



INFORME TECNICO FINAL

Nombre del proyecto	Beanis
Código del proyecto	PYT-2018-0540
Informe final	3
Período informado (considerar todo el período de ejecución)	desde el 10/12/2018 hasta el 10/02/2020
Fecha de entrega	21 de febrero de 2020
Nombre coordinador	Juan Pablo Valenzuela Guerrero
Firma	

INSTRUCCIONES PARA CONTESTAR Y PRESENTAR EL INFORME

- Todas las secciones del informe deben ser contestadas, utilizando caracteres tipo Arial, tamaño 11.
- Sobre la información presentada en el informe:
 - Debe dar cuenta de todas las actividades realizadas en el marco del proyecto, considerando todo el período de ejecución, incluyendo los resultados finales logrados del proyecto; la metodología utilizada y las modificaciones que se le introdujeron; y el uso y situación presente de los recursos utilizados, especialmente de aquellos provistos por FIA.
 - Debe estar basada en la última versión del Plan Operativo aprobada por FIA.
 - Debe ser resumida y precisa. Si bien no se establecen números de caracteres por sección, no debe incluirse información en exceso, sino solo aquella información que realmente aporte a lo que se solicita informar.
 - Debe ser totalmente consistente en las distintas secciones y se deben evitar repeticiones entre ellas.
 - Debe estar directamente vinculada a la información presentada en el informe financiero final y ser totalmente consistente con ella.
- Sobre los anexos del informe:
 - Deben incluir toda la información que complemente y/o respalde la información presentada en el informe, especialmente a nivel de los resultados alcanzados.
 - Se deben incluir materiales de difusión, como diapositivas, publicaciones, manuales, folletos, fichas técnicas, entre otros.
 - También se deben incluir cuadros, gráficos y fotografías, pero presentando una descripción y/o conclusiones de los elementos señalados, lo cual facilite la interpretación de la información.
- Sobre la presentación a FIA del informe:
 - Se deben entregar tres copias iguales, dos en papel y una digital en formato Word (CD o pendrive).
 - La fecha de presentación debe ser la establecida en el Plan Operativo del proyecto, en la sección detalle administrativo. 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.
 - Debe entregarse en las oficinas de FIA, personalmente o por correo. En este último caso, la fecha válida es la de ingreso a FIA, no la fecha de envío de la correspondencia.
- El FIA se reserva el derecho de publicar una versión del Informe Final editada especialmente para estos efectos.

CONTENIDO

1.	ANTECEDENTES GENERALES.....	4
2.	EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO	4
3.	RESUMEN EJECUTIVO.....	5
4.	OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO.....	8
5.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE).....	8
6.	RESULTADOS ESPERADOS (RE).....	9
7.	CAMBIOS Y/O PROBLEMAS DEL PROYECTO	20
8.	ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERÍODO	22
9.	POTENCIAL IMPACTO	23
10.	CAMBIOS EN EL ENTORNO.....	24
11.	DIFUSIÓN.....	24
12.	PRODUCTORES PARTICIPANTES	25
13.	CONSIDERACIONES GENERALES.....	26
14.	CONCLUSIONES	28
15.	RECOMENDACIONES.....	28
16.	ANEXOS.....	29

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	Juan Pablo Valenzuela Guerrero
Nombre(s) Asociado(s):	
Coordinador del Proyecto:	Juan Pablo Valenzuela Guerrero
Regiones de ejecución:	Metropolitana
Fecha de inicio iniciativa:	10 de diciembre de 2018
Fecha término Iniciativa:	10 de febrero de 2020

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

Costo total del proyecto	
Aporte total FIA	
Aporte Contraparte	Pecuniario
	No Pecuniario
	Total

Acumulados a la Fecha	
Aportes FIA del proyecto	
1. Total de aportes FIA entregados	
2. Total de aportes FIA gastados	
3. Saldo real disponible (Nº1 – Nº2) de aportes FIA	
Aportes Contraparte del proyecto	
1. Aportes Contraparte programado	Pecuniario
	No Pecuniario
2. Total de aportes Contraparte gastados	Pecuniario
	No Pecuniario
3. Saldo real disponible (Nº1 – Nº2) de aportes Contraparte	Pecuniario
	No Pecuniario

3. RESUMEN EJECUTIVO

3.1 Resumen del período no informado

Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos durante el período comprendido entre el último informe técnico de avance y el informe final. Entregar valores cuantitativos y cualitativos.

Durante este periodo se contaba con el bombo cobertor ya instalado en la Universidad De Chile y con la decisión de producir ahí, por lo tanto, este fue uno de los principales temas a tratar, su uso y formula de cobertura del cereal, a través de prueba, error y consejo de conocedores de la industria.

Se probaron diferentes fórmulas de jarabe, cambiando porcentajes, cargas, tiempos y velocidades en el equipo.

En forma paralela se siguió trabajando en la forma del cereal, el sabor chocolate se obtuvo rápidamente, la de fruta luego de 4 pruebas, y la de vainilla luego de más de 10 pruebas.

Finalmente se obtuvo un sabor y forma deseada de las tres variedades.

Una bolita de chocolate, un arroz de fruta y un rayo de vainilla.

Con esto terminado se mando el producto al laboratorio de la Universidad De Chile para hacer sus análisis respectivos (vida útil, microbiológicos y sensoriales)

Además, se caracterizó la harina de legumbres, dado que no existía ficha técnica para este insumo.

Al mismo tiempo en el que se hacían las pruebas ya se estaba pensando en cómo, más adelante poder producir este producto a mayor escala, por lo que se estandarizaron procesos y se elaboró un diagrama de flujo, a grandes rasgos es: extrusión, secado, cobertura, enfriado, envasado.

Luego, durante dos semanas el producto se elaboró en La Universidad De Chile, y se pagaron por servicios de maquila en envasado, dado que el equipo técnico era incapaz de hacer todo, se lograron envasar 1000 estuches de 300 gramos y 800 de 50 gramos.

En este periodo también se siguió trabajando en RRSS, subiendo contenido respecto a vida sana, y generando expectativa del producto que se acercaba.

En este mismo sentido se afinó la nueva marca, en el periodo anterior se decidió cambiar de imagen, actualmente esto ya está completo, con la ayuda de un abogado.

También se hizo un vídeo explicativo en RRSS para explicar el cambio.

Se viajó nuevamente a Licantén a comprar más porotos (150 kilos), y mostrar a Christian (Prodesal de Licantén) y agricultores a lo que se llegó.

También se contactaron tiendas y se pudo al final del proyecto entregar a consignación a Tremus y Beroots, y vender a Aldea Nativa, las ventas fueron posteriores a la fecha de término, pero de todas maneras se adjuntan.

3.2 Resumen del proyecto

Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos durante todo el período de ejecución del proyecto. Entregar valores cuantitativos y cualitativos.

Es importante recordar que este proyecto partió con un producto llamado Beanis, una hojuela dulce de poroto tórtola, luego del aprendizaje y recorrido es que cambió a Capi, un cereal extruido para el desayuno.

Durante los primeros meses obtuvimos ficha técnica de la hojuela, etiquetado nutricional, empaque compostable que permitió durabilidad y protección del producto, y diseño de empaque.

Con todo esto se logró un PMV adecuado para poder comenzar primeras ventas informales, es decir, a los cercanos y referidos, para que estos experimenten la experiencia de comprar el producto y ver si existe recompra, con este producto se participo en la primera feria "ImpulsaVeg", en la que se lograron ventas cercanas a los \$100.000.

Con respecto a los ingredientes, se intentó ampliar la variedad de sabores, se probó con manzana, coco y cacao, los tres por separado.

El producto gustó, pero se decidió seguir con el sabor tradicional (solo estevia), dado que la intención era evolucionar a la industrialización del proceso y en esta nueva forma de producir cambiará la forma de elaboración por lo que se decidió determinar esto después.

Se realizó una asesoría de industrialización, se determinó la maquinaria necesaria con la cual se hicieron pruebas (extrusión) en Perú y Chile. En este sentido se dijo que compraríamos un extrusor en Colombia, Juan Pablo Valenzuela viajo a Perú y Colombia a ver los extrusores, la decisión estaba tomada, se iba a comprar el equipo.

Finalmente, la decisión fue no comprar y maquilar el cereal, de todas formas, los viajes realizados si fueron de ayuda, dado que se probaron las mezclas y se concluyó que la harina de porotos si funciona en esa tecnología.

Las razones técnicas de porque no se compró se describirán más adelante en el informe.

Al tomar esta decisión, a través de Clextral (empresa francesa que fabrica extrusores) llegamos la Universidad de Chile y así a Ceta (Centro Tecnológico para la innovación alimentaria), con quien se desarrolló el producto.

Se visitó 3 veces Licantén, donde estuvimos con Christian Godoy, Prodesal de Licantén, con él se firmaron dos acuerdos de cooperación:

- Hacer colaborador oficial a Christian con el proyecto Beanis de FIA.
- Acta de acuerdo-compromiso comercial entre microempresa Capi SpA, "Beanis", y Programa Prodesal Temporada 2019-2020

Esto con el fin de dar seriedad al proyecto y que los agricultores adheridos al Prodesal puedan confiar en él.

Junto a esto se hizo la primera compra de 250Kg Don Moisés Véliz, para realizar pruebas.

La segunda compra fue de 150Kg a Orlando Morales Muñoz.

Además, se compraron otros insumos para el producto, dado que la producción es a través de un extrusor los ingredientes tienen funcionalidades específicas, por lo tanto, nos asesoramos por expertos que ya han trabajado durante años en compañías como Carozzi, ICB, PepsiCo.

También se decidió hacer una mezcla de harinas de legumbres con el fin de “proteger” la fórmula, ya que al ser etiquetado se vería así “Mix de harina de legumbres 45% (Poroto, Garbanzo, Lenteja)”.

Finalmente, se reitemizó el dinero para maquila con el fin de comprar un Bombo Grajeador, este equipo se utilizó para dar cobertura de sabor y brillo al cereal.

Se decidió hacer tres sabores de cereal, vainilla, chocolate y fruta, decisión que se tomó porque los cereales más consumidos en Chile son de esos sabores y encuestas, focus group y análisis sensoriales hechos por el equipo respaldaron la decisión.

Se hicieron más de 10 pruebas por sabor para llegar a un producto final. Se estandarizaron procesos, se hicieron análisis de laboratorio y finalmente se trabajó para obtener la primera producción, la cual fue de 400 kilos de producto.

4. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Posicionar Beanis en el mercado de snacks saludables destacando sus beneficios y generar ventas

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE)

5.1 Porcentaje de Avance

El porcentaje de avance de cada objetivo específico se calcula luego de determinar el grado de avance de los resultados asociados a éstos. El cumplimiento de un 100% de un objetivo específico se logra cuando el 100% de los resultados asociados son alcanzados.

Nº OE	Descripción del OE	% de avance al término del proyecto ¹
1	Validar producto mínimo viable, realizar estudios técnicos con laboratorios e investigar y desarrollar nuevos sabores	100%
2	Desarrollar la industrialización del proceso productivo para su posterior elaboración y venta a diferentes puntos estratégicos.	100%
3	Realizar acuerdo con INDAP para poder trabajar con agricultores de poroto	100%
4	Iniciar proceso de obtención de certificación vegana.	0%
5	Promover los beneficios de la vida saludable y de los productos en el mercado de alimentos para atraer a padres, madres y niños a través de un plan de marketing y estrategia de branding.	30%

¹ Para obtener el porcentaje de avance de cada Objetivo específico (OE) se promedian los porcentajes de avances de los resultados esperados ligados a cada objetivo específico para obtener el porcentaje de avance de este último.

6. RESULTADOS ESPERADOS (RE)

Para cada resultado esperado debe completar la descripción del cumplimiento y la documentación de respaldo.

6.1 Cuantificación del avance de los RE al término del proyecto

El porcentaje de cumplimiento es el porcentaje de avance del resultado en relación con la línea base y la meta planteada. Se determina en función de los valores obtenidos en las mediciones realizadas para cada indicador de resultado.

El porcentaje de avance de un resultado no se define según el grado de avance que han tenido las actividades asociadas éste. Acorde a esta lógica, se puede realizar por completo una actividad sin lograr el resultado esperado que fue especificado en el Plan Operativo. En otros casos se puede estar en la mitad de la actividad y ya haber logrado el 100% del resultado esperado.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
1	1	Obtención de etiquetado nutricional libre de sellos.	28/02/2019	17/12/2019	100%
Descripción y justificación de los resultados del proyecto.					
Dada la investigación de la ley 20.606 y los ingredientes que utilizamos el resultado es que es y será un producto libre de sellos, ya que no tiene adición de azúcar, sodio o grasas saturadas. Esto respaldado por la directriz de fiscalización de la Ley, el RSA y el manual de etiquetado de alimentos.					
Anexo 1 (Imagen manual de etiquetado de alimentos RSA) Anexo 2 (Informe Capi de Universidad De Chile)					

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
1	2	Obtención de empaque definitivo	28/02/2019	08/10/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Se ha hecho un cambio de imagen en cuanto a la publicidad del producto, el cual ya no se llamará Beanis. Esto ha sido testeado con más de 30 niños, y finalmente cada personaje tendrá su propio nombre, relacionado con el sabor de cada cereal (ChocoRock, CocoThunder, FrutiRain)

Para el diseño de empaque, se trabajó con la misma agencia de publicidad la cual creó los personajes, y respecto a los materiales, se utilizará cartulina de 300grs y film compostable "Natureflex" o metalizado BOPP.

Si bien el estuche armado se obtuvo en enero del 2020, los materiales, proveedores y formas estuvieron listos en octubre de 2019.

Anexo 3 (Imágenes estuches Capi y nueva marca)

Anexo 4 (Ficha técnica Natureflex)

Anexo 5 (Ficha técnica BOPP metalizado)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
1	3	Obtención de análisis microbiológico y durabilidad de mínimo 6 meses.	30/09/2019	17/12/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Ya que el producto a iterado hasta llegar ser finalmente un cereal con otra forma de producción (extrusión) y otra formulación, se obtuvieron dos análisis, el primero de la hojuela y finalmente el del producto final, se adjunta sólo del producto final dado que es lo que tiene importancia.

El cereal al ser un producto con poca actividad de agua y baja humedad (<3%) su duración es de 12 meses, mejor de lo que se esperaba.

Anexo 2 (Informe Capi de Universidad De Chile)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
1	4	Obtención de tres sabores nuevos.	31/08/2019	11/10/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Se probaron formulaciones con más de 10 sabores, artificiales, idénticos a natural y naturales, finalmente se decidió a través de focus group, testeos y analizar el mercado, es decir, qué sabores son los cereales que más se venden.

Anexo 6 (Conclusiones de sabores Capi)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
1	5	Aprobación de los nuevos sabores con mínimo 50 niños.	30/09/2019	11/10/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

A través de focus group, encuestas y evaluaciones sensoriales se aprobaron los nuevos sabores definidos en el resultado esperado anterior.

Anexo 6 (Conclusiones de sabores Capi)
Anexo 7 (Encuesta sabores Capi)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
1	6	Obtención de análisis microbiológico de nuevos sabores.	10/02/2020	17/12/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Los resultados se obtuvieron de la hojuela en primera instancia y luego del cereal extruido, estos análisis correspondían a lo esperado dado las características del producto. Se adjunta sólo los análisis nuevos, dado que es lo que tiene valor hoy.

Anexo 2 (Informe Capi de Universidad De Chile)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
1	7	Obtención de etiquetado nutricional de nuevos sabores.	10/02/2020	17/12/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Los etiquetados nutricionales se obtuvieron a través de la Universidad De Chile, junto con los análisis microbiológicos.

Anexo 2 (Informe Capi de Universidad De Chile)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
1	8	Comenzar venta informal para testeo, regalo de productos y primera prospección comercial.	30/06/2019	30/06/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

El producto se lanzó a través de redes sociales, las ventas han sido pocas, a través de una feria y RRSS. Los clientes han sido más que todo veganos y madres muy preocupadas por la alimentación de sus hijos.
 Se han regalado productos a Influencers como "Toa Valantin" y "Listado Vegano" los cuales han subido historias con los productos.
 También se realizó un concurso en RRSS en el cual regalamos 30 paquetes a Catalina Rees. Como el producto cambió, se ha dejado un poco de lado las ventas, ya que los tiempos se han destinado en mejorar el producto actual, el cual será el definitivo.

Anexo 8 (Instagram clientes y concurso)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
2	9	Encontrar forma de industrializar el proceso productivo (extruido, horno tradicional, maquila), el cual deberá contar con resolución sanitaria	31/05/2019	14/10/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

La industrialización se trabajó con “Groupal asesores”, junto a ellos se decidió que la mejor opción es el extruido, en un comienzo se pensó en comprar un equipo extrusor, pero luego se tomó la decisión de maquilar, esto se explicará más adelante en el informe.

Se trabajó junto a CETA y la Universidad de Chile el proceso productivo, el cual nos sirvió para poder iterar el producto, mejorarlo y finalmente lanzarlo. Se hizo una pequeña producción para testear el mercado, ya que cuenta con resolución sanitaria. (1.000 estuches de 300grs y 800 estuches de 50grs)

Anexo 9 (Informe industrialización Beans)
Anexo 10 (Informe extrusión Capi de Ceta)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
2	10	Probar nuevo proceso productivo con diferentes saborizantes, harinas y almidones.	31/07/2019	20/10/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Se han hecho alrededor de 5 pruebas de ingredientes diferentes para poder encontrar la mejor formulación. Para ello se han utilizado distintas formulaciones de harinas, en el proyecto se comenzó solamente utilizando harina de porotos, luego para proteger y mejorar el cereal se añadieron dos leguminosas más, la lenteja y el garbanzo, además se le agregó maíz el cual permite que el proceso productivo sea mejor, agrega expansión a la extrusión y sabor. Con respecto a los saborizantes se explicó en el NR°5, y los otros ingredientes se utilizan de acuerdo a normas establecidas por el RSA y por categoría, es decir, por ejemplo: el carbonato de calcio sirve para dar crujencia al cereal, se utiliza como máximo en un 0,5%.

Anexo 11 (Materias primas probadas)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
2	11	Concretar ventas con puntos de venta estratégicos	10/02/2020	17/02/2020	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Las ventas llegaron luego de terminado el proyecto, pero igualmente en febrero. El primer cliente fue Aldea Nativa (Vitacura), quienes decidieron comprar una pequeña cantidad y ver como rota el producto, luego se sumó Tremus (Chicureo) y BeRoots (tienda web), con quienes se hizo un trato a consignación.

Anexo 12 (Fotos de tiendas con cereales Capi e Instagram)
 Anexo 13 (Guía de despacho BeRoots)
 Anexo 14 (Guía de despacho Tremus)
 Anexo 15 (Factura electrónica Aldea Nativa)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
3	12	Establecer un método de trabajo que asegure la calidad del poroto en conjunto con PRODESAL	10/12/2019	04/07/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

La segunda vez que se visitó Licantén, se realizó la primera compra de porotos (250 kilos) a Moisés Véliz, agricultor de confianza del Prodesal Christian Godoy y la tercera vez se realizó la compra a Orlando Morales (150 kilos).
Al ser agricultores de Prodesal, estos trabajan con semilla del INIA, por lo tanto, se obtiene un producto de calidad.

Anexo 16 (Fotos con agricultores y Prodesal)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
3	13	Firmar acuerdo de cooperación con agricultores a través de Prodesal (INDAP).	10/12/2019	04/07/2019	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Se firmó un documento en donde hay colaboración mutua tanto de parte del proyecto BEANIS, como del Prodesal de Licantén.

Anexo 17 (Acta de Acuerdo-Compromiso Comercial)
Anexo 18 (Compromiso Prodesal Licantén con proyecto "Beanis")

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
4	14	Establecer acuerdo con "Vegetarianos Hoy" para comenzar proceso de certificación vegana.	10/02/2020	No aplica	0%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Este objetivo no se logró cumplir, las tramitaciones se iniciaron en enero cuando el producto se terminó, de hecho, se tuvo que hacer un primer abono de \$60.000 para comenzar el proceso de evaluación, pero como no existe boleta al respecto y el estudio dura alrededor de 3 meses, se decidió utilizar dinero del ejecutor.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
5	15	Desarrollar y potenciar las redes sociales para posicionar el producto, a través de un(a) Community Manager.	10/12/2018	10/02/2020	100%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

El trabajo comenzó en febrero, se publican 2 imágenes y 1-4 historias por semana. Los temas abordados son: sustentabilidad, vida sana, alimentación saludable, compostaje, agricultura, ventas y por supuesto legumbres. Es importante señalar que la marca cambió, por lo tanto, se tuvo que borrar algunas publicaciones que incluían de manera muy clara la marca anterior. Actualmente contamos con 1.082 seguidores en Instagram y 909 en Facebook con 95 publicaciones en ambas cuentas.

Anexo 19 (Informe RRSS Capi)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
5	16	Realizar videos animados para ser publicados en RRSS	30/06/2019	No aplica	0%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Este vídeo se eliminó, ya que se hizo una reitemización en donde se le dio prioridad a la compra del bombo cobertor, maquina necesaria para la producción de los cereales.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
5	17	Participación en al menos dos ferias relacionadas al rubro alimentario como ÑAM, Food and Service, Mastica y otras, con productos alimenticios y merchandising.	10/02/2020	10/03/2019	20%

Descripción y justificación de los resultados del proyecto.

Se ha ido a una feria "ImpulsaVeg", es pequeña y enfocada en productos veganos, fuimos ya que consideramos que este segmento está creciendo y es una buena manera de testear ventas. Asistieron alrededor de 300 personas. El producto finalmente se terminó en enero, por lo tanto, no se pudo ir a ninguna feria previo a eso, además por la contingencia nacional estas últimas han disminuido bastante. Finalmente se decidió reitemizar para utilizar bien estos dineros.

Anexo 20 (Participación feria Impulsa Veg)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de resultados (IR)		% de cumplimiento
			Fecha alcance meta programada	Fecha alcance meta real	
5	18	Realizar alianza estratégica con empresas enfocadas en niños como Kidzania, escuelas deportivas u otros.	10/02/2020	No aplica	0%
Descripción y justificación de los resultados del proyecto.					
Dado que el producto estuvo listo al final del proyecto, este objetivo no se logró cumplir, lo que no significa que esta en los planes de la empresa.					

6.2 Análisis de brecha.

Cuando corresponda, justificar las discrepancias entre los resultados programados y los obtenidos.

Los resultados en general fueron los esperados, pero los tiempos no fueron bien calculados, esto es parte del aprendizaje y la inexperiencia del equipo.
El resultado esperado de obtener la certificación vegana no se pudo lograr, dado los tiempos en que se obtuvo el producto, ya que obviamente es necesario tener el producto listo para entrar en el proceso de evaluación.
Los videos animados tampoco se realizaron ya que se consideró que no eran prioridad en el tiempo en el que el proyecto se encuentra, por ese motivo se utilizaron estos recursos en otras cosas.
Con respecto a las ferias es algo que lamentamos no haber podido participar, pero sin un producto terminado, no hubiese tenido sentido, además debido al estallido social no se han realizado las mismas ferias que años anteriores.
No se alcanzó a generar ninguna alianza estratégica con empresas relacionadas con niños, pero es algo que actualmente estamos trabajando.
Respecto a los resultados que se obtuvieron después de la fecha programada, estos tienen dos explicaciones:
La primera tiene que ver con la industrialización de la elaboración del cereal, los resultados esperados que tienen que ver con análisis de laboratorio fueron obtenidos en los plazos esperados si hablamos de la hojuela (1er producto), pero el nuevo cereal fue quien demoro, dado que hubo que realizar diferentes pruebas para llegar a lo deseado.

7. CAMBIOS Y/O PROBLEMAS DEL PROYECTO

Especificar los cambios y/o problemas enfrentados durante el desarrollo del proyecto. Se debe considerar aspectos como: conformación del 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
Reitemización de montos 1	El proyecto y los gastos se pudieron repartir de mejor forma para cumplir los objetivos de manera tangible.	Se destinaron \$2.600.000 a la compra de un bombo grageador para poder dar cobertura y brillo al cereal, este equipo es indispensable para desarrollar un buen producto. Este dinero se sacó del servicio de maquila y de video animado.

		<p>La maquila se está haciendo, pero con dinero de otro fondo y el video no se hará, porque creemos que en esta etapa es más importante sacar el producto lo antes posible.</p>
<p>Reitemización de fondos 2</p>	<p>Los dineros se pudieron repartir de mejor forma para y pagar por los servicios que nacieron en los últimos meses.</p>	<p>El dinero de equipamiento sobró de la compra del bombo cobertor, por lo que se utilizó en viáticos y movilización, este último aumentó para realizar viajes en metro y automóvil (prospección comercial) y viajes a la planta piloto en un camión $\frac{3}{4}$ en el que iba materia prima y posteriormente cajas de producto. También dado que la marca cambió hubo que pagar por servicios de un abogado para hacer los tramites correspondientes, además de la redacción de contratos por servicios y asesorías de formulaciones.</p> <p>Finalmente se sumo dinero a servicio a terceros para cambiar la marca, diseñar los estuches que hoy están en el mercado y pagar por el servicio de envasado durante los días de producción.</p>

8. ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERÍODO

8.1 Actividades programadas en el plan operativo y realizadas durante el período de ejecución para la obtención de los objetivos.

- Trabajo de publicidad en redes sociales
- Visita y formalización de trabajo con Prodesal y agricultores de Licantén
- Compra de Porotos a agricultor
- Compra de otras materias primas para pruebas
- Desarrollo de pruebas piloto en Universidad de Chile (formulación, sabores y formas)
- Acuerdos con Ceta para el desarrollo del producto
- Acuerdo con Universidad de Chile para análisis de laboratorio para el producto final.
- Asesoría respecto a industrialización
- Compra de Bombo para producción
- Testeo de nuevos sabores
- Producción del cereal
- Contactar clientes de diferentes puntos de venta y concretar ventas

8.2 Actividades programadas y no realizadas durante el período de ejecución para la obtención de los objetivos.

- Hacer un vídeo animado con el personaje Beanis (Se eliminó por la reitemización)
- Asistir a la feria Ñam (El producto no está terminado, por lo que no se pudo asistir)
- Pendones (Dado que no se fue a ninguna feria con el nuevo producto)

8.3 Analizar las brechas entre las actividades programadas y realizadas durante el período de ejecución del proyecto.

9. POTENCIAL IMPACTO

9.1 Resultados intermedios y finales del proyecto.

Descripción y cuantificación 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; ventas y/o anuales (\$), nivel de empleo anual (JH), número de productores o unidades de negocio que pueden haberse replicado y generación de nuevas ventas y/o servicios; nuevos empleos generados por efecto del proyecto, nuevas capacidades o competencias científicas, técnicas y profesionales generadas.

La mayor parte de la ejecución del proyecto se trató de desarrollar un nuevo producto, semanas antes del término del proyecto se logró llegar al producto deseado y concretar las primeras ventas que son menos aproximadamente \$35.000.

Por lo que el potencial de impacto es alto, dado que en sólo 1 semana se logró entrar a 3 tiendas, y esto crecerá rápidamente dado que ya estamos en conversaciones con otras 6 tiendas.

Dentro de la planificación de la empresa se espera para mayo de 2020:

- Estar en mínimo 20 emporios saludables
- Llegar a posicionarse en retail
- Ingresar a entregar alimentos a Junaeb (Colaciones en formato de 12 gramos)

Otro resultado tiene que ver con las habilidades y experiencia adquiridas por el equipo técnico y los académicos, ya que al hacer un cereal de legumbres todos los involucrados aprendieron, porque no existía en nuestro país un desarrollo como tal, esto involucra a CETA, Universidad de Chile y el equipo técnico.

10. CAMBIOS EN EL ENTORNO

Indique si existieron cambios en el entorno que afectaron la ejecución del proyecto en los ámbitos tecnológico, de mercado, normativo y otros, y las medidas tomadas para enfrentar cada uno de ellos.

A partir de lo que ocurrió el 18 de octubre todo fue más lento, con el equipo debíamos viajar constantemente a la Universidad de Chile ubicada en La Pintana, y en ocasiones esta estaba cerrada por lo que la planificación de pruebas no se cumplió.

También a raíz de esta situación los proveedores no estaban con la misma disposición, así como también las tiendas a las cuales se les ofrecía el producto.

Las medidas que se tomaron fueron simples, seguir trabajando de la misma forma, consultando a los involucrados como se encuentran y esperando sus tiempos, finalmente en el mercado se conoce febrero como un mes que no se vende por lo general, pero contrario a eso las tiendas si estuvieron dispuestas a tener el producto en sus góndolas.

11. DIFUSIÓN

Describa las actividades de difusión realizadas durante la ejecución del proyecto. Considere como anexos el material de difusión preparado y/o distribuido, las charlas, presentaciones y otras actividades similares.

	Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Documentación Generada
1	11/04/2019	Universidad Católica	Exposición PPT	30	Anexo 21
2	05/04/2019	Radio agricultura	Entrevista	Alcance de radio	Anexo 22
			Total participantes	>30	

12. PRODUCTORES PARTICIPANTES

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

12.1 Antecedentes globales de participación de productores

Debe indicar el número de productores para cada Región de ejecución del proyecto.

Región	Tipo productor	N° de mujeres	N° de hombres	Etnia (Si corresponde, indicar el N° de productores por etnia)	Totales
	Productores pequeños		2		2
	Productores medianos-grandes				
	Productores pequeños				
	Productores medianos-grandes				
	Totales		2		

12.2 Antecedentes específicos de participación de productores

Nombre	Ubicación Predio			Superficie Há.	Fecha ingreso al proyecto
	Región	Comuna	Dirección Postal		
Moisés Veliz	Maule	Licantén	3410000	<20	27/8/2020
Orlando Morales	Maule	Licantén	341000	<20	6/2/2020

13. CONSIDERACIONES GENERALES

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

Si, absolutamente.

Este proyecto no fue fácil llevarlo a cabo dado que se trata de una innovación y mucho de lo que se esperaba dependía de lo empírico, por lo tanto, resulto ser mejor de lo que se esperaba, se logró desarrollar un producto en tres variedades de sabor, y se logró también estar en tres tiendas al final del periodo.

13.2 ¿Cómo fue el funcionamiento del equipo técnico del proyecto y la relación con los asociados, si los hubiere?

El equipo técnico ha funcionado a la perfección, hemos trabajado por los mismos objetivos, de diferentes ámbitos. Michele ha ayudado a levantar el proyecto y se ha encargado de finanzas, marketing, contabilidad, aspectos legales y contacto con los clientes.

13.3 A su juicio, ¿Cuál fue la innovación más importante alcanzada por el proyecto?

Lograr transformar legumbres en un cereal para niños, que es rico, con forma divertida y con una imagen que los identifica.

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

Se decidió no comprar la máquina por las siguientes razones:

1. La tecnología de las máquinas de Perú y Colombia eran similares, extrusoras monotornillos, estas sirven muy bien para productos en base a cereales como trigo o maíz, pero para harinas más complejas como la del poroto no, debiendo formular un producto con un máximo de 25% poroto y 75% cereal, proporción que no estamos dispuestos a hacer ya que nuestro proyecto se trata de un cereal de legumbres, no de trigo o maíz.
2. Lo que significa instalar una planta productiva, si bien esto se podría haber logrado, implicaba un esfuerzo mayor que no podríamos sobrellevar, dado que implica empleados y HH de parte del equipo técnico que no contamos.
3. Al hacer la primera prueba en la Universidad de Chile, pudimos ver en forma empírica la diferencia de un producto extruido en monotornillo vs doble tornillo, la apariencia, sabor y textura es completamente diferente, y en relación a la proporción, se puede establecer la que uno desee, en nuestro caso el producto tiene un 45% de legumbres. Además, este equipo Clextral tiene diferentes parámetros modificables para lograr un producto deseado.

Por otro lado, decidimos mezclar tres legumbres: Poroto Tórtola, Garbanzo y Lenteja. Esto por tres razones:

1. La Lipooxigenasa, este es el amargor propio de una legumbre que no está remojada, muy fuerte en el poroto y más bajo en las otras legumbres.
2. Los costos de las harinas, el valor por kilo del poroto y luego convertido en harina es de alrededor de \$1.300, y las otras harinas \$750.
3. La protección de la "formula", al mezclar tres harinas y no declarar los porcentajes de cada uno podemos esconder la formulación.

14. CONCLUSIONES

Realice un análisis global de las principales conclusiones obtenidas luego de la ejecución del proyecto.

La primera conclusión es que las leguminosas son un súper alimento, que ha sido subvalorado y que hoy esta tomando lugar en la alimentación de la población, y Beanis ahora llamado Capi ayuda en ese sentido.

La población chilena se alimenta mal, hoy somos lideres en obesidad en los países de la OCDE, por lo que es urgente crear alternativas saludables a los alimentos de consumo masivo.

Con respecto al proyecto se llega a la conclusión que, si es posible hacer un cereal con leguminosas, y hacer de este un rico sabor.

También se concluye que es importante asesorarse por expertos, quienes puedan compartir experiencia y conocimiento para lograr los objetivos, en ese sentido los servicios por parte de algunos académicos la Universidad De Chile fueron fundamentales.

Por último, el proyecto demoró, fue difícil partir, hubo varios cambios, todo esto dado la innovación que se estaba gestando, pero el equipo supo sobrellevar estos cambios y FIA siempre se mostró dispuesto a colaborar.

15. RECOMENDACIONES

Señale si tiene sugerencias en relación a lo trabajado durante el proyecto (considere aspectos técnicos, financieros, administrativos u otro).

La única sugerencia es que sería bueno tener “mentores” cada cierto tiempo de diferentes áreas que tengan que ver con cada proyecto, que se junten con el coordinador o equipo técnico para ver avances del proyecto y puedan opinar, conectar y ayudar.

Todo lo técnico, financiero y administrativo nos pareció excelente.

16. ANEXOS