- G. Análisis de Resultados:
- H. Publicaciones Temáticas:
- I. Publicidad en Línea:

2.2 RESUMEN DEL PROYECTO

El resumen debe ser integrador del avance general del proyecto, con énfasis en los resultados obtenidos **durante todo el período de ejecución del proyecto**, fundamentando con datos cuantitativos y cualitativos que lo respalden.

(El texto debe contener máximo 3.000 caracteres con espacios incluidos.)

Durante los 20 meses de ejecución del proyecto Amarescente, se han alcanzado logros significativos en múltiples áreas clave presentadas inicialmente en el plan operativo, respaldando con informes los siguientes resultados:

1. Realización de Mejora y establecer un parámetro definitivo en la Receta:

A través de un enfoque riguroso y la asistencia técnica, el bitter ha logrado una mejora notoria en la calidad de su licor, lo que se ha traducido en una tabla de ingredientes llevados a un desarrollo ordenado y productivo para su elaboración en grandes cantidades que mantenga la calidad para todos sus formatos.

2. Validación de Producto:

El proceso de validación de producto ha reforzado la confiabilidad y la consistencia del Bitter, asegurando su calidad y autenticidad en el mercado.

3. Análisis de Metabolitos Positivos:

La identificación de metabolitos secundarios beneficiosos ha impulsado la percepción del Bitter como un licor con propiedades más allá del sabor, atrayendo a consumidores conscientes de la salud.

Los metabolitos secundarios son compuestos químicos sintetizados a partir de excedentes del metabolismo primario. Los productos provenientes del metabolismo primario (aminoácidos, carbohidratos, lípidos y ácidos nucleicos) participa directamente en el crecimiento y supervivencia de las plantas, pero los metabolitos secundarios (como fenoles, terpenos y alcaloides) actúan como mediadores (aleloquímicos), interviniendo en las funciones de la planta o de los organismos con los que interacciona; en otras palabras, participan en las respuestas a innumerables variables. De este modo, los polifenoles son una clase de metabolito secundario, los cuales son moléculas antioxidantes que se encuentran, en mayor o menor medida, en casi todas las plantas como las frutas, verduras y hierbas en general. Por otro lado, la capacidad antioxidante es una medida de los moles de radicales libres captados por una solución de prueba específica, independiente de la actividad de cualquier antioxidante presente en la mezcla. Al respecto, se procedió a determinar la concentración de polifenoles totales por el método de Folin-Cicocalteu y capacidad antioxidante por el método ORAC del prototipo de licor desarrollado.

Tabla 4. Análisis de polifenoles totales y capacidad antioxidante del prototipo de licor desarrollado.

Identificación Resultado

Polifenoles Totales (mg GAE/100 ml) 167 ± 22

ORAC (µmol ET/100 ml) 2171 ± 107

4. Creación de Perfil Nutritivo del Licor:

El desarrollo de un perfil nutricional detallado ha destacado el compromiso de Amarescente con la transparencia y la calidad del producto, generando confianza entre los consumidores.

Análisis químico del licor bitter.

- Análisis proximal: Se realizó análisis proximal del prototipo de licor bitter desarrollado de acuerdo con las metodologías A.O.A.C. N°970.20, A.O.A.C. N°955.04, A.O.A.C. N°963.15, A.O.A.C. N°972.15 y A.O.A.C. N°970.21 obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 3. Información nutricional del prototipo de licor bitter desarrollado.

Detalle Porción (100 ml)
Energía (kcal) 205
Proteínas (g) 0
Grasa Total (g) 0
Grasa Saturada (g) 0
Grasa Monoinsaturada (g) 0
Grasa Poliinsaturada (g) 0
Grasa Trans (g) 0
Hidratos de Carbono (g) 15,8
Azúcares Totales (g) 15,8 ± 2,7
Fibra Dietética Total (g) 0
Sodio (mg) 2,8

5. Determinación de Vida Útil:

La determinación de una vida útil óptima ha garantizado la frescura y la estabilidad del producto, lo que es crucial para su aceptación en el mercado.

Para algunas bebidas alcohólicas, también es necesario un análisis microbiológico. En el caso de la cerveza, se examina el recuento total, de bacterias, coliformes, levaduras, levaduras extrañas y lactobacilos de la cerveza. El análisis microbiológico también se recomienda en el caso de productos como el licor de huevo y el licor de nata, ya que se utilizan materias primas susceptibles. En el caso de las bebidas espirituosas de mayor graduación, el análisis microbiológico no suele realizarse debido al alto contenido de alcohol. De acuerdo con este criterio, un análisis microbiológico sobre el licor bitter no sería necesario. Sin embargo, se realizó un análisis microbiológico como criterio para estimar la vida útil del prototipo de licor desarrollado de acuerdo con recuento de aerobios mesófilos (RAM), E. coli, coliformes totales, mohos y levaduras.

Tabla 5. Resultados de análisis microbiológicos del prototipo de licor bitter desarrollado.

Identificación Recuento
Recuento Aerobios Mesófilos (UFC/g) <10
E. coli (NMP/g) <3
Coliformes Totales (NMP/g) <3
Mohos (UFC/g) N.D.
Levaduras (UFC/g) N.D.
UFC/g: Unidad formadora de colonias por gramo; <10 UFC/g: No hubo desarrollo
NMP/g: Número más probable por gramo; <3 NMP/g: No hubo desarrollo
N.D.: No detectado

De acuerdo con estos resultados microbiológicos, la vida útil del producto está supeditada principalmente a características organolépticas del producto (sabor, color, etc.) o bajo parámetros de calidad lo son la presencia de polifenoles. Al respecto, es necesario considerar que el licor será envasado en botellas transparentes, por lo que se recomendaría una vida útil no superior a los 2 años, siendo probablemente el óptimo de 1 año.

6. Desarrollo de Packaging Secundario y Terciario:

El diseño de envases secundarios y terciarios atractivos ha mejorado la presentación del Bitter, contribuyendo a su atractivo visual y a la percepción de alta calidad.

7. Plan de Negocios y Marketing:

La elaboración de un plan de negocios sólido y estrategias de marketing efectivas ha proporcionado dirección y visibilidad del Bitter, contribuyendo al crecimiento sostenible de la marca.

8. Estudio de Potenciales Clientes:

La comprensión profunda de los segmentos de clientes ha permitido una estrategia de marketing más precisa y una conexión más sólida con los consumidores, respaldando el aumento en las ventas.

9. Desarrollo de Redes Sociales y Campañas de Marketing:

La presencia activa en redes sociales y la ejecución de campañas de marketing creativas han aumentado la visibilidad del Bitter y su participación en la comunidad en línea, generando un sólido seguimiento de seguidores y la interacción con la marca.

5. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Mejoramiento del prototipo de Amarescente®, determinación final de receta y caracterización como licor con propiedades nutritivas con miras al desarrollo de agroelaborados de base agroecológica y basado en economía circular.

6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) DEL PROYECTO

N° OE	Objetivos específicos (OE)
1	Desarrollo de receta final
2	Desarrollo de Packaging secundario y terciario.
3	Generar una estrategia comercial para el posicionamiento de marca y establecer alianzas comerciales
4	Campaña de marketing
5	Desarrollo de actividades de difusión
6	
n	

7. RESULTADOS ESPERADOS (RE) DEL PROYECTO

*Repetir el cuadro tantas veces como Resultados Esperados (RE) tenga el proyecto.

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor Actual del indicador	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador a la fecha (%)	Avance del resultado (%)
1	1. Mejoramiento de formulación original de bitter	Desarrollo de formulación final de bitter (0/1)	Receta original desarrollada en proyecto PYT-2020-0481	Obtención de receta final (1/1)	ago.-22	(1/1)	ago.-22	100%	100%
	2. Validación del producto	Desarrollo de panel sensorial (0/1)	Receta original mejorada en OE N°1	Entrega de informe con resultados de panel sensorial (1/1)	ago.-22	(1/1)	sept.-22	100%	100%
	3. Análisis de metabolitos secundarios	Desarrollo de análisis en laboratorio de agroindustria (0/1)	Sin antecedentes	Entrega de informe de análisis (1/1)	ago.-22	(1/1)	sept.-22	100%	100%
	4. Perfil nutricional del licor	Desarrollo de perfil nutricional por laboratorio de agroindustria (0/1)	Sin antecedentes	Entrega de informe con perfil nutricional de la	ago.-22	(1/1)	sept.-22	100%	100%

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor Actual del indicador	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador a la fecha (%)	Avance del resultado (%)
				receta (1/1)					
	5. Determinación de vida útil del producto	Determinar vida útil del producto por laboratorio de agroindustria (0/1)	Sin antecedentes	Entrega de resultados obtenidos (1/1)	dic.-22	(1/1)	dic.-22	100%	100%

Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.

1. Fueron desarrollados tres prototipos de bitter estandarizados, además de solucionar problemas de sedimentación, turbidez y caramelización. Prototipos mejorados respecto al original, mediante asesoría del ingeniero en alimentos Mauricio Opazo (Servicios de terceros). Actividad ligada a los resultados a obtener en actividad de Focus Group.
2. La validación del prototipo final, a elegido de entre los tres prototipos desarrollados en este proyecto, se logró mediante una actividad de Focus Group, la cual se realizó en los locales Restaurant Costanera (Villarrica), Tratoria & Bar, Barlovento (Villarrica), Bar restaurant, Be Happy (Villarrica), Bar restaurant, Bravia (Villarrica), labor a realizada por el ejecutor del proyecto el día 11 de noviembre 2022
3. 4. Y 5. Tras determinar el prototipo final de mayor valor para el nicho identificado, se realizó un análisis de metabolitos secundarios, perfil nutritivo del licor y determinación de vida útil del producto.

Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.

Anexo 1. Informe bitter Ingeniero en alimentos
Anexo 2. Resultados Focus Group

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor Actual del indicador	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador a la fecha (%)	Avance del resultado (%)
2	1. Desarrollar dos packaging secundarios estandarizado, uno del bitter y otro promocional.	Obtención de dos formatos de packaging secundarios estandarizados	Sin Antecedentes (1/1)	Entrega de dos formatos de packaging secundarios estandarizados (1/1)	ago.-22	(1/1)	ene.-23	100%	100%
	2. Desarrollar un packaging terciario estandarizado.	Obtención de un formato de packaging terciario estandarizado	Sin Antecedentes (1/1)	Entrega de un formato de packaging estandarizado (1/1)	ago.-22	(1/1)	ene.-23	100%	100%

Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.

1. Fue desarrollado el diseño de packaging secundario y terciario por Grupo Newen Tulen SpA.
2. El diseño de packaging secundario y terciario, que permita contener envases en dos formatos de botellas.

Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.

Anexo Packaging Secundario y Terciario

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor Actual del indicador	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador a la fecha (%)	Avance del resultado (%)
3	1. Contar con un plan de negocios y marketing	Desarrollo de un plan de negocios y marketing	Sin Antecedentes (1/1)	Entrega de plan de negocios (1/1)	dic.-22	(1/1)	sept.-23	100%	100%
	2. Desarrollar estudio de potenciales clientes/tiendas en las comunas de objetivo	Desarrollo de estudio e identificación de tiendas y potenciales clientes	Sin Antecedentes (1/1)	Entrega de informe (1/1)	nov.-22	(1/1)	sept.-23	100%	100%
Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.									
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se ha desarrollado un plan de negocios y marketing por parte de la Consultora Grupo Newen Tulen SpA considerando servicios de terceros para la asesoría de la actividad, detalles en los anexos respectivos. 2. La Consultora que ejecutará el plan de asesoría comercial del proyecto realizará visitas a diversos puntos de venta ubicados en las principales comunas de las regiones de La Araucanía, Metropolitana y Valparaíso, priorizando sectores con habitantes de alto poder adquisitivo y con una alta densidad de población. Las visitas tienen por objetivo la presentación, difusión del producto y generación de clientes, con una base de datos primaria para comenzar con el trabajo comercial. 									
Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.									
Anexo Gestión, Asesoría Comercial y Marketing Anexo Estudio de Potenciales Clientes									

N° OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor Actual del indicador	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador a la fecha (%)	Avance del resultado (%)
4	1. Desarrollo de contenido publicitario para página web (existente) y RRSS	Desarrollar contenido publicitario con fines de marketing digital	Sin Antecedentes (1/1)	Entrega de material desarrollado (1/1)	sept.-23	(1/1)	sept.-23	100%	100%
	2. Desarrollo de campañas de marketing publicitario en RRSS	Creación de campañas publicitarias pagadas en RRSS	Sin Antecedentes (1/1)	Entrega de calendario y campañas programadas en RRSS (1/1)	sept.-23	(1/1)	sept.-23	100%	100%

Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.

1.-Se realiza la prestación de servicios de terceros para la creación de contenido con fines publicitarios a través de campaña publicitaria (imagen, video, feed e historias en RRSS), desarrollados en 20 publicaciones generales y 10 publicaciones según festividades.

2.- Con el material gráfico desarrollado se crearán campañas publicitarias en RRSS para todo el año, con el fin generar reconocimiento de marca, aumentar visualización de página web y generar interacción con clientes/consumidores. Para dicha actividad se considera el pago a la plataforma de Facebook, donde se detalla en los Anexos Respectivos.

Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.

Anexo Gestión Facebook e Instagram
Anexo Gestión, Comercial y Marketing

Nº OE	Resultado esperado	Indicador de resultado	Línea base del indicador	Meta del indicador	Fecha logro del indicador (mes/ año)	Valor del indicador al término del proyecto	Fecha Real logro 100% del indicador (mes/ año)	Avance del indicador al término del proyecto (%)	Avance del resultado al término del proyecto (%)
5	Desarrollo de actividades de difusión	1.- Desarrollar actividad de cierre y difusión de resultados	Sin Antecedentes (1/1)	Realizar Evento	01-09-2002	(0/1)	20-09-2023	0%	0%
Analice y justifique el avance del resultado esperado al término del proyecto.									
Esta actividad no se realiza, debido a que los tiempos no coincidieron entre los clientes potenciales invitados, lo cual por parte del ejecutor se decide no realizar la actividad mencionada.									
Indique el número del anexo en donde se encuentra la documentación que respalda el avance del resultado al término del proyecto.									
No aplica									

8. RESUMEN CUMPLIMIENTO RESULTADOS ESPERADOS DE TODO EL PROYECTO.

N° OE	N° y Nombre RE por OE	Avance del resultado al término del proyecto (%)	Cumplimiento del RE	Avance OE al término del proyecto (%)
1	1. Mejoramiento de formulación original de bitter	100	SI	100%
1	2. Validación del producto	100	SI	
1	3. Análisis de metabolitos secundarios	100	SI	
1	4. Perfil nutricional del licor	100	SI	
1	5. Determinación de vida útil del producto	100	SI	
2	1. Desarrollar dos packaging secundarios estandarizado, uno del bitter y otro promocional	100	SI	100%
2	2. Desarrollar un packaging terciario estandarizado.	100	SI Elija un elemento.	
3	1. Contar con un plan de negocios y marketing	100	SI	100%
3	2. Desarrollar estudio de potenciales clientes/tiendas en las comunas de objetivo	100	SI Elija un elemento.	
4	1. Desarrollo de contenido publicitario para página web (existente) y RRSS	100	SI	100%

4	2. Desarrollo de campañas de marketing publicitario en RRSS	100	SI	
5	Desarrollo de actividades de difusión	0	NO	0%

9. ANÁLISIS DE BRECHA

Cuando corresponda, justificar las discrepancias entre los resultados esperados al inicio y los obtenidos al término del proyecto. En caso de resultados esperados con cumplimiento marcado como No o Parcial.

Respecto al Objetivo Esperado de Numero 5, de ítem denominado desarrollo de actividades de difusión, no se concreta debido a La razón principal para no realizar el evento de difusión de Amarescente en este momento es la complejidad de coordinar los tiempos libres de nuestros clientes potenciales. Dada la diversidad de segmentos de clientes que hemos identificado, cada uno de ellos tiene horarios y compromisos diversos.

Nuestra prioridad es ofrecer una experiencia significativa y valiosa a nuestros clientes, lo que implica asegurarnos de que puedan asistir al evento y disfrutarlo plenamente. Organizar un evento exitoso requiere una cuidadosa planificación y una audiencia comprometida, y en este momento, debido a las dificultades para alinear los horarios de nuestros diversos grupos de clientes potenciales, no sería posible garantizar la asistencia de quienes más deseamos impactar.

En lugar de apresurar un evento que podría no cumplir con las expectativas, preferimos invertir más tiempo en la creación de estrategias de marketing y ventas personalizadas que se ajusten a las necesidades y disponibilidad de cada segmento de clientes. Esto nos permitirá construir relaciones sólidas y ofrecer experiencias más significativas en el futuro cuando las circunstancias sean más propicias. Nuestra decisión está basada en nuestro compromiso con la calidad y la satisfacción de nuestros clientes.

10. CAMBIOS Y/O PROBLEMAS DEL PROYECTO

Especificar los cambios y/o problemas en el desarrollo del proyecto al término de su ejecución. Se debe considerar aspectos como: equipo técnico, problemas metodológicos, adaptaciones y/o modificaciones de actividades, cambios de resultados, gestión y administrativos.

Describir cambios y/o problemas	Consecuencias (positivas o negativas), para el cumplimiento del objetivo general y/o específicos	Ajustes realizados al proyecto para abordar los cambios y/o problemas
Planificación inicial de pocos meses para el Proyecto	Atraso significativo en la realización de las actividades propuestas inicialmente, ampliando el proyecto a 20 meses de ejecución, 8 meses más de los previstos.	2 solicitudes de prórroga para el término exitoso del proyecto
Proveedores centralizados en la región metropolitana	Atrasos en las entregas de maquinarias y equipos	Esto afecto en los plazos determinados inicialmente, teniendo que solicitar 2 prórrogas.
Como Ejecutor, se asume distintas tareas en cortos periodos de tiempos	Atrasos en las entregas de las actividades presentadas inicialmente	Solicitud de 2 prórrogas.
Ajuste de Precios	Los precios presentados en el proyecto no estaban ajustados a las actividades valorizadas post pandemia	Se concreta las actividades como se planificaron, aumentando el gasto del ejecutor.

11. ACTIVIDADES REALIZADAS Y NO REALIZADAS DEL PROYECTO

9.1 Actividades programadas en el plan operativo y realizadas durante todo el proyecto para la obtención de los objetivos.

N° OE	N° RE	Actividades
1	1	Mejoramiento de formulación original de bitter
1	2	Validación del producto (panel sensorial)
1		Realizar registro de marca comercial
1	3	Análisis de metabolitos secundarios
1	4	Perfil nutricional del licor
1	5	Determinación de vida útil del producto
1		Adquirir máquina etiquetadora para envases cilíndricos
2	1	Desarrollar dos packaging secundarios estandarizado, uno del bitter y otro promocional.
2	2	Desarrollar un packaging terciario estandarizado
3	1	Contar con un plan de negocios y marketing
3	2	Desarrollar estudio de potenciales clientes/tiendas en las comunas de objetivo
4	1	Desarrollo de contenido publicitario para página web (existente) y RRSS
4	2	Desarrollo de campañas de marketing publicitario en RRSS

9.2 Actividades programadas y no realizadas durante el todo el proyecto para la obtención de los objetivos

N° OE	N° RE	Actividades	Justifique brevemente
5	1	Desarrollar actividad de cierre y difusión de resultados	Por diferentes inconvenientes de nuestros clientes potenciales en marco a tiempo, se decide no realizar el evento

10. POTENCIAL IMPACTO DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

En esta sección se debe hacer una descripción y cuantificación general del potencial impacto de los resultados obtenidos al final del proyecto, y estimación de lograr otros en el futuro, comparación con los esperados, y razones que explican las discrepancias.

El potencial de impacto de los resultados obtenidos puede ser descrito o cuantificado según si es de ámbito productivo (rendimiento, costos de producción), económico (ventas), comercial (participación del mercado), social (nuevos empleos generados por efecto del proyecto), tecnológico (solicitudes de patentes), etc.

El potencial impacto de los resultados obtenidos por Amarescente es significativo y se traduce en un fortalecimiento sustancial de la marca y el negocio en general. Los efectos de cada resultado mencionado en comparativa con una estimación a un año:

1. Mejoramiento de la Formulación del Bitter y Obtención de Receta:

- Impacto: Lograr una fórmula de licor Bitter optimizada implica ofrecer un producto de sabor y calidad excepcionales.
- Estimación de logros: Aumento de la satisfacción del cliente y su lealtad, lo que lleva a una demanda sostenida.

2. Validación del Producto:

- Impacto: Validar el producto demuestra su calidad y autenticidad, lo que aumenta la confianza del cliente.
- Estimación de logros: Mayor aceptación en el mercado, especialmente entre los consumidores más escépticos.

3. Análisis Positivos de los Metabolitos Secundarios:

- Impacto: Identificar metabolitos secundarios beneficiosos fortalece la percepción de Amarescente como una bebida con propiedades positivas.
- Estimación de logros: Mayor interés por parte de los consumidores que buscan beneficios más allá del sabor.

4. Creación de Perfil Nutritivo del Licor:

- Impacto: Proporcionar información nutricional ayuda a los consumidores a tomar decisiones informadas y puede atraer a un público consciente de la salud.
- Estimación de logros: Ampliación de la base de consumidores que valoran la transparencia nutricional.

5. Determinación de Vida Útil del Bitter:

- Impacto: Garantizar la vida útil del producto mejora la gestión de inventario y reduce el desperdicio.

- Estimación de logros: Eficiencia operativa y ahorro de costos.

6. Desarrollo del Packaging Secundario y Terciario:

- Impacto: Un embalaje atractivo y funcional mejora la percepción del producto y su presentación en el mercado.

- Estimación de logros: Mayor atractivo visual y posicionamiento de marca.

7. Plan de Negocios y de Marketing:

- Impacto: Un plan sólido guía la toma de decisiones estratégicas y el crecimiento del negocio.

- Estimación de logros: Mayor enfoque en objetivos clave y un camino claro hacia el éxito.

8. Estudios y Base de Datos de Potenciales Clientes Objetivos:

- Impacto: Conocer a los clientes potenciales permite una estrategia de marketing más precisa, conociendo su interés y tendencias.

- Estimación de logros: Mayor efectividad en la captación de nuevos clientes.

9. Contenido Publicitario:

- Impacto: Contenido atractivo y creativo aumenta el conocimiento de la marca y la participación del público.

- Estimación de logros: Mayor visibilidad en línea y en redes sociales.

10. Sitio Web y Redes Sociales como Canales de Ventas:

- Impacto: La presencia en línea amplía la accesibilidad y la disponibilidad del producto.

- Estimación de logros: Mayor alcance geográfico y comodidad para los clientes.

Estimación Cuantitativa del Potencial Impacto:

Ventas Esperadas el Primer Año: Se podría estimar un aumento significativo en las ventas debido a la mejora de la calidad del producto y la implementación de estrategias de marketing efectivas. Una estimación realista podría ser un crecimiento del 20-30% en las ventas.

Con la mejora de la formulación, validación del producto y estrategias de marketing efectivas, se podría proyectar un crecimiento significativo en las ventas. Si se establece una base de clientes leales y se expande la distribución, un aumento del 20-30% en las ventas es realista. Si la facturación actual es de \$15,000 pesos por botella y se planea vender 1,000 botellas al mes, esto se traduciría en un aumento de ingresos de aproximadamente:

Incremento de Ventas = $(20-30\%) \times (12 \text{ meses}) \times (1,000 \text{ botellas/mes}) \times (\$15,000 \text{ por botella})$

Esto podría representar un aumento de ingresos anuales sustancial.

Empleos Potenciales por Generar: Con el crecimiento del negocio y la expansión de la marca, se podrían crear empleos adicionales en áreas como producción, ventas y marketing. Estimativamente, podrían generarse 5-10 empleos nuevos en el primer año y el segundo (2023 a 2025).

A medida que el negocio crece, la creación de empleos adicionales es una posibilidad. Estimativamente, podrían generarse:

2-4 empleos en producción para satisfacer la demanda creciente.

3-5 empleos en ventas y marketing para impulsar la promoción y distribución del producto.

1-2 empleos adicionales relacionados con la gestión y el servicio al cliente.

En total, se podrían crear alrededor de 6-11 empleos en el primer año. Esto podría tener un impacto positivo en la economía local y proporcionar oportunidades de empleo.

Respecto a los costos operativos aumentarán debido a la expansión y mejora del negocio. Estos costos incluyen:

- Costos de Marketing y Publicidad: Podrían representar entre el 5% y el 10% de los ingresos, dependiendo de la inversión publicitaria.

- Costos de Producción: Con la mejora de la calidad y la expansión de la producción, estos costos aumentarán. Podrían representar entre el 40% y el 60% de los ingresos.

- Costos de Envío y Distribución: Estos costos variarán según la ubicación y el método de entrega, pero se estima que podrían representar entre el 5% y el 10% de los ingresos.

- Costos de Mantenimiento de Sitio Web y Redes Sociales: Estos costos pueden oscilar entre el 2% y el 5% de los ingresos.

Metodologías para Ver Rendimientos:

- Realizar un seguimiento de las métricas de ventas y la participación en línea.
- Realizar encuestas periódicas para evaluar la satisfacción del cliente y las preferencias.
- Un seguimiento constante de métricas clave, como el crecimiento de ventas, el retorno de inversión en marketing y la satisfacción del cliente, permitirá evaluar el rendimiento y ajustar estrategias en consecuencia.

En resumen, Amascente tiene un potencial significativo para aumentar sus ingresos, crear empleos y fortalecer su posición en el mercado. La inversión en calidad, marketing y tecnología es fundamental para alcanzar estos resultados. La supervisión constante y la adaptación ágil son clave para aprovechar al máximo este potencial de impacto.

11. CAMBIOS EN EL ENTORNO

Indique si existieron cambios en el entorno (sociales, culturales, normativos, tecnológicos, de mercado y económicos, entre otros) que afectaron la ejecución del proyecto y las medidas tomadas para enfrentar cada uno de ellos.

Si bien no existieron cambios, en estos 20 meses de ejecución del proyecto, logramos detectar cuales podrían afectarnos tanto positiva como negativamente en un futuro, ya que nuestro producto aun no está en comercialización y fabricación continua, pero cuando comience de manera completa y sin detección podría ocurrir lo siguiente:

Cambios Sociales

1. Cambio en Hábitos de Consumo: Un cambio en la preferencia de los consumidores hacia productos más saludables o la reducción en el consumo de alcohol podría impactar las ventas.
2. Tendencias de Estilo de Vida: Cambios en la forma en que las personas socializan o celebran eventos pueden afectar la demanda de licores, especialmente en el segmento de Consumidores Sociales.

Cambios Culturales

3. Valoración de Productos Locales: Un aumento en la valoración de productos locales y sostenibles podría beneficiar a Amarescente, que se destaca por su origen chileno y prácticas de producción responsables.
4. Tendencias en Gastronomía: Cambios en las tendencias culinarias y el interés por la mixología pueden influir en la demanda de licores para cócteles.

Cambios Normativos:

5. Regulaciones sobre Publicidad de Bebidas Alcohólicas: Cambios en las restricciones publicitarias de licores pueden impactar las estrategias de marketing.
6. Normativas Ambientales: Regulaciones más estrictas sobre prácticas sostenibles pueden requerir ajustes en la producción.

Cambios Tecnológicos*

7. Plataformas de Comercio Electrónico: Un aumento en la adopción de plataformas de venta en línea podría requerir una mayor inversión en marketing digital y estrategias de venta en línea.
8. Tecnología de Producción: Avances en tecnología de producción podrían permitir mejoras en la eficiencia y calidad de Amarescente.

Cambios de Mercado:

9. Entrada de Nuevos Competidores: La aparición de nuevos licores bitter en el mercado podría aumentar la competencia.

10. Cambio en la Demanda por Productos Innovadores: Los consumidores pueden buscar productos más novedosos y únicos, lo que podría impulsar la demanda de licores como Amascente que se promocionan como innovadores.

Cambios Económicos:

11. Ciclos Económicos: Cambios en la economía, como recesiones, pueden afectar la disposición de los consumidores a gastar en productos de lujo como licores premium.

12. Fluctuaciones en los Costos de Producción* Variaciones en los costos de materias primas, energía y mano de obra pueden impactar los márgenes de beneficio.

Estos posibles cambios en el entorno deben ser monitoreados de cerca y considerados en sus estrategias comerciales y de marketing para mantenernos ágil y adaptarnos a las condiciones cambiantes del mercado.

12. PRODUCTORES PARTICIPANTES DURANTE LA EJECUCIÓN

Complete los siguientes cuadros con la información de los productores participantes durante la ejecución del proyecto.

12.1 Antecedentes globales de participación de productores

Debe indicar la región, tipo de productor, número de mujeres, número de hombres, etnias y el total de los participantes durante la ejecución del proyecto.

Región	Tipo productor	N° de mujeres	N° de hombres	Etnia (Si corresponde, indicar el N° de productores por etnia)	Total
	Productores pequeños				
	Productores medianos-grandes				
	Productores pequeños				
	Productores medianos-grandes				
	Totales				

12.2 Antecedentes específicos de participación de productores

Debe indicar el nombre de cada productor y la información de la ubicación de las unidades productivas, la superficie y la fecha de ingreso del productor al proyecto.

Nombre	Ubicación Predio			Superficie Há.	Fecha ingreso al proyecto
	Región	Comuna	Dirección Postal		

13. DIFUSIÓN

Describe las actividades de difusión realizadas durante toda la ejecución del proyecto:

Fecha	Lugar de Realización	Tipo de Actividad (Charla, Taller, Seminario, entre otros)	Número participantes	Número de Anexo
11-2022	Bares y Restaurante (Costanera, Tratoria y By Happy) Villarrica	Focus Group	50	Anexo Focus Group
Escoja Fecha				
Escoja Fecha				
Escoja Fecha				
Escoja Fecha				
TOTAL PARTICIPANTES			50	

14. CONCLUSIONES

Son las reflexiones o deducciones generadas luego de analizar la evidencia de las actividades, los resultados o las premisas del proyecto al término de su ejecución. Aborda aspectos de gestión, técnicos y de contexto, entre otros. Tiene una perspectiva de pasado.

Se debe entregar una apreciación a un nivel más amplio del aporte de los resultados obtenidos para el sector silvoagropecuario y agroalimentario de nuestro país, especialmente en el marco del desafío estratégico de FIA en el cual postuló.

Amascente: Innovación en el Sector Agroalimentario de Chile

Amascente, un licor bitter chileno elaborado con hierbas aromáticas y raíces, ha emergido y presentado como un proyecto innovador con resultados prometedores en el sector silvoagropecuario y agroalimentario de Chile del año 2021. Tras analizar las actividades realizadas y los resultados obtenidos, se pueden extraer las siguientes conclusiones y reflexiones:

Mejoramiento de la Formulación y Validación del Producto:

-La mejora de la formulación y la validación del producto han fortalecido la calidad de Amascente, permitiendo competir con marcas establecidas y ganar la confianza de los consumidores, haciendo el producto de manera profesional y establecer una cadena productiva que se pueda desarrollar y mejorar en el futuro, adaptándose a los cambios en el entorno.

Análisis Positivos de Metabolitos Secundarios y Perfil Nutritivo:

- La identificación de metabolitos secundarios beneficiosos y la creación de un perfil nutricional detallado destacan a Amascente como un licor con propiedades más allá del sabor, atrayendo a consumidores conscientes de la salud, de la producción rural y con antecedentes orgánicos y agroecológicos.

Determinación de Vida Útil y Desarrollo de Packaging:

- La determinación de una vida útil adecuada y el desarrollo de envases atractivos demuestran un enfoque en la calidad y la presentación del producto, elementos clave para la diferenciación en un mercado competitivo, siendo innovador, llamativo y provocador.

Plan de Negocios y Marketing:

- La elaboración de un plan de negocios sólido y estrategias de marketing efectivas han proporcionado dirección y visibilidad a Amascente, contribuyendo al crecimiento y potenciación de la producción e industrialización de la agricultura familiar campesina.

Estudios y Base de Datos de Clientes Objetivos:

- La comprensión profunda de los segmentos de clientes ha permitido una estrategia de marketing más precisa y una conexión más sólida con los consumidores, garantizando el éxito de nuestro producto en ámbitos comerciales, ya que es el gran talón de Aquiles de los sectores agrícolas en nuestra zona.

Contenido Publicitario y Presencia en Línea:

- El contenido publicitario atractivo y la presencia en línea han aumentado la visibilidad y la participación del público, lo que es fundamental en la era digital actual.

Ventas a través de Sitio Web y Redes Sociales:

- La expansión a canales en línea ha aumentado la accesibilidad del producto, permitiendo llegar a una audiencia más amplia y diversa.

Impacto en el Sector Agroalimentario de Chile:

- Amascente ha sentado un precedente al demostrar que la innovación puede aplicarse en el sector agroalimentario chileno, particularmente en la producción y comercialización de licores.

Desafíos Estratégicos de FIA:

- Amascente se alinea con los desafíos estratégicos de FIA al abordar eficiencia hídrica (a través de prácticas de cultivo sostenibles en nuestros ingredientes), adaptación al cambio climático (mediante agricultura regenerativa aplicada en nuestros productores de los ingredientes), desarrollo de mercados innovadores (enfoque en productos únicos) y procesos innovadores (utilización de bioinsumos).

Reflexiones y Deducciones Futuras:

Amascente tiene un potencial significativo para continuar creciendo y expandiéndose en el mercado nacional e internacional. El enfoque en la calidad, la sostenibilidad y la transparencia nutricional lo posiciona como una marca relevante en un mercado cada vez más consciente.

La inversión en tecnología y análisis de datos será fundamental para mantenerse competitivo y adaptarse a cambios en el entorno.

La colaboración con organismos reguladores y otras empresas del sector agroalimentario puede ser valiosa para abordar desafíos comunes y aprovechar oportunidades de mercado.

Amascente, como proyecto innovador, puede inspirar a otros actores en el sector a explorar nuevas formas de agregar valor a los productos agrícolas y alimentarios chilenos.

En resumen, Amascente es un ejemplo de cómo la innovación puede transformar el sector agroalimentario chileno y contribuir al logro de los desafíos estratégicos planteados por FIA. Su éxito hasta ahora es un indicativo alentador de un futuro brillante en el mercado nacional e internacional, impulsando la sostenibilidad y la calidad en la industria.

15. RECOMENDACIONES

Es un planteamiento de lo que se considera beneficioso proponer en relación con lo trabajado al término de su ejecución. Aborda aspectos de gestión, técnicos y de contexto, entre otros. A diferencia de las conclusiones, estas tienen un sentido de futuro.

Entre los aspectos a abordar, incorporar factores que se consideran claves para una implementación efectiva y/o adopción exitosa de la innovación, así como desafíos y/o problemas que quedan pendientes por resolver. Estas recomendaciones podrían, en caso justificado, conducir a futuros ajustes del proyecto inicial.

El planteamiento constituye una serie de potencialidades y desafíos para el futuro, como ejecutores hemos detectado varios puntos que debemos trabajar para desarrollarnos fuertemente y continuar con lo esperado y proyectado en el plan operativo post proyecto FIA

Diversificación de Productos:

- A medida que Amascento crezca, podría explorar la diversificación de productos relacionados, como licores de sabores adicionales o productos complementarios, como bitters para cócteles específicos.

2. Internacionalización:

- Continuar con la expansión en mercados internacionales, especialmente en países que valoran productos agroecológicos y sostenibles como Alemania y Canadá. Esto requerirá un análisis exhaustivo de regulaciones y preferencias locales.

3. Innovación Continua:

- Mantener un enfoque constante en la innovación tanto en la formulación como en los procesos de producción. Esto podría incluir la investigación de nuevos ingredientes o métodos de producción más sostenibles.

4. Sostenibilidad:

- Reforzar los esfuerzos de sostenibilidad y comunicarlos de manera efectiva a los consumidores. Considerar la certificación orgánica si es relevante para el mercado objetivo.

5. Análisis de Datos:

- Continuar invirtiendo en análisis de datos para comprender las tendencias del mercado y el comportamiento del consumidor. Esto permitirá ajustar las estrategias de marketing y expansión de manera informada.

6. Colaboración Sectorial:

- Explorar alianzas con otros actores del sector agroalimentario chileno para abordar desafíos comunes, como la sostenibilidad y la promoción de productos locales.

7. Gestión de la Cadena de Suministro:

- Optimizar la gestión de la cadena de suministro para garantizar la disponibilidad constante de ingredientes de alta calidad y minimizar los costos operativos.

8. Resiliencia al Cambio Climático:

- Evaluar y adaptar las prácticas agrícolas para aumentar la resiliencia al cambio climático, lo que puede incluir sistemas de riego más eficientes y prácticas de conservación del suelo, pensando en la continuidad productiva de nuestros agricultores proveedores de nuestras materias primas.

9. Evaluación Periódica de Mercado:

- Realizar evaluaciones periódicas del mercado y ajustar la estrategia en función de cambios en la demanda o la competencia.

10. Cumplimiento Normativo:

- Mantener un estricto cumplimiento normativo en lo que respecta a la producción y la comercialización de licores, especialmente en mercados internacionales con regulaciones más rigurosas.

11. Desarrollo de Talento:

- Invertir en el desarrollo de talento dentro de la organización, asegurando que el equipo esté equipado con las habilidades necesarias para abordar los desafíos futuros, potenciando nuevas técnicas de operaciones productivas como six sigma.

12. Evaluación de Riesgos:

- Realizar evaluaciones de riesgos periódicas para identificar posibles amenazas y desarrollar planes de contingencia.

13. Evaluación de Impacto:

- Medir y comunicar el impacto positivo en el sector agroalimentario chileno y la contribución a los desafíos estratégicos de FIA, lo que podría mejorar la imagen de la marca, obtener nuevos financiamientos o acercarnos a otros de instituciones que persiguen el mismo objetivo como CORFO.

14. Feedback de Clientes

- Establecer mecanismos efectivos de recopilación de comentarios de los clientes y utilizar esta información para ajustar los productos y la estrategia de marketing.

En resumen, Amascente tiene un futuro prometedor como un proyecto innovador en el sector agroalimentario de Chile. Mantenerse ágil, enfocado en la calidad y atento a las tendencias del mercado serán claves para el éxito continuo. La colaboración, la sostenibilidad y la expansión internacional también pueden jugar un papel fundamental en su desarrollo futuro.

16. MENCIONE OTROS ASPECTOS QUE CONSIDERE RELEVANTE INFORMAR, SI LOS HUBIERE.

17. ANEXOS

Enumere y nombre los anexos en una lista. Los nombres de los anexos deben ser iguales al nombre de los documentos adjuntos.

N° del anexo	Nombre del Anexo
i	<u>Anexo i</u> : Tabla Indicador Código PYT-20XX-XXX
1	Gestión Facebook e Instagram
2	Gestión Comercial, Marketing, plan de negocios y Publicidad
3	Focus Group
4	Informe Bitter de Ing. Alimentos
5	Estudios de Potenciales Clientes

18. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

--