

Cf

CÓDIGO
(Uso interno)

SUB-PI-C-2006-2-A-037

PPTA

SECCIÓN 1 : INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO:

Desarrollo de la oferta de "Sabor Chilote MR", en base a materias primas campesinas de Chiloé, procesadas y conservadas en vidrio orientadas al nicho de productos gourmet de exportación

REGION(ES) DE EJECUCIÓN:

Décima Región

RUBRO(S):

(Señalar el o los rubros principales en la cual se enmarca la propuesta)

AGROINDUSTRIA

COSTO TOTAL DEL PROYECTO

(Valores Reajustados)

: \$

--

FINANCIAMIENTO SOLICITADO A FIA

(Valores Reajustados)

: \$

--

--

APORTE DE CONTRAPARTE

(Valores Reajustados)

: \$

--

--

PLAZOS Y DURACIÓN DEL PROYECTO

FECHA DE INICIO (dd/mm/aaaa):

01/03/2007

FECHA DE TÉRMINO (dd/mm/aaaa):

28/08/2008

DURACIÓN (meses)

20 meses

POSTULANTE

- Nombre : Coop. De Trabajo Punta Chilen
- RUT :
- Dirección :
- Región : Décima
- Ciudad : Ancud
- Fono :
- Fax :
- E-mail :
- Web :
- Cuenta Bancaria (Tipo, N°, banco) :

REPRESENTANTE LEGAL DEL POSTULANTE (sólo si corresponde)

- Nombres y Apellidos : Hernán Barría Águila
- Dirección : Punta Chilen, rural
- Comuna : Ancud
- Región : Décima
- Ciudad : Ancud
- Fono :
- Fax :
- E-mail :
- Firma : _____

AGENTES ASOCIADOS

- Nombre :
- RUT :
- Dirección :
- Región :
- Ciudad :
- Fono :
- Fax :
- E-mail :
- Web :
- Cuenta Bancaria (Tipo, N°, banco) :

REPRESENTANTE LEGAL DEL AGENTE ASOCIADO (sólo si corresponde)

- Nombres y Apellidos :
- Dirección y Comuna :
- País :
- Región :
- Ciudad :
- Fono :
- Fax :
- E-mail :
- Firma : _____

(Si los agentes asociados son más de uno, estas dos secciones "Agentes Asociados" y "Representante Legal del Agente Asociado" se deben repetir para cada uno de los asociados)

SECCIÓN 2 : EQUIPO DE COORDINACIÓN Y EQUIPO TÉCNICO DEL PROYECTO

COORDINADOR DEL PROYECTO

(Presentar curriculum vitae en Anexo 4)

- Nombres y Apellidos : Hernán Barría Águila
- Dedicación Proyecto (% año) : 45%
- Cargo o actividad que realiza : Presidente Coop. De Trab. Punta Chilen
- Dirección : Punta Chilen, rural
- Comuna : Ancud
- Región : Décima
- Ciudad : Ancud
- Fono :
- Fax :
- E-mail :

- Firma : _____

COORDINADOR ALTERNO DEL PROYECTO

(Presentar curriculum vitae en Anexo 4)

- Nombres y Apellidos : Rosa Curiñan Ayancán
- Dedicación Proyecto (% año) : 45%
- Cargo o actividad que realiza : Vicepresidenta Coop. De Trab. Pta. Chilen
- Dirección : Punta Chilen, rural
- Comuna : Ancud
- Región : Décima
- Ciudad : Ancud
- Fono :
- Fax :
- E-mail :

- Firma : _____

EQUIPO TÉCNICO DEL PROYECTO

(Presentar los curriculum vitae en Anexo 4)

Nombre Completo	Profesión	Especialidad	Función y actividad en el Proyecto	Dedicación al proyecto (% año)
Susana Del Pilar Valenzuela Aravena	Ingeniero Alimentos	En Desarrollo De Procesos Agroalimentarios	Desarrollo de Productos Ingeniería de Procesos	10 %
María Teresa Fernández Cabrera	Ingeniero Agrónomo	Proyectos de Fomento	Desarrollo de MMPPs	10%
Andrea Ximena Curumilla Curiñán	Contador General Diplomada en Marketing	Desarrollo de negocios agroindustriales	Asistente de Marketing Coordinadora proyecto en terreno	80%
Sandor Apolo López Gutiérrez	Ingeniero Industrial	Civil Gestión Productiva y Comercial	Gestión Comercial y De Marketing	30%

SECCIÓN 3 : BREVE RESUMEN DEL PROYECTO

Se recomienda completar esta sección al finalizar la formulación del Proyecto, respondiendo brevemente (no más de 2 páginas) a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el problema a resolver?

Punta Chilén y la Marca Sabor Chilote, en los últimos 3 años, han desarrollado avances importantes y talvez sin precedentes para la agricultura campesina de Chiloé y de la décima región, con avances tales como: mejorar la infraestructura de planta y contar con áreas de proceso con altos estándares sanitarios, adquirir equipamiento de última generación en algunas etapas de proceso, mejorar el producto, desarrollar la imagen del mismo y desarrollar avances comerciales con ventas en Bélgica, con 30.000 unidades vendidas, y misiones comerciales a América del Norte, México, EEUU y Canadá.

No obstante, esos importantes avances junto con representar altas expectativas para el sector, también representan un nuevo escenario para la empresa y para la Marca Sabor Chilote, y un nuevo desafío, cual es la necesaria consolidación de producto y de marca, para completar el ciclo de competitividad de su oferta y posicionarla en forma sustentable en los nichos de mercado convocados. En este sentido, la presente propuesta busca dar respuesta a algunos problemas que deben ser superados en la empresa, relativos al producto, su marca comercial, y su estrategia. Entre esos se tienen:

1. Seguridad alimentaria: Se requiere hacer ajustes en el ámbito del proceso, y equipamiento. Existen problemas en la etapa de pausterizado del producto, donde se requiere la adquisición de un autoclave; también existe problema con la potabilización del agua utilizada en el proceso que requiere ser filtrada.
2. Acreditación De La Planta: Se requiere que la planta de proceso pueda ser acreditada bajo la norma HACCP para el mercado de América Del Norte.
3. Desarrollo y Ampliación De La Línea De Productos: Se requiere aumentar la diversidad de productos utilizando otras formulaciones y otras materias primas, y además se requiere reformular productos actuales para un nicho de mercado de productos naturales sin preservantes.
4. Mejoramiento Del Proceso Y Equipamiento: Se necesita desarrollar todos los protocolos de proceso, y las fichas técnicas de productos para estandarización de la oferta. Además se requiere mejorar la eficiencia de producción para bajar la estructura de costos y ser más competitivos.
5. Desarrollo De Estrategia De Marca: Se necesita desarrollar , a través de la metodología que proporciona el marketing estratégico, la cultura organizacional, la estrategia de marca, su visión, misión, propósito estratégico y posicionamiento vincular. Previamente se requiere caracterizar los principales mercados objetivos: distribuidores gourmet de tipo retail y distribuidores gourmet de tipo Food Service.

- ¿De qué manera se propone solucionarlo?

Hasta el momento, Punta Chilén y la marca Sabor Chilote, han desarrollado toda su estrategia productiva con el apoyo del equipo técnico propio de Sabor Chilote y la mínima participación de agentes externos. A pesar de ello, los avances no han sido menores alcanzándose otro nivel en la escala del negocio, pero llegando a un punto que requieren otros mejoramientos que exigen incorporar capacidades técnicas y profesionales específicas, relativas al ámbito de la tecnología de alimentos, acreditación de procesos y marketing estratégico.

Seguridad Alimentaria y Estandarización De Producto

Para estandarizar el producto y definir los protocolos de proceso, utilizando tecnología de alimentos, se tendrá el concurso del Instituto de Agroindustria de la Universidad de la Frontera, quien pondrá a disposición de la presente propuesta su planta piloto y a profesionales del área de proceso para caracterizar y mejorar los productos y procesos actuales, definir las fichas técnicas, y los insumos y dosificaciones requeridas.

Acreditación De La Planta

Sabor Chilote, hará los contactos con empresas certificadoras para iniciar la acreditación de la planta bajo la norma HACCP. Al respecto, lo mas probable es que se siga contratando el Servicio de Eko-Support, empresa que actualmente esta certificando la producción de ajo orgánico.

Desarrollo y Ampliación De La Línea De Productos

Adicionalmente, Universidad La Frontera, tendrá la responsabilidad de realizar el desarrollo de productos alternativos en función de los requerimientos de Sabor Chilote y su nicho de mercado objetivo. Previo a ello, Sabor Chilote usara la información obtenidas de las misiones comerciales en actual desarrollo y de los contactos permanentes con potenciales clientes de América del norte y Europa, para definir ideas de productos que la Universidad De La Frontera, su departamento de Agroindustria y su planta piloto, desarrollaran.

La universidad de la Frontera deberá proponer un sistema de potabilización de agua para incorporar una etapa de filtrado y sanitización de agua en el proceso. También deberá proponer un sistema de pasteurizado de productos. Ello junto a los protocolos de proceso y capacitación del personal de planta, permitirá obtener un proceso productivo inocuo y seguro desde el punto de vista sanitario.

Mejoramiento De proceso y Equipamiento

El equipo técnico de Agroindustrias UFRO, realizará una auditoria de planta y de proceso para redefinir protocolos de proceso y el equipamiento adicional o tecnologías de proceso necesarias en cada una de las etapas operacionales para contar con un producto seguro desde un punto de vista alimentario y una oferta estándar, homogénea y competitiva. Por su parte, Sabor Chilote deberá convocar recursos financieros para la adquisición del equipamiento adicional definido.

Desarrollo Estratégico De Marca:

El desarrollo estratégico de la marca se llevara a efecto, utilizando herramientas del Marketing Estratégico. Primero se llevara a cabo un diagnóstico de mercado tanto a nivel de retail como de food service; luego el desarrollo estratégico de marca propiamente tal. Estas actividades serán ejecutadas por equipo técnico de Sabor Chilote.

• ¿Qué resultados se busca alcanzar?

Los resultados que se buscan alcanzar:

1. Obtener una cartera o línea de productos diversificada y atractiva, a base de hortalizas frescas procesadas y conservadas en vidrio, de alta calidad y diferenciada.
2. Mejorar, estandarizar y definir los protocolos de producción para cada uno de los productos desarrollados.
3. Definir equipamiento requerido para el escalamiento industrial y para resolver problemas de proceso o sanitarios.
4. Definir los ingredientes y las dosificaciones para cada uno de los productos desarrollados.
5. Contar con un diagnóstico de mercado para el nicho de productos gourmet de retail y de food service.
6. Contar con una estrategia de marca para Sabor Chilote.
7. Aumento del impacto económico de Sabor Chilote en el territorio, al diversificar la oferta y aumentar el número de proveedores de MMPP.
8. Contar con un desarrollo estratégico de marca para obtener un producto con un valor diferenciador que le permita conquistar mercados externos y posicionarse en ellos.
9. Capacitar a los operarios de planta

• ¿A qué amenazas se ve enfrentado el proyecto y el logro de los resultados antes indicados?

El escalamiento industrial de la planta de punta Chilen, requiere equipamiento de alta inversión y la convocatoria de recursos financieros para tal efecto podría resultar de mediano o largo plazo no cumpliendo con las expectativas de los productores de materias primas.

El desarrollo de los productos. Por parte de la prestadora de servicios, ya sea productos nuevos o productos solicitados por clientes potenciales en función de muestras entregadas para imitar, puede resultar mas lento que la fecha programada, retrasando el programa de ejecución.

- ¿Cuál es el costo total del proyecto? ¿Cuánto de este monto se solicita como aporte a FIA y cuánto será aportado por el postulante y los agentes asociados (si existen)?

[Empty response box for the question above]

SECCIÓN 4 : IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA A RESOLVER

En esta sección se debe describir brevemente el problema que se espera resolver (o contribuir a resolver) o las limitaciones que se espera superar (o contribuir a superar) como resultado del proyecto, y que han dado origen a la presentación del mismo. Se deben entregar las características del problema o limitación, y, de ser posible, entregar algunas cifras que permitan dimensionarlo

Es un hecho concreto que hoy Sabor Chilote, enfrenta un nuevo escenario cuando ya habiendo prospectado nichos gourmet de mercados de EEUU y Canadá, tiene solicitudes de clientes potenciales que dan cuenta de un negocio real. Ese escenario exige por parte de Sabor Chilote, hacer algunos ajustes para precisamente dar una respuesta a esos clientes y lograr penetrar y posicionar los productos en ese mercado. Esos ajustes representan la problemática a resolver, la cual se puede definir en los siguientes ámbitos:

1. Seguridad alimentaria.
2. Acreditación de planta
3. Ampliación de línea de productos
4. Mejoramiento Del Proceso y Equipamiento
5. Desarrollo estratégico de marca.

4.1.- Seguridad Alimentaria E Inocuidad

Problemas Con El Pasteurizado Del Producto

Los avances productivos y comerciales que la marca Sabor Chilote, ha tenido con su producto Pasta De Ajo Chilote, no son menores y de alguna forma han marcado un hito para la agricultura campesina de Chiloé, y por que no decirlo de Chile. No obstante, hoy se enfrenta un problema relevante relativo a la calidad del proceso justo cuando se esta a las puertas de entrar al exigente mercado gourmet de América del Norte, donde de ninguna manera se puede improvisar y donde las exigencias de calidad son altas e insoslayables. En efecto, ya se cuenta con un preacuerdo comercial con un pequeño importador y distribuidor de Toronto, sin embargo existe una etapa de proceso para la cual no se cuenta con el equipamiento adecuado, cual es la etapa de pasterizado, precisamente una etapa operacional de alto riesgo, donde esta involucrada la seguridad alimentaria. Ello representa la necesidad imperiosa de contar con un equipo autoclave industrial que de seguridad en esta etapa de proceso.

Hoy una premisa básica del mercado de los alimentos es la inocuidad o seguridad alimentaria. Al respecto, la importancia de resolver el problema anteriormente descrito, lo muestra el hecho de que una partida de pasta de ajo exportada hacia Bélgica, fue devuelta desde ese mercado, por presentar un PH muy alto y algo de fermentación. Por ello, se opto por razones de seguridad alimentaria, por eliminar el producto y reponérselo al cliente, lo que represento credibilidad del cliente, pero con el consecuente perjuicio económico para la empresa.

Problemas Con El Agua Utilizada En El Proceso

Otro problema que se debe resolver, es la falta de agua potable en la planta de proceso. Si bien el agua utilizada tiene las ventajas de ser un agua de vertiente, el sistema de transporte de la misma desde su fuente hasta la planta no se puede controlar alcanzando un potencial de carga de microorganismos que representa un alto riesgo de contaminación cruzada en el proceso y el consecuente problema de seguridad alimentaria. Por ello, mientras no se cuente en la localidad donde se emplaza la planta de proceso con una red de agua potable, debe incorporarse al mismo una etapa de procesamiento del agua de proceso, con filtros de carbón activado y sistemas de decantación y sanitización adecuados.

4.2.- Acreditación De La Planta

La venta en mercados exportadores, al menos al mediano plazo, exige por parte de los clientes la acreditación de la planta y de su proceso a través de algún sistema de certificación. Hoy se ha avanzado en la certificación orgánica del producto, no obstante todas las señales que el mercado gourmet tanto de América del Norte y Europa, nos han dado hasta el momento señalan la necesidad de contar con una planta con certificación Hazard.

No obstante todas las mejoras en infraestructura, equipamiento y distribución de proceso realizadas hasta la fecha en la planta han sido orientadas por la metodología Hazard, aun es necesario realizar todos los protocolos, y lograr la certificación para lo cual seguramente será necesario también considerar algunas modificaciones o mejoras menores en la misma. Esto es muy necesario para poder posicionarnos y consolidarnos en el mediano plazo en esos mercados.

4.3.- Desarrollo y Ampliación De Línea De Productos

Diversificación De La Oferta

En general en todas las misiones comerciales, tanto los potenciales clientes como los expertos consultados, quienes degustaron la Pasta de Ajo Sabor Chilote, tuvieron una buena impresión y concepto respecto al producto en general y en especial respecto a su sabor. No obstante todos coincidieron en la necesidad de desarrollar una línea de productos más amplia y diversa que represente una oferta más relevante. En general las marcas que proveen a los mercados gourmet o de comidas de especialidad llegan a esos mercados con al menos unos diez tipos diferentes de productos. Por ello, es necesario desarrollar al alero de "Sabor Chilote", una diversidad de productos más allá del ajo chilote como materia prima, que puedan ser cubiertos por esta marga Paraguas, dándole relevancia a la oferta nuestra oferta en el segmento de mercado al que se pretende orientar.

Adicionalmente, no olvidando que el espíritu detrás de la creación de la marca Sabor Chilote ha sido generar riqueza al sector de la agricultura familiar campesina de Chiloé, el ampliar la línea de productos permitirá desarrollar un poder de compra en otras categorías de materias primas como por ejemplo otras hortalizas que podrán ser proveídas por otras organizaciones, aumentando de esta forma el impacto económico del presente proyecto.

Mejoramiento Productos Actuales

Los productos hasta la fecha presentados en los mercados prospectados, en especial la Pasta de Ajo Sabor Chilote, han sido en general del gusto de los potenciales clientes con buenos atributos de sabor, color, textura y en definitiva buenas condiciones organolépticas. No obstante, varios de los clientes entrevistados, en especial de Nueva York y Toronto, manifestaron su interés que el producto no contenga preservantes, por lo cual se deben utilizar solo ingredientes naturales y mejorar el proceso para darle al producto las condiciones de durabilidad que requiere para esos mercados. La duración esperada o requerida para el mercado gourmet es de 3 a 4 años. Ello significa que se deben orientar esfuerzos en desarrollar el producto y aplicar tecnología de alimentos para lograr con esos ingredientes naturales alcanzar esa durabilidad.

4.4.- Mejoramiento Del Proceso y Equipamiento

Estandarización

El escalamiento industrial del proceso, para cada uno de los productos desarrollados, exige la definición de protocolos de proceso y además una ficha técnica que defina procedimientos, ingredientes, dosificaciones, todo lo cual signifique contar con un proceso y un producto estándar. Esto requiere del concurso de expertos en el área de proceso de alimentos. La presente propuesta propone entregar esta responsabilidad a la Universidad de la Frontera, a su departamento de Agroindustria y su planta piloto.

Eficiencia Del Proceso y Equipamiento

La calidad se puede definir como el conjunto de atributos que un consumidor espera de un producto. Aunque normalmente el precio no es considerado como un elemento de la calidad, es un atributo relevante cuando el cliente debe tomar la decisión de compra. La estrategia de posicionamiento de un producto con destino gourmet, en especial cuando se trata de agricultura campesina, nunca debe ser el precio si no la diferenciación. No obstante el valor de venta de un producto, debe ser al menos igual o de preferencia menor que el de la competencia, más aun cuando un producto tiene que penetrar un determinado nicho mercado.

El precio de los productos Sabor Chilote, dependen estrechamente de la estructura de costos y de la eficiencia de producción. A un mayor nivel de industrialización el precio debiera ser menor y a una mayor eficiencia en el proceso productivo también. Entre otras cosas el aumento de la eficiencia implica reducir tiempos muertos, mejorar el nivel de escalamiento productivo y el equipamiento en las etapas operacionales que representan cuellos de botella.

Por lo anterior, en busca de un nivel de eficiencia que hoy la planta de proceso no tiene, se deben convocar capacidades y recursos para aplicar ingeniería de proceso a cada una de las etapas operacionales e identificar equipamiento requerido para aumentar rendimientos sin bajar calidad.

Desarrollo Estratégico De Marca

La realidad de la Agricultura familiar campesina, donde existen bajos volúmenes de producción y la imposibilidad de alcanzar grandes escalamientos productivos, permite solo una opción para alcanzar mercados globales y exigentes, especialmente del nicho gourmet. Esa opción es la de posicionarse con una estrategia de diferenciación, la cual debe ser profesionalizada a través de la aplicación de técnicas del marketing estratégico. Se deben definir la visión y la misión de la marca, el propósito estratégico, el posicionamiento vincular y en general todos los elementos requeridos para armar la cultura de la empresa y su marca y la estructura promocional. Ello es un trabajo pendiente y necesario para Sabor Chilote y a través de la presente propuesta se pretende resolver.

Para el desarrollo estratégico de la marca Sabor Chilote, previamente debe llevarse a cabo un diagnóstico de los dos mercados objetivos potenciales de la oferta desarrollada:

- Nicho de importadores y distribuidores de productos gourmet de tipo retail.
- Nicho de importadores y distribuidores de Food Service.

Esos dos nichos de mercado son en los que la oferta de Sabor Chilote tiene potencial de penetración y consolidación comercial.

SECCIÓN 5 : ANTECEDENTES DEL PROYECTO

En esta sección se deben mencionar los diferentes aspectos que justifican la importancia de realizar el proyecto propuesto, incluyendo aspectos técnicos, económicos, financieros, comerciales, ambientales, sociales u otros que se consideren pertinentes. Se deberá incluir la información que permita evaluar la magnitud de tales aspectos y, en general, la conveniencia de desarrollar el proyecto, indicando en cada caso las fuentes de información que generaron los datos entregados (nacionales o internacionales).

5.1.- Quien Es La Cooperativa de Trabajo Punta Chilén

La Cooperativa de Trabajo Punta Chilén se ubica en el sector rural de la comuna de Ancud, provincia de Chiloé, Décima región de Los Lagos, estando constituida actualmente por 17 asociados, todos ellos de ascendencia indígena, 9 de los cuales son mujeres. Todos ellos, con años de experiencia en la producción de ajo chilote.

Todos los asociados de Punta Chilén son pequeños productores agrícolas con un tamaño de la explotación que en promedio alcanza las 0,9 Hás, con un rango que va desde los 600 m² hasta 2,7 Hás. Se adjunta tabla con listado de Socios y tamaño de la su explotación.

TABLA 1
Integrantes De La Cooperativa De Trabajo Punta Chilén

Asociado	Nombre Asociado	Edad	Descendencia Indígena		Tamaño Explotación (Has)
			Si	No	
1	Rosendo Díaz Curumilla	56	X		1
2	Raquel Díaz Curumilla	39	X		0,25
3	Carlos Soto Díaz	61	X		9
4	Ercira Díaz Díaz	52	X		3
5	Hernán Barría Águila	67	X		1
6	Rudelindo Sánchez Penoi	68	X		0,5
7	Fermín Díaz Millán	68	X		0,5
8	Nelly Pérez Cárdenas	66		X	3
9	José N. Delgado Barría	42	X		1
10	Elena Sánchez Díaz	46	X		0,25
11	Marcela Díaz Díaz	27	X		1
12	Rosa Curiñan Ayancán	46	X		0,5
13	Magoria Curumilla Curumilla	59	X		0,5
14	Lucindo Díaz Curumilla	62	X		1
15	Luís Díaz Díaz	62	X		0,25
16	Andrea Curumilla Curiñan	23	X		0
TOTAL					22,75

5.2.- Avances De Punta Chilén

Esta organización hoy lleva siete años trabajando en la producción, elaboración y comercialización del ajo chilote. Al presente, con el apoyo de AGROCHILOE y su proyecto FIA para la implementación de una oficina técnica de gestión productiva y comercial, ostenta avances sin precedentes para la agricultura campesina de Chiloé, que han permitido desarrollar productos con valor agregado en base a Ajo Chilote. Entre estos avances se cuentan:

- Infraestructura actual de planta de proceso de 124 m² con características sanitarias alineadas con estándares de producción de nivel industrial.
- Equipamiento actual de última generación en varias de sus etapas operacionales.
- Producto con una imagen de marca desarrollada.
- Misiones comerciales de prospección de mercado y de penetración de mercado en América del Norte, Guadalajara México, Nueva York, y Toronto Canadá.
- Resultados de exportación del producto Pasta de Ajo Sabor chilote a Comercio Justo de Bélgica con 30.000 frascos vendidos en temporada 2005-2006.

Los avances logrados se pueden clasificar de la siguiente manera:

5.3.- Avances En Equipamiento e Infraestructura

La mejoras en equipamiento e infraestructura de planta a objeto de alcanzar una oferta relevante para mercados mayores y más exigentes, se logró gracias a la asesoría productiva y comercial de la Unidad de Gestión AGROCHILOE, oficina técnica que comenzó a operar en mayo del 2003, en el marco de un proyecto FIA. Esta oficina, desarrolló para Punta Chilén, el concepto de producto ampliado y diferenciado, con valor agregado y con estándares y atributos compatibles con mercados exigentes de un escenario globalizado. Convocó recursos financieros privados y públicos (INDAP, Fundación Andes, SERCOTEC), para concretar el equipamiento necesario y las mejoras que convertirían la planta de Punta Chilén en una unidad de procesamiento con estándares de calidad alineados con los mercados globales.

5.3.1.-Equipamiento Actual:

Cortadora, Picadora y Mezcladora Stephan, Con Bomba de Vacío:

Modelo:

Stephan UM 12, de procedencia alemana con una capacidad de 7 kg. por batch, equipado con mezclador revolveror y cámara de vacío (Fig. 1).

Ventajas:

- Aumenta la velocidad de proceso al tener mayor capacidad por batch (de 350 Grs a 7.000 grs. Que equivale a un aumento de 20 veces)
- Permite eliminar tres etapas operacionales (Picado, Premolienda, y homogenizado)
- Permite eliminar problemas de fraude económico al eliminar aire de la mezcla con el sistema de la bomba de vacío.



Fig. 1. Vista del picador mezclador Stephan. Su capacidad es de 7Kg. Por batch.

Dosificador Electrónico De Pistón:

Modelo:

Unifiller Compact TT table top, de procedencia americana, fabricado en acero inoxidable, con válvula de corte, y dosificación electrónica de ± 5 grs (Fig. 2).

Ventajas:

- Mejora la velocidad de proceso (1:14).
- Disminuye la manipulación del producto.
- Elimina el riesgo de fraude económico por peso neto del frasco.

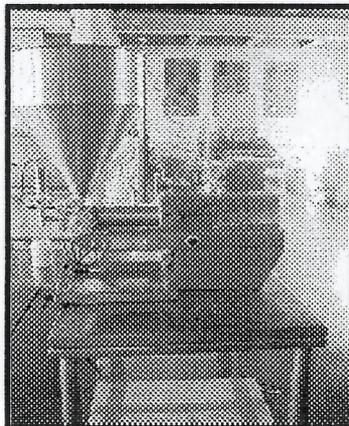


Fig. 2.- Dosificador Unifiller

Olla a Presión Con Manómetro:

Modelo:

All American, procedencia USA, con sello de seguridad, cuerpo en aluminio macizo, manómetro incluido, presión 15 lib., capacidad 40 litros (Fig.3).

Ventajas:

- Elimina riesgos sanitarios, por mal proceso de pasteurizado.
- Elimina el riesgo de no cumplir el estándar de proceso en la cocción.
- Permite el control de parámetros físicos en el proceso de pasteurizado y cocción.



Fig. 3.- Olla a Presión

Compresor de Aire

Modelo:

Compresor a Pistón, marca Mundial accionado por correas, modelo MSL- 10 ML Código 51931080, estanque 175 Lt. , motor 2.0 HP, presión 120 LB.

Ventajas:

- Permite el funcionamiento de la maquina dosificadora Unifiller.

Motor y Generador de Corriente Trifásica:

Modelo:

GVS 1300

Ventajas:

Permite el funcionamiento de la maquina cortadora Stephan.

5.3.2.- Mejoras de Infraestructura, Instalaciones y Diseño de Planta

El mejoramiento de planta, se hizo de acuerdo a la norma HACCP. Los avances en este ámbito han permitido:

- Mejorar los estándares de proceso.
- Eliminar de riesgos sanitarios y de contaminación cruzada.
- Mejorar el Layout o distribución de áreas de proceso, equipamiento y recurso humano.
- Mejorar la productividad, eficiencia de operación y optimización de procesos.
- Mejorar la imagen de presentación exterior de la planta.

Las instalaciones y estructuras de la planta son de un tamaño, construcción y diseño que facilita su mantenimiento y las operaciones sanitarias para la elaboración y almacenamiento de productos. Existen espacios suficientes que permiten el fácil flujo de equipos, materiales y personas, de igual manera para el libre acceso para las operaciones de elaboración y proceso de productos.

Las áreas de proceso están dotadas de barreras sanitarias entre ellas y separadas físicamente de las áreas destinadas a servicios para evitar contaminaciones cruzadas y el ingreso de plagas.

Los flujos de entrada y salida de operarios y visitas están establecidos, al igual que las zonas de almacenamiento temporal y áreas de espera.

Áreas De Proceso Planta:

Los pisos, paredes y techos son lavables, contruidos de tal manera que pueden limpiarse adecuadamente y mantenerse limpios y en buenas condiciones, para que no contaminen el producto, las superficies de contacto con el producto o materiales de empaque.

Pisos y Zócalos: Construido con material resistente e impermeable, cubierto con cerámica y con desniveles hacia las canaletas para facilitar el drenaje de las aguas (Fig. 4).

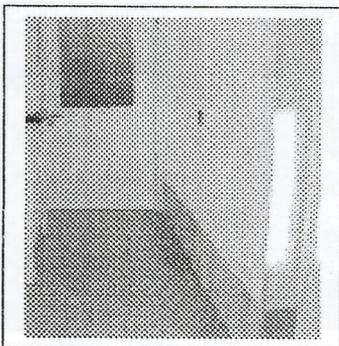


Fig. 4.- Vista de piso y zócalos sanitarios

Paredes: Las paredes son lisas, lavables y recubiertas con melamina blanca y con uniones de metal, que permite una fácil limpieza y desinfección (Fig.5).

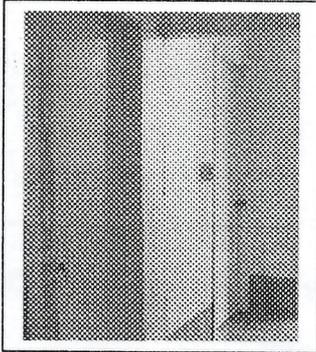


Fig. 5.- Vista paredes y puertas

Techos: Poseen una altura que permite realizar las labores de proceso y están cubierto de melamina blanca con uniones de metal, que permite una fácil limpieza, desinfección y evitan la acumulación de polvo y grietas.

Ventanas: Están construidas en material de acero inoxidable. La ventanas que se abren están protegidas con mallas mosqueteras.

Puertas Áreas de Proceso: Están construidas con materiales lisos, melamina blanca, en los bordes con uniones de metal y una ventana pequeña de material de poli carbonato.

Puertas Áreas de Servicios: Están construidas de madera cubiertas con pintura blanca lavable (Fig. 5).

Instalaciones Sanitarias del Personal:

La planta dispone para los operarios instalaciones sanitarias adecuadas y accesibles. Estas se mantienen limpias, desinfectadas y provistas de toda la indumentaria necesaria para que los operarios puedan practicar buenos hábitos de higiene.

Servicios Sanitarios: Se encuentran separados por sexo, provisto de sanitarios, lavamos y elementos de limpieza y desinfección (papel higiénico, jabón desinfectante, escobillas para manos). Las paredes y el piso se encuentran cubiertos con cerámica. Estas instalaciones se encuentran bien iluminadas y ventiladas y sin comunicación directa con las zonas donde se manipulan los productos, las puertas están dotadas de cierres automáticos.

Vestidores: Se encuentra separados por sexo y esta destinado al cambio de vestuario de los operarios.

5.4.-Manejo De Residuos Sólidos

Respecto a este punto en particular, la planta de Punta Chilén ya cuenta con resolución sanitaria. Actualmente los residuos sólidos son retirados por los mismos productores quienes los usan en sus cultivos de ajo. No obstante en el desarrollo del Plan De Aseguramiento de Calidad (PAC), se debe explícitamente definir el procedimiento de manejo de este tipo de residuos.

5.5.- Avances En Desarrollo De Producto

Los productos con valor agregado que históricamente ha desarrollado Punta Chilén en base a la materia prima ajo Chilote Fresco, son Pasta y Mousse. El producto, su procesamiento y presentación han evolucionado significativamente en los últimos tres años, cuando al alero del apoyo técnico de la unidad de gestión Agrochiloé (Proyecto FIA), se realizó un levantamiento y auditoria de proceso que permitió identificar puntos críticos y definir los lineamientos estratégicos para fortalecer la oferta y orientar la producción hacia mercados globales y mas exigentes, con un enfoque de competitividad. Este avance radical en las ultimas temporadas se evidencia en la línea de tiempo de la Cooperativa (Fig. 6, 7,8). Entre los logros en este ámbito se pueden mencionar:

- Formulación de producto con ficha de proceso para estandarización y definición de protocolos de proceso.
- Definición de proveedores y dosificaciones de preservantes o insumos para mejorar a conservación y calidad del producto.
- Mejoramiento en la calidad de ingredientes. Por ejemplo se cambio el aceite vegetal por aceite de oliva extra virgen.
- Mejora en el sabor a través de la incorporación de ingredientes de alto valor gourmet como aceite de oliva.
- Desarrollo de producto ampliado. Mejoramiento de etiquetas, incorporación de sello de inviolabilidad tipo reloj, definición de empaque secundario y terciario.

Fig. 6

Línea de Tiempo: Avances Unidad de Negocios Pasta y Mousse de Ajo Chilote

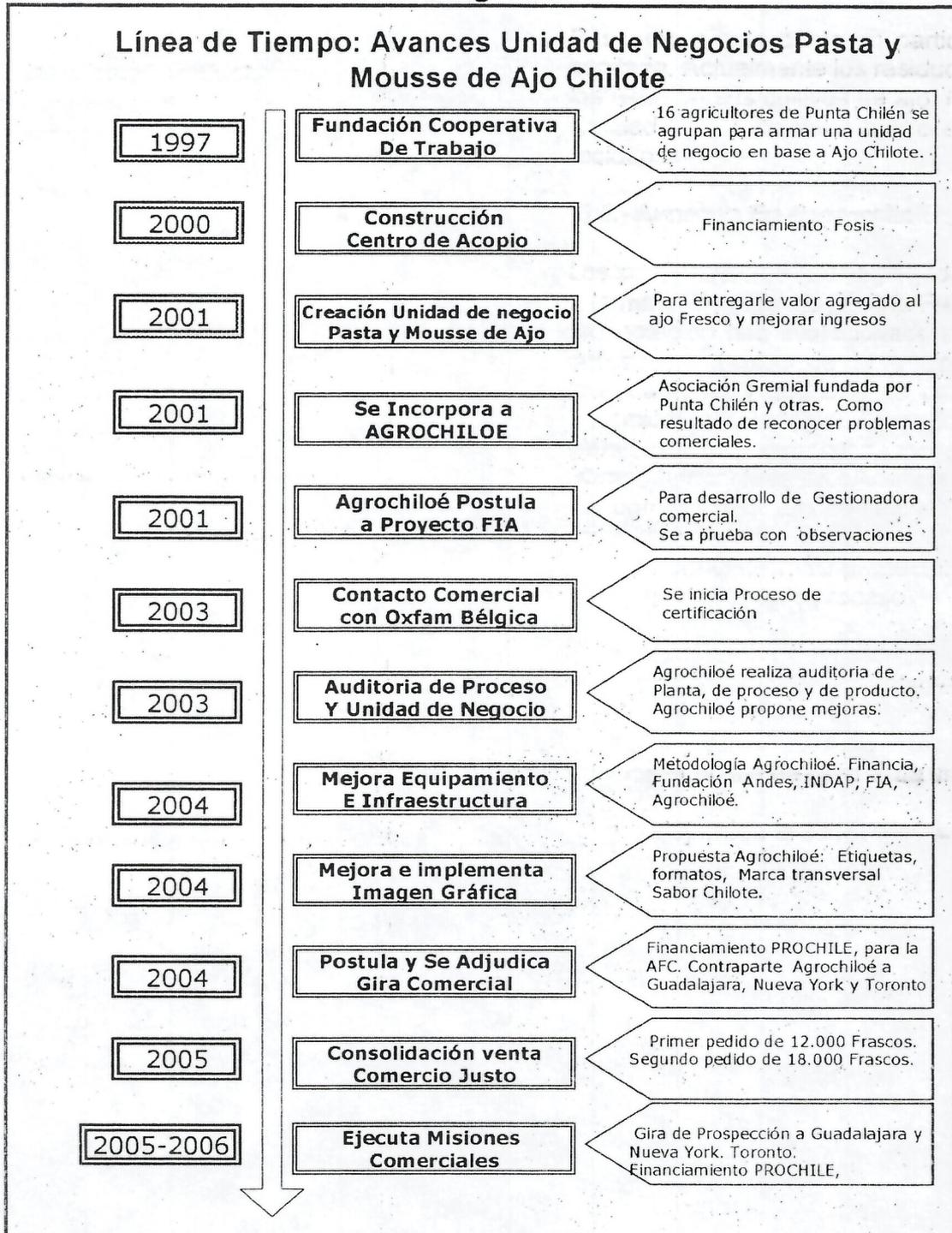




Fig. 7.- Procesamiento sanitario de productos



Fig. 8.- Frascos con sello de inviolabilidad y calidad

5.6.-Avances En Comercialización

Actualmente, y con un producto competitivo esta buscando mercado en América del Norte, en el segmento de producto gourmet (Nueva York, Guadalajara, Toronto), esperando concretar negocios en el corto plazo.

Además, ya se entró al comercio justo belga con 30.000 frascos vendidos en el año 2005, y con una demanda creciente. Siendo el único producto de ajo vendido en las 200 tiendas que posee Oxfam en Bélgica.

Como Nace Sabor Chilote

El apoyo de Agrochiloe a Punta Chilén permitió lograr el desarrollo de la competitividad de su oferta productiva. Ello exigía, mas allá del desarrollo del producto físico trabajar fuertemente el producto ampliado, desarrollar una marca, desarrollar una grafica y trabajar el concepto de producto. Esa marca fue Sabor Chilote y nació en el espíritu de constituirse en una marca paralela que le diera cobertura a una amplia gama de productos y multiplicara el impacto en el territorio al abrir líneas de comercialización también para productos que vienen de atrás.

Avances en Presentación De Productos

De esa forma, Punta Chilén se ha constituido en una empresa icono de la Agricultura Familiar Campesina de Chiloé, que ha permitido a la U.G. AGROCHILOE, probar su modelo propuesto de gestión productiva y comercial, que en definitiva busca desarrollar unidades de negocios con valor agregado, sustentables, que mejoren las condiciones económicas de los productores beneficiarios directos y que constituyen un poder de compra que beneficie indirectamente a otros productores, generando así riqueza en forma transversal al territorio.

Avances

Respecto a los avances de comercialización de la pasta y el mousse de ajo, Punta Chilén cuenta con un mercado cautivo en algunos lugares de Chile, en tiendas de delicatessen, pequeños supermercados y ferias. Además ha logrado concretar un primer pedido de 12.000 frascos de pasta de ajo, con el Comercio Justo de Bélgica (Oxfam Fair Trade).

Objetivos:

- Desarrollar estrategia de marca
- Desarrollar línea de productos
- Desarrollar proceso industrial
- Capturar tecnología para escalamiento industrial
- Convocar recursos para escalamiento industrial

SECCIÓN 6 : UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO

(Adjuntar además un plano o mapa de la ubicación del proyecto)

Nombre lugar o entidad donde se lleva a cabo el proyecto: Punta Chilen

Región : Décima

Provincia : Chiloé

Comuna : Ancud

Localidad (describir la ubicación referencial respecto a otras ciudades o localidades cercanas, en términos de Km. de la unidad central a otra ciudad o localidad. De ser posible, señalar coordenadas UTM):

El presente proyecto se ubica en la localidad de Punta Chilen, una península ubicada en la zona norte de la Isla de Chiloé, a 17 Km. de Chacao y a 45 Km. de Ancud. En ella se emplaza la planta de proceso de Sabor Chilote.

La administración del proyecto se llevara a efecto en la ciudad de Ancud.

El desarrollo de productos se llevara a efecto en la Planta Piloto del departamento de Agroindustria de la Universidad de la frontera.

Propietario (Nombre, RUT, dirección, fono, fax y e-mail)

Cooperativa de trabajo Punta Chilen.

(Si las unidades productivas son más de una, se debe repetir esta información para cada una de ellas)

ADJUNTAR MAPA DE UBICACIÓN

La planta de proceso Punta Chilén toma el mismo nombre del sector rural donde se emplaza y que pertenece a la comuna de Ancud, Provincia de Chiloé, Xa región de Los Lagos. Se ubica a 15 Km. del Chacao y 40 Km. de la comuna de Ancud.

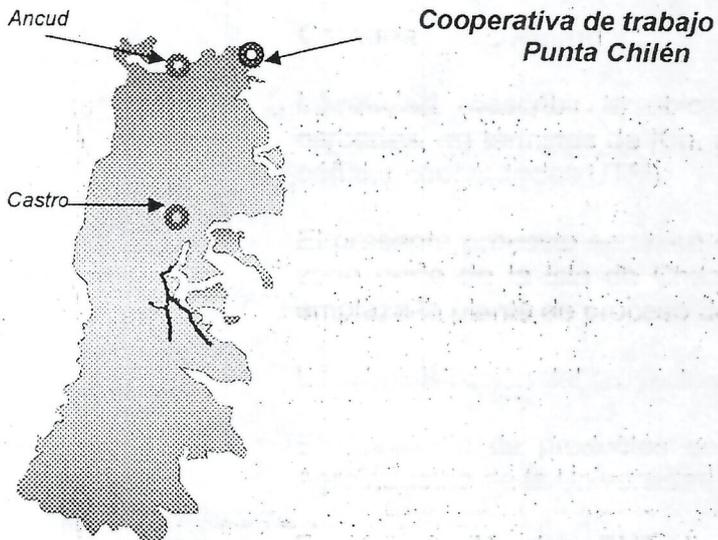


Fig. 1. - Ubicación geográfica del sector rural Punta Chilén, donde se emplaza la Cooperativa de trabajo

La planta Punta Chilén se edificó en un terreno de 714 m². colindante con el camino rural del mismo nombre. Se levanto al fondo del terreno y con sus 124 m². deja disponible para la construcción, una superficie útil de 500 m². A la planta llega el sistema de electrificación monofásica y de agua potable.

SECCIÓN 7 : OBJETIVOS DEL PROYECTO

Esta sección busca responder al para qué se busca realizar el proyecto

Objetivo General

Desarrollar prototipos de productos de mayor valor agregado y diferenciados, elaborados con variedades de hortalizas producidas o potencialmente producibles en la Isla de Chiloé.

Objetivos Específicos

1. Caracterizar los parámetros químicos, funcionales y sensoriales de los distintos prototipos de productos.
2. Identificar las distintas categorías de hortalizas que van a ser consideradas dentro del estudio.
3. Desarrollar los productos y sus diagramas de proceso a escala industrial

SECCIÓN 8 : METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS

En esta sección se debe presentar una descripción detallada de cómo se va a llevar a cabo el proyecto, que se va a hacer y cómo. Por tanto, se debe indicar la forma cómo se organizarán y los procedimientos que se utilizarán para abordar cada uno de los objetivos del proyecto y permitir el logro de los resultados e impactos esperados.

I.- Metodología Para Desarrollo De Marca

1.- Diagnostico De Mercado

- Análisis Externo
 - Análisis PESTE
 - Análisis 5 fuerzas de Porter
- Amenazas y Oportunidades
- Análisis value chain
- Fortalezas y Debilidades
- Mapas Perceptuales
- Matriz de ventaja competitiva
- Matriz de Atractividad y Competitividad
- Matriz de Crecimiento y participación
- Matriz Producto Mercado

2.- Desarrollo Estratégico De Marca

- Visión
- Misión
- Propósito estratégico
- Matriz de posicionamiento vincular
- Desarrollo táctico
- Mix y plan de Marketing
 - Producto
 - Precio
 - Canales de distribución
 - Mix Comunicacional

II.- Metodología Para Desarrollo de Planta y de Proceso

Levantamiento de Planta.

- 1 Emplazamiento y Entorno de la Planta.
- 2 Levantamiento y Caracterización de Infraestructura de Planta.
- 3 Levantamiento y Caracterización de Equipamiento de Planta.
- 4 Levantamiento y Caracterización Lay-Out Actual de la Planta
 - Distribución Física de la Planta Actual.
 - Etapas Operacionales y Distribución del Proceso.
 - Levantamiento y Caracterización del Sistema de Evacuación de Riles.
 - Levantamiento y Caracterización de la Mano de Obra.

Auditoria de Proceso.

- 1 Caracterización y Análisis de Procedimientos Productivos por Etapa Operacional. Flujo de Proceso y Puntos Críticos.
 - Ingreso y Selección de MMPP.
 - Almacenaje de MMPP (Ajo Fresco).
 - Ahumado.
 - Pelado Lavado Estilado.
 - Picado.
 - Premolienda.
 - Molienda.
 - Mezclado Homogeneizado.
 - Pasteurizado de Frascos y Tapas.
 - Envasado.
 - Pasteurizado de Producto.
 - Cocción.
 - Enfriado Limpieza Estilado.
 - Etiquetado
 - Empaque.
 - Bodegaje.
 - Peligros y Puntos Críticos Asociados a Infraestructura.

2 Elaboración de Índices de Productividad y Rendimiento.

- Ingreso y Selección de MMPP.
- Almacenaje de MMPP (Ajo Fresco).
- Ahumado.
- Pelado Lavado Estilado.
- Picado.
- Premolienda.
- Molienda.
- Mezclado Homogeneizado.
- Pasteurizado de Frascos y Tapas.
- Envasado.
- Pasteurizado de Producto.
- Cocción.
- Enfriado Limpieza Estilado.
- Etiquetado
- Empaque.
- Bodegaje.
- Peligros y Puntos Críticos Asociados a Infraestructura.

3 Definición de un Protocolo de Control de Producción y Rendimientos.

- Control de Aspectos Sanitarios.
- Control de Productividades.

4 Definición de Políticas de Gestión de Producción.

- Calidad.
- Volumen.
- Permanencia o Continuidad en el Mercado.

5 Definición de Competencias de MO y Perfil de Cargos.

6 Propuesta de Planta y Plan Agregado de producción.

- Equipamiento
- Mejoras de Infraestructura Propuestas.
- Protocolos De Proceso
- Eficiencia y Competitividad

7 Capacitación

- Normas Sanitarias
- Buenas Practicas de proceso
- HACCP
- Eficiencia y competitividad

III.- ideas de Productos a Generar.

Los productos potenciales de generar serán orientados a nicho gourmet y conservados y presentados en vidrio. Estos serán evaluados en su potencial productivo y comercial. Este ultimo definido a través de un trabajo de benchmarking.

Entre los productos definidos *a priori*, se tienen:

- Alcachofas marinadas.
- Papas nativas en conserva.
- Pasta de ají cristal.
- Ajo picado natural.
- Ajo picado con merken.
- Slice de ajo con aceite de oliva
- Slice de ajo con aceite de maravilla y merken

IV.- Detalle de Costos En Función De Actividades

Los costos por actividad se presentan en el cuadro de costos proyectados: Costo Total, Costo Aporte FIA, Costo Contraparte. Estos se expresan por ítem de gasto. Las tablas en formato Excel, donde se detallan estos costos han sido remitidos al Sr. Claudio Soler, Supervisor proyectos FIA.

V.- Costos Asociados a Diagnostico de Mercado y Desarrollo De Marca

1.- Estudio De Mercado

El estudio de mercado, en la propuesta original consigna un costo FIA de 2.011.776 y un costo de Ejecutor de \$ 3.309.690. Estos dicen relación con la caracterización del mercado gourmet específicamente el nicho de productos presentados y conservados en vidrio. En el estudio se analizará en base a los antecedentes reunidos para grandes mercados gourmet globales: Nueva York, Vancouver Alemania, Londres Inglaterra y Guadalajara Mexico e incluye la caracterización de los atributos genéricos esperados por producto y el perfil de consumidor. Todo ello constituirá un input para el desarrollo de productos.

2.- Desarrollo De Marca

La metodología para el desarrollo estratégico de marca, se detalla en la propuesta original y contempla, por un lado, el análisis externo o diagnostico de mercado, donde se utilizara como input la información obtenida en el punto anteriormente descrito y por otro lado el desarrollo estratégico de marca propiamente tal.

Detalle Metodología

1.- Producción de Materia Prima

1.1.- Definición Productos Potenciales:

Para destino gourmet en conserva de vidrio. Por ejemplo Alcachofas, pimentón, ají, etc.

1.2.- Desarrollo Cultivos Pilotos :

Se llevara a efecto en ambiente controlado y se utilizaran materias primas definidas en punto anterior.

1.3.- Caracterización Cultivos Pilotos:

Con los resultados obtenidos en cultivos pilotos se determinaran indicadores de rendimiento, costos y precios proyectados.

1.4.- Difusión y Promoción Cultivo MMPPs:

Esta difusión con los resultados de cultivo de MMPPs, se realizara en el interior de la organización y también fuera de esta a productores que quieran constituirse en proveedores de "Sabor Chilote".

2.- Estandarización De Proceso

2.1.- Ingeniería de Producto y Proceso:

Aquí se diseñan y definen, con el apoyo del Instituto de Agroindustrias de la Universidad de la Frontera, los siguientes elementos:

- Definición de estado de MMPPs
- Definición de proceso
- Definición de equipamiento involucrado
- Definición de Aditivos
- Formulación de proceso,: Balance de masas por etapa operacional, etc. Esto incluye, factores físico químicos involucrados: Temperatura, presión, tiempo de residencia, etc.

2.2.- Evaluación De Producto

Esto se realizara a través de análisis proximal y organoléptico de productos resultantes. También incluye un análisis de perecibilidad.

2.3.- Desarrollo De Ficha De Producto:

En detalle y en forma técnica se describirá el producto y su proceso.

2.4.- Metodología Para Estandarizar Productos UFRO

Objetivos Específicos

1. Caracterizar los parámetros físico-químicos, sensoriales y funcionales de las distintas variedades de hortalizas.

Se caracterizará la calidad de las hortalizas entre calidad interna y externa para la elaboración de productos consumo masivo. Ambos factores van a tener una influencia decisiva en el potencial comercial del producto.

La calidad externa de las hortalizas vendrá determinada por el tipo de variedad y por las influencias del ambiente. Principalmente, las características afectadas por las condiciones ambientales como por ejemplo: deformaciones, deterioro, agujeros y corazón con brotes, sabor, color, aroma, producción, etc. Estos parámetros serán analizados por un panel sensorial interdisciplinario. Para el análisis sensorial se deberá crear una pauta, según las características que se buscan en los ajos frescos listas para procesar.

Los análisis químicos, serán realizados por el laboratorio del Instituto de Agroindustria de la Universidad de La Frontera.

Dentro de la calidad interna también determinaremos los parámetros funcionales.

2. Determinar las distintas categorías de ajos que van a ser consideradas dentro del estudio.

Se evaluará los distintos tipos de categorías para lo cual será necesario agruparlos por calibre, peso, forma, variedad u otras; de tal manera que quede claro que tipo de materia prima se va a procesar. Por ejemplo los ajos deben presentar en su totalidad un buen estado sanitario, deberán llegar limpios a la planta para el tratamiento que se efectúe sea efectivo; dentro de esto se realiza la labor de clasificación (eliminación de los ajos enfermos y cuerpos extraños).

La selección puede hacerse a mano, en forma mecánica o en forma mixta.

La clasificación, se realizara en el centro de acopio, pudiendo clasificarse el producto de diferentes formas dependiendo del destino de producto, según se describe a continuación:

Grado de limpieza o suciedad que tenga,

Tamaño y apariencia:

- Grande
- Medianos
- Pequeños

Estas características son importantes, ya que debieran ser implementadas en los lugares de cosecha o en su defecto en los centros de acopio que pudieran existir, por lo tanto será responsabilidad total del agricultor el realizar esta selección. Por ello es importante la realización de capacitaciones y entregas de información de tal manera que sea un procedimiento estándar para cada uno de los predios asociados.

3. Desarrollar los productos y sus diagramas de proceso a escala industrial

Se desarrollaran los productos y sus diagramas de procesos considerando:

- Formulación: aquí obtendremos el modo de elaborar los productos, desarrollando preparaciones y adicionando insumos, como un modelo para ejecutar o en su defecto resolver problemas típicos del procesamiento de hortalizas, obteniendo productos diferentes de acuerdo a volúmenes de prueba. En esta etapa se requerirán equipos y materiales destinados a realizar las pruebas a nivel piloto.
- Proceso de producción: se determinaran las etapas elegidas a escala industrial de tal manera de conseguir, una vez hecha la formulación, la mejor forma de obtener los productos, ya que procesar alimentos especialmente hortalizas involucra una serie de factores relacionados al cuidado de la materia prima, ya sea durante su almacenamiento o manipulación. El proceso de producción se describirá en palabras, diagramas de bloques y de flujo.
- Elementos, equipos y materiales requeridos: una vez obtenido el proceso de producción viene la etapa de la elección de elementos, equipos y materiales destinados a la producción, ahora a escala industrial.

La selección de estos tiene directa relación con los parámetros físicos químicos del producto que deseamos obtener y de la cantidad total procesada según los requerimientos del producto, además la realización de balances de materia y energía permitirá determinar los flujos y poder dimensionar el tipo de equipo adecuado para el proceso

- Recurso humano: se evaluara el número de personas necesarias para operar las distintas líneas de producción, considerando tamaño de equipos, infraestructura y cantidades de producto terminado.

3.- Definición Y Desarrollo De Nuevos Productos

3.1.- Desarrollo Benchmarking:

Se hará un levantamiento con la oferta actual de productos agroindustriales gourmet presentados en vidrio. Para tal efecto se utilizara información local, nacional y aprendizajes de misiones comerciales ya ejecutadas en extranjero.

Aquí se incluye la definición de productos, precios y la información nutricional y de ingredientes utilizados.

3.2.- Definición De Productos Potenciales:

Se desarrollara con Universidad de la frontera, en función de la información recogida según punto anterior, una tormenta de ideas para definición de productos potenciales.

4.- Acreditación De Planta Según Norma HACPP

Esta acreditación se realizara con el apoyo de un consultor ingeniero en alimentos quien tendrá a cargo todo el desarrollo del proyecto Implementación HACCP, el cual consta de 5 fases:

4.1.- Diagnostico, situación inicial y capacitación:

- Diagnostico ambiente de la fabrica y sus alrededores
- Estructuración y diseño de procesos
- Sensibilización de personal (Charla Calidad total)
- Capacitación de personal buenas practicas de producción (GMP) y procedimientos estándares de operación y sanitización (SOP's y SSOP's)
- Formación en higiene de los manipuladores de alimentos
- Formación sobre los procedimientos de seguridad e higiene de los alimentos

4.2.-Confección de la documentación:

Definida por la norma como pre-requisitos HACCP (Manuales procedimientos, instructivos y registros). Para ello, previamente se debe desarrollar el detalle de sistemas de pre requisitos a implementar, en base a las Buenas practicas de Fabricación (GMP):

- Procedimientos operacionales estándares
- Manual de calidad
- Aseguramiento de calidad de los proveedores
- Manuales de higiene y sanitización
- Sistema de trazabilidad
- Otros

4.3.- Implementación de los procedimientos plan HACCP:

- Capacitación equipo HACCP
- Descripción de producto
- Diagrama de flujo
- Análisis de puntos critico
- Identificación de puntos críticos
- Establecer limites críticos
- Establecer procedimientos de monitoreo
- Establecer acciones correctivas y preventivas
- Establecer sistema de registros
- Establecer procedimientos de verificación
- Desarrollo de manual HACCP

4.4.- Definición De Auditorias y Seguimientos de Acciones Correctivas:

- Implementación de sistema
- Plan de auditoria
- Seguimiento de acciones correctivas en las fechas indicadas

4.5.- Proceso de Certificación:

- Apoyo tramites financiamiento (fondo de fomento a la calidad – FOCAL)
- Apoyo en la auditoria de certificación
- Apoyo en la corrección de No Conformidades aparecidas en la auditoria de Certificación
- Obtención de CERTIFICACIÓN PLAN HACCP

5.- **Curso Taller Buenas Prácticas De Manufactura**

Esta capacitación se llevara a efecto en la sala de reuniones de la planta de proceso Punta Chilén. Será obligatoria la participación de todo el personal de planta. El material utilizado será impreso y entregado a cada participante. Se llevara a efecto en dos jornadas de 16 hrs. Incluye horas de taller en planta de proceso.

5.1.- Descripción General del Contenido:

Las Buenas Prácticas de Manufacturas se definen como una serie de consideraciones básicas acerca de diseño, procesos, y procedimientos que controlan las condiciones operacionales dentro de un establecimiento orientadas a garantizar la sanidad e integridad de los alimentos, evitando su contaminación deterioro o adulteración.

5.2.- Objetivo Esperado:

Los operarios de planta deben conocer y comprender los conceptos básicos sobre buenas prácticas de manufactura y adquirir las capacidades para su aplicación en el proceso.

5.3.- Contenidos Mínimos

- ♦ -Reglamentación Sanitaria
- ♦ -Definiciones y jerga básica
- ♦ -Requisitos del Personal:
 - Control de Enfermedad
 - Aseo
 - Educación
 - Capacitación
- ♦ -Requisitos de Edificio e Instalaciones
 - Planta y Terrenos:
 - Terrenos
 - Construcción
 - Diseño de la Planta
- ♦ -Operaciones Sanitarias Básicas o Mínimas
 - Mantención General
 - Sustancias
 - Control de Plagas
 - Salubridad

- ♦ -Maquinaria y Equipos
 - Maquinas
 - Equipos
 - Herramientas y utensilios
- ♦ -Proceso y Producción
 - Controles de Proceso y producción
 - Materias Primas, otros Ingredientes e insumos
 - Operaciones de manufactura
- ♦ Almacenamiento y Distribución

6.- Curso Microbiología De Los Alimentos

Esta capacitación se llevara a efecto en la sala de reuniones de la planta de proceso Punta Chilén. Será obligatoria la participación de todo el personal de planta. El material utilizado será impreso y entregado a cada participante. Se llevara a efecto en dos jornadas de 16 horas.

6.1.- Descripción General del Contenido:

Se busca entregar conocimientos básicos sobre diferentes microorganismos que participan del proceso de elaboración de alimentos, de riesgo potencial, sus implicancias o efectos en la salud humana, y la forma de controlarlos.

6.2.- Objetivo Esperado:

- Conocer los conceptos básicos de microbiología de los alimentos.
- Conocer la forma de controlar los microorganismos en el proceso de alimentos.

6.3.- Contenidos Mínimos

- ♦ -Principios fundamentales de la microbiología.
- ♦ -Características de las bacterias.
- ♦ -Características de los hongos.
- ♦ -Características de los virus.
- ♦ -Factores que influyen en el crecimiento bacteriano:
 - Alimento
 - Temperatura
 - Humedad
 - Oxigeno.
 - Concentración de Hidrogeniones (pH).
- ♦ -Origen de los microorganismos patógenos presentes en los alimentos.
- ♦ -Generalidades sobre la etiología y epidemiología de las enfermedades transmitidas por los alimentos.
- ♦ -Toxiinfecciones alimentarias transmitidas por los alimentos:
 - Infecciones alimentarias transmitidas por bacterias.

Infecciones alimentarias agudas
Infecciones alimentarias crónicas

7.- Curso Taller Principios De Higiene De Los Alimentos

Esta capacitación se llevara a efecto en la sala de reuniones de la planta de proceso Punta Chilén. Será obligatoria la participación de todo el personal de planta. El material utilizado será impreso y entregado a cada participante. Se llevara a efecto en dos jornadas de 16 horas. Incluye horas de taller en planta de proceso.

7.1.- Descripción General del Contenido

Este curso busca profundizar los conocimientos para el buen manejo de la higiene de los alimentos. Busca entregarle herramienta a quienes manejan el proceso en toda la cadena de valor para lograr un proceso con una buena calidad respecto a la manipulación de los alimentos.

7.2.- Objetivo Esperado:

Conocer conceptos básicos de higiene y los riesgos asociados a la manipulación de alimentos.

Conocer conceptos, procedimientos, y elementos necesarios para el saneamiento de áreas de proceso o planta.

7.3.- Contenidos Mínimos

- ♦ Los alimentos como vehículos de propagación de enfermedades.
- ♦ Puntos críticos: análisis y tratamientos.
- ♦ Principios de control microbiológico de los alimentos.
- ♦ Higiene y saneamiento en la planta.
- ♦ Limpieza y desinfección:
 - Fases que comprende el ciclo completo de trabajos preparatorios, limpieza, desinfección y control:
 - Productos de limpieza: Tipos, funciones y limitaciones de los productos de limpieza utilizados en las industrias alimentarias, sistemas de limpieza, vigilancia de la limpieza
- ♦ Tipos de Desinfección.
 - Desinfección mediante calor.
 - Desinfección mediante productos químicos.
 - Control de la desinfección .

8.- Curso Procedimientos De Control De Saneamiento De La Industria Alimentaria

Esta capacitación se llevara a efecto en la sala de reuniones de la planta de proceso Punta Chilén. Será obligatoria la participación de todo el personal de planta. El material utilizado será impreso y entregado a cada participante. Se llevara a efecto en dos jornadas de 16 horas.

8.1.- Descripción General Del Contenido

Este curso busca introducir al personal de planta en los procedimientos operativos de saneamiento, para lograr la idoneidad del mismo respecto a la seguridad alimentaria del proceso.

8.2- Objetivo Esperado:

- ◆ Incorporar conocimientos sobre Procedimientos Operativos de Saneamiento (POS), monitoreo y mantención de los mismos.

8.3.- Contenidos Mínimos:

- Importancia de la aplicación de Procedimientos Operativos de Saneamiento en la industria alimenticia.
- Normas Nacionales e internacionales.
- Planes POS.
- Las ocho condiciones claves de saneamiento de la FDA.
- Nociones teóricas y prácticas para la adecuada implementación de POS en la Empresa.

SECCIÓN 9: ACTIVIDADES DEL PROYECTO

(Adjuntar Carta Gantt mensual para la totalidad del proyecto)

AÑO 2007

Este curso busca introducir al personal de planta

Objetivo Especif. N°	Actividad N°	Descripción	Fecha Inicio	Fecha Término
4,5	3	Desarrollo De Diagnostico De Mercado	02/01/2007	25/06/2007
4,5	4	Caracterización Mercado Gourmet Retail	02/01/2007	02/04/2007
4,5	5	Características Del consumidor o cliente	02/01/2007	02/04/2007
4,5	6	Atributos jerarquizados de productos	01/02/2007	02/04/2007
4,5	7	Definición De Plazas mas importantes	01/02/2007	02/04/2007
4,5	8	Benchmarking principales productos actuales	01/02/2007	02/04/2007
4,5	9	Definir de atributos diferenciadores	01/02/2007	02/04/2007
	10	RV: Mercado Gourmet Retail caracterizado	02/04/2007	02/04/2007
4,5	11	Caracterización Mercado Gourmet Food Services	01/02/2007	02/04/2007
4,5	12	Características Del consumidor o cliente	01/02/2007	02/04/2007
4,5	13	Atributos jerarquizados de productos	01/02/2007	02/04/2007
4,5	14	Definición De Plazas mas importantes	01/02/2007	02/04/2007
4,5	15	Benchmarking principales productos actuales	01/02/2007	02/04/2007
4,5	16	Definición de atributos diferenciadores	01/02/2007	02/04/2007
	17	RV: Mercado Gourmet Food Services Caracterizado	02/04/2007	02/04/2007
4,5	18	Análisis Comparativo Principales Plazas Exportación	03/04/2007	25/06/2007
4,5	24	Desarrollo Estratégico De Marca	21/05/2007	05/11/2007
4,5	25	Nivel Estratégico	21/05/2007	16/07/2007
4,5	33	Nivel Táctico	17/07/2007	05/11/2007
	38	RV Marca Sabor Chilote Con Su Estrategia	05/11/2007	00/01/1900
	39	Desarrollo de productos	26/06/2007	21/07/2008
1,3,6	40	Definición de productos potenciales	26/06/2007	17/09/2007
1,3,6	41	Pruebas de productos en planta piloto UFRO	18/09/2007	04/02/2008
1,3,6	42	Obtención de muestras definitivas	05/02/2008	03/03/2008
1,3,6	43	Envío de muestras a clientes potenciales	04/03/2008	31/03/2008
1,3,6	44	Ajustes de productos	01/04/2008	26/05/2008
1,3,6	45	Desarrollo fichas técnicas productos	27/05/2008	23/06/2008
1,3,6	46	Definición y formulación y protocolos de proceso por tipo producto	24/06/2008	21/07/2008
	47	RV Se Cuenta con cartera de productos definida y caracterizada	21/07/2008	21/07/2008
	49	Mejoramiento planta y procesos	26/06/2007	26/05/2008
2,3	50	Mejoramiento Planta y Proceso	26/06/2007	26/05/2008
2,3	51	Auditoria Proceso	26/06/2007	06/08/2007
2,3	52	Definición de equipamiento adicional requerido	07/08/2007	01/10/2007
2,3	53	Adquisición de equipamiento	02/10/2007	03/12/2007
2,3	54	Implementación de línea de proceso	04/12/2007	25/02/2008
2,3	55	Implementación de protocolo de proceso por tipo de producto	26/02/2008	24/03/2008
2,3	56	Marcha blanca planta industrial	25/03/2008	26/05/2008
	57	RV. Planta Equipada y operando con estrictas normas de calidad y seguridad Alimentaria	26/05/2008	26/05/2008

AÑO 2008

Objetivo Especif. N°	Actividad N°	Descripción	Fecha Inicio	Fecha Término
7	58	Capacitación Personal De Planta	05/05/2008	22/08/2008
7	59	Capacitación Personal De Planta	05/05/2008	22/08/2008
7	60	Personal De Planta Capacitado	22/08/2008	22/08/2008

SECCIÓN 10: RESULTADOS ESPERADOS, INDICADORES Y METAS POR OBJETIVO

En esta sección se recoge información sobre lo que se espera alcanzar o lograr, en relación con cada uno de los objetivos del proyecto y los indicadores que se utilizarán para medir el logro de dichos resultados. Los resultados deberán identificarse con una expresión clara; deberán ser concretos y medibles, de modo que su obtención pueda ser verificada a través de determinados indicadores. Cada resultado esperado deberá contribuir al logro de al menos un objetivo específico

Obj. Esp. N°	Resultado	Indicador	Meta Final
4,5	Mercado Gourmet caracterizado	Informe Atributos Genéricos De Productos Tabla priorizada por atributos	Contar con input para definir atributos que deben tener productos a desarrolla
4, 5	Plazas Jerarquizadas	Informe Jerarquización de Plazas donde promocionar y posicionar productos	Programa de prospección y penetración de mercado jerarquizado
5.-	Plan Estratégico De Marketing	Informe Desarrollo estratégico de marca	Definir línea base para plan comercial
1,6	Línea de productos definida	Proceso piloto desarrollado Ficha técnica de productos desarrollada Muestras de proceso piloto disponibles Evaluación técnica y económica por producto	Línea de productos diversificada. Organizaciones de productores proveedores beneficiados con la venta de productos a planta.
1,2,3	Planta De Proceso equipada, competitiva y en operación	PAC desarrollado Certificación HACCP en proceso o Terminada Equipamiento adicional instalado y en operación. Personal de planta capacitado.	Plante de proceso competitiva y acreditada por mercados globales

SECCIÓN 11 : IMPACTO DEL PROYECTO

En esta sección se deben identificar los impactos que se espera se generen tras la ejecución del proyecto, en el ámbito económico y social principalmente. Cabe indicar que los impactos están asociados a resultados de largo plazo y su naturaleza y magnitud tienen directa relación con las potencialidades y limitaciones de las condiciones en que se inserta el proyecto y su posibilidad de replicarse más allá de la unidad en que se desarrolla.

Impacto Económico

La ejecución del presente proyecto, tiene un impacto económico directo para la Cooperativa de Trabajo Punta Chilén, como consecuencia del desarrollo de productos y su inserción en mercados globales, que representan ingresos permanentes y relevantes como consecuencia de la venta de su materia prima y del procesamiento de la misma en su planta.

Adicionalmente, el desarrollo de otros productos representa el desarrollo de un poder de compra que demandará otras materias primas u hortalizas frescas de parte de otras organizaciones y productores individuales. Estos también verán incrementados sus ingresos como consecuencia de una actividad productiva emergente y sustentable.

Impacto Social

El desarrollo de la presente propuesta, al igual que con los avances hasta aquí logrados con Sabor Chilote, ha permitido los siguientes impactos sociales:

1. Dignificar la actividad campesina.
2. Generar expectativas en el sector campesino del territorio, lo cual representa un aire renovador en una actividad que está perdiendo su recambio generacional.
3. El desarrollo de aprendizajes y de un saber hacer que puede replicarse en otros escenarios.

Otros impactos

(Legal, de gestión, de administración, organizacionales, etc.)

El desarrollo y aplicación de un concepto de asociatividad funcional, es decir, asociatividad en torno a una unidad de negocio, o a un poder de compra cambia favorablemente el enfoque del sector y representa un aumento de la eficiencia en los emprendimientos del mismo. La asociatividad no es un fin en sí misma sino un medio para generar riqueza. Es decir si existe una unidad de negocio rentable entonces recién se puede hablar de asociatividad. Además este tipo de asociatividad es de menor riesgo al quebrarse relaciones entre socios.

SECCIÓN 12 : EFECTOS AMBIENTALES

¿El proyecto tiene un efecto ambiental negativo o genera productos que en el corto, mediano o largo plazo puedan dañar el medio ambiente?

(Describir el tipo de efecto y el grado en que se prevé que se presente)

No Existen efectos ambientales

Si el proyecto tiene un efecto ambiental negativo o genera productos que en el corto, mediano o largo plazo puedan dañar el medio ambiente, ¿qué acciones o medidas propone implementar para evitar ese riesgo o disminuir su efecto?

No hay efectos ambientales negativos por tanto no se implementaran medidas paliativas.

Si el proyecto tiene un efecto ambiental negativo o genera productos que en el corto, mediano o largo plazo puedan dañar el medio ambiente, ¿de qué forma se puede hacer un seguimiento o monitorear dichos efectos? ¿qué indicadores pueden ser utilizados y cómo pueden ser medidos?

(Sistema de seguimiento e indicadores)

No Aplica

SECCIÓN 13 : RIESGOS POTENCIALES Y FACTORES DE RIESGO DEL PROYECTO

Identificar y describir los riesgos que el proyecto podría enfrentar durante su ejecución, clasificándolos si son riesgos de carácter técnico, económico, de gestión u otros, y, que si no se abordan en forma oportuna pueden hacer que el proyecto no logre obtener los resultados esperados.

Riesgos Técnicos

Lo resultados obtenidos en el benchmarking de productos ya existentes en el mercado, por parte de la prestadora de servicios Universidad de la Frontera, puede ser mas lento de lo esperado. No es fácil igualar un producto, desde el punto de vista del sabor y características organolépticas especialmente. Hasta la fecha hemos pesquisado algunos productos que a petición de algunos potenciales clientes pueden ser desarrollados y eventualmente producirlos y comercializarlos pueden hacer de aplicar

El personal actual de planta no tiene la capacidad de hacer o de aprender a procesar con calidad y buenas practicas de proceso.

Riesgos Económicos

La inversión requerida para el efectivo escalamiento productivo requerido, tanto a nivel tecnológico de proceso como de equipamiento e infraestructura, puede ser mas alto del previsto y la convocatoria de recursos para tal efecto puede resultar mas lenta de lo previsto. Ello, sin duda retrasaría la obtención de los resultados esperados.

Riesgos de Gestión

Falta de capacidad de gestión por parte de Punta Chilen, para administrar un proyecto de gestión productiva y comercial.

13.1. Nivel de Riesgo y Acciones Correctivas

Riesgo Identificado	Nivel Esperado	Acciones propuestas para controlar o disminuir el riesgo
Benchmarking y desarrollo de productos lento	Medio	El proyecto considera un largo período para el desarrollo de productos. (Ocho meses).
Incapacidad de personal de planta para procesar bajo Plan de aseguramiento de calidad	Baja	La presente propuesta considera el desarrollo de un perfil de cargos, para eventualmente distribuir o contratar personal nuevo cercano a la planta
Alta inversión requerida para el escalamiento y lenta convocatoria de recursos financieros	Medio	En la presente iniciativa se considera un ítem de inversiones cercano a los \$ 12 millones, que aliviana ostensiblemente la carga financiera del proyecto
Falta de capacidades de Punta Chilen para la gestión productiva y comercial del presente proyecto	Alta	El proyecto considera el trabajo de equipo técnico permanente de Sabór Chilote, con capacidades en la gestión productiva y comercial demostrada, con habilidades en los ámbitos de la ingeniería de procesos del marketing.

SECCIÓN 14: ESTRATEGIA DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

En esta sección se debe describir y cuantificar la estrategia que se seguirá para transferir los resultados del proyecto en diversos ámbitos del sector agrario. Por lo tanto, se deben explicar los instrumentos que se utilizarán para transferir los resultados (¿cómo?), el número de actividades y el nivel de cobertura que se espera lograr, en términos del número de personas y las localidades que se espera incorporar en las acciones de transferencia.

Actividad	Usuarios	Fecha	Resultados
<p>Promoción del proyecto a Jefes Área INDAP de Territorio.</p> <p>Presentación con Data Show</p>	Jefes de área y ejecutivos de INDAP en Chiloé	Sep. 2007 Marzo 2008	<p>Jefes de área conocen y promueven el proyecto Sabor Chilote, como poder de compra a productores del territorio.</p> <p>Jefes de área se informan del proyecto para canalizar sus instrumentos hacia eventuales proveedores</p>
<p>Promoción del proyecto en dirección general de INDAP</p> <p>Presentación con Data Show</p>	Director regional INDAP y colaboradores	Sep. 2007 Marzo 2008	<p>Director regional de INDAP se involucra con el proyecto y lo apoya a través de su gestión.</p> <p>La oficina regional de INDAP canaliza sus instrumentos hacia eventuales proveedores</p>
<p>Promoción del proyecto ante Prodesales</p> <p>Presentación con Data Show</p>	Prodesales de Chiloé	Sep. 2007 Marzo 2008	<p>Prodesales comunales conocen el proyecto y promueven a Sabor Chilote, como poder de compra, a sus productores.</p> <p>Prodesales canalizan sus instrumentos hacia eventuales proveedores</p>
<p>Promoción del proyecto ante mesa Agropecuaria y otras mesas relevantes.</p>	Jefes territoriales de Ñ INDAP, Sercotec, Sence, Fosys,	Sep. 2007 Marzo 2008	Actores claves del sector, conocen el proyecto y lo apoyan para

Presentación con Data Show	Gobernadora, otros		desarrollar la oferta de materia primas, a través de instrumentos e incentivos al sector productivo primario
Promoción a productores campesinos Volante informativo, Radioemisoras locales, periódicos locales.	Productores del territorio, asociaciones gremiales, organizaciones	Junio 2007 Octubre 2007 Febrero 2008 Junio 2008	Gran parte de los productores de Chiloé, conocen el proyecto y se interesan en ser parte de la oferta productiva primaria.

SECCIÓN 15 : CAPACIDAD DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

15. 1. Antecedentes y experiencia del Postulante y de los Agentes Asociados

En esta sección se debe entregar información sobre la capacidad técnica y de gestión que poseen tanto el postulante como los asociados para ejecutar el proyecto que se propone. Adjuntar además en Anexo 7 el perfil empresarial o institucional y la documentación que indique la naturaleza jurídica del postulante y sus asociados, si corresponde.

La Cooperativa De Trabajo Punta Chilen, es una organización formalizada incluso ante impuestos internos, con cuenta corriente y con balances contables en las ultimas temporadas. Además de estar formalizada, se puede demostrar su idoneidad a través de los siguientes elementos:

- Punta Chilen, a la fecha se constituye en la única organización campesina a nivel territorial y regional que es proveedora del comercio justo.
- Ha logrado avances ostensibles en su infraestructura de planta y equipamiento.
- Ha mejorado y desarrollado el producto radicalmente en los últimos tres años.
- Ha demostrarse tener capacidades para convocar recursos profesionales.
- Ha estado involucrada en al menos 7 giras internacionales, misiones comerciales hacia América del Norte y Europa

15.2. Instalaciones Físicas, Administrativas y Contables

Al respecto, de Punta Chilen, se pueden mencionar las siguientes fortalezas:

- Cuenta con servicio contable externo.
- Es propietaria de una planta de proceso de 120 m2.
- Tiene Oficinas de 70 m2 en la misma propiedad de la planta de proceso.
- Cuenta con equipamiento e infraestructura de proceso.
- Tiene un sistema de administración externalizado con Sabor Chilote.

SECCIÓN 16 : COSTOS TOTALES DEL PROYECTO: CUADRO RESUMEN

Resultado de la sumatoria de los cuadros 17.1. y 17.3. Se recomienda completarlo después de esas dos secciones. Utilizar valores reajustados por el año, según índice anual. En cada ítem de gasto debe entregarse el total por año, sin considerar el origen de los recursos (es decir, sumando el aporte de FIA y el aporte de contraparte en cada ítem de gasto).

En disquet adjunto se encuentran los archivos con los cuadros de costos en Microsoft Excell para trabajados la planilla de cálculo.

18.2. Flujo de Caja del Proyecto

El diseño del flujo de caja se entrega en archivo excel en el disket adjunto.

El flujo de caja requiere la estimación de los siguientes componentes:

- Egresos iniciales: inversión inicial total y capital de trabajo (cuando corresponda).
- Ingresos y egresos de operación: entradas y salidas reales de caja.
- Momento en que ocurren los ingresos y egresos: el momento cero refleja los egresos previos a la puesta en marcha del proyecto. Si se reemplaza algún activo, se debe considerar en el momento de reemplazo; se considerará el ingreso por venta del activo antiguo (si ello ocurre) y el egreso por la compra del nuevo.
- Valor de desecho o salvamento del proyecto

El tiempo total a evaluar (u horizonte de evaluación) dependerá de las características de cada proyecto. Si el proyecto tiene una vida útil esperada posible de prever y si ella no es de larga duración, es posible considerar ese período de tiempo en la construcción del flujo.

Dentro de los egresos deben considerarse los impuestos y, por ende, las depreciaciones, ya que éstas condicionan el monto de impuestos a pagar. Además, dentro de los egresos se deben considerar los costos, que pueden ser costos de producción (directos e indirectos), gastos de operación (gastos de venta, gastos generales y de administración), gastos financieros (que corresponden a intereses en caso de que existan créditos involucrados) y otros gastos como incobrables e imprevistos.

Para la construcción del Flujo de Caja del Proyecto, se podrá utilizar el siguiente esquema general:

+ Ingresos afectos a impuestos - Egresos afectos a impuestos (costos de producción, directos e indirectos, gastos de operación) - Gastos no desembolsables (depreciación, amortización activos intangibles, el valor libro de un activo que se venda)
= Utilidad antes de impuesto - Impuesto
= Utilidad después de impuesto + Ajustes por gastos no desembolsables - Egresos no afectos a impuestos (inversiones) + Beneficios no afectos a impuesto (valor de deshecho del proyecto y recuperación del capital de trabajo)
= Flujo de caja

SECCIÓN 19 : OBSERVACIÓN SOBRE POSIBLES EVALUADORES

Identificar a el o los especialistas que estime inconveniente que evalúen su propuesta. Se solicita entregar una justificación de esa opinión. Naturalmente, esta información será manejada por FIA en forma reservada.

Nombre	Institución	Cargo	Observaciones