



CÓDIGO
(uso interno)

FORMULARIO DE POSTULACIÓN

CONVOCATORIA NACIONAL 2017

PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO INNOVADOR

MARZO 2017

Contenido

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA.....	4
1.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA	4
1.2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUÉ SE ENMARCA LA PROPUESTA	4
1.3. RESPECTO DE LA PROPUESTA QUÉ LÍNEA TEMÁTICA ABORDA	4
1.4. LUGAR DE EJECUCIÓN	4
1.5. PERIODO DE EJECUCIÓN	4
1.6. ESTRUCTURA DE COSTOS	5
SECCIÓN II: ANTECEDENTES GENERALES DEL POSTULANTE Y COMPROMISO DE EJECUCIÓN	6
2.1. IDENTIFICACIÓN DEL POSTULANTE	6
2.2. COMPROMISO DEL POSTULANTE	7
SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DEL O LOS ASOCIADO(S) Y COMPROMISO DE EJECUCIÓN	8
3.1. ASOCIADO	8
3.2. REPRESENTANTE LEGAL DEL ASOCIADO	8
3.3. COMPROMISO DEL ASOCIADO.....	9
SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA.....	11
4.1. RESUMEN DE LA IDEA DE PROYECTO	11
4.2. RESUMEN DE LA IDEA DE PROYECTO	12
4.3. ESTADO DEL ARTE DEL PROYECTO	13
4.4. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD QUE INTENTA RESOLVER	14
4.5. BENEFICIARIOS POTENCIALES	15
4.6. SOLUCIÓN INNOVADORA.....	16
4.7. ¿DE QUÉ TIPO DE INNOVACIÓN ESTÁ HABLANDO?.....	17
4.8. GRADO DE NOVEDAD Y NIVEL DE INCERTIDUMBRE	17
4.9. BENEFICIO.....	18
4.10. AMENAZAS	18
4.11. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA	19
4.12. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) DE LA PROPUESTA	19
4.13. RESULTADOS QUE ESPERA ALCANZAR	19

4.14.	ACTIVIDADES A REALIZAR.....	20
4.15.	METODOLOGÍA.....	21
4.16.	CARTA GANTT.....	22
4.17.	EQUIPO TÉCNICO CON EL QUE TRABAJARÁ.....	25
4.18.	ACTIVIDADES A REALIZAR POR TERCEROS	25
4.19.	PROPIEDAD INTELECTUAL.	27
4.20.	¿OTROS FINANCIAMIENTOS EN SU PROYECTO?	28
SECCIÓN V: ANTECEDENTES FINANCIEROS DE LA PROPUESTA		29
5.1.	Estructura de costos de la propuesta.....	29
5.2.	DESCRIPCIÓN DE LOS COSTOS DE LA PROPUESTA	30
ANEXOS		31

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

Desarrollo de Subproductos en base a Shiitake producido en la RM

1.2. SECTOR Y SUBSECTOR EN QUÉ SE ENMARCA LA PROPUESTA

Ver identificación sector y subsector en Anexo 5.

Sector	Alimento
Subsector	Deshidratado, Snacks, general sector alimento, aliños y especias, otros alimentos

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

Adaptación al Cambio Climático a través de una agricultura sustentable	
Alimentos Saludables	x
Marketing agroalimentario	x

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

Región(es)	Metropolitana
Provincia(s)	Maipo
Comuna(s)	Paine

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

Fecha de inicio	Agosto 2017
Fecha de termino	Marzo 2019
Duración en meses	19

1.6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Complete)			
Aporte		Monto (\$)	%
FIA			
CONTRAPARTE (ejecutor y asociados)	Pecuniario		
	No pecuniario		
TOTAL (FIA + CONTRAPARTE)			

SECCIÓN II: ANTECEDENTES GENERALES DEL POSTULANTE Y COMPROMISO DE EJECUCIÓN

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

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL POSTULANTE

Nombre completo	Juan Enrique Bernstein Hormann			
RUT				
Fecha de nacimiento	03/05/1990			
Nacionalidad	Chileno			
e-mail				
Teléfono de contacto (código de región + número telefónico)				
Dirección de contacto para envío de documentación. (Calle y número, Comuna, Ciudad, Región)	Robles 13168, departamento 207, comuna Lo Barnechea, Santiago, Región Metropolitana			
Género	Femenino	☐	Masculino	☒
¿Pertenece a alguna etnia?	SI (Indique cual)	☐	NO	☒
Nivel de estudios completos realizados (Marque con una X):	Educación secundaria	Técnico-Profesional		☐
		Científico-Humanista		☒
	Educación superior (pregrado)	Centro de Formación Técnico		☐
		Instituto Profesional		☐
		Universidad		☒
	Educación superior (postgrado)	Magister		☐
		Doctorado		☐
Si es estudiante de educación superior, indique:	Nombre de la carrera que cursa			
	Año que cursa			

Formulario de postulación
Convocatoria Proyectos de Emprendimiento Innovador 2017

Aporte total (\$)	
Aporte pecuniario (\$)	
Aporte no pecuniario (\$)	
Firma Nombre del postulante RUT	

SECCIÓN III: ANTECEDENTES GENERALES DEL O LOS ASOCIADO(S) Y COMPROMISO DE EJECUCIÓN		
Complete cada una de las siguientes secciones con información relacionada al o los asociados.		
3.1. ASOCIADO		
Complete el siguiente cuadro por cada uno de los asociados de la propuesta y adjuntar CV.		
Nombre completo / Razón social		
Actividad / Giro		
RUT		
e-mail		
Teléfono de contacto (código de región + número telefónico)		
Dirección de contacto para envío de documentación (Calle y número, Comuna, Ciudad, Región)		
¿Actualmente es parte del equipo técnico de alguna iniciativa en ejecución con apoyo de FIA?	SI	
	NO	
Si la respuesta al punto anterior es SI, por favor indique el código FIA de la iniciativa.		
3.2. REPRESENTANTE LEGAL DEL ASOCIADO		
Si el asociado corresponde a una persona jurídica, complete el siguiente cuadro.		
Nombre completo		
Cargo que ocupa el representante legal en la entidad		

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

Aporte no pecuniario (\$)	
_____ Firma Nombre y RUT	

SECCIÓN IV: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA

4.1. RESUMEN DE LA IDEA DE PROYECTO

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

Nuestro proyecto consiste en dos partes, la primera es el aumento de la capacidad de producción y de la tecnologización de nuestros actuales invernaderos, para así poder ser más eficientes, reducción de merma y ahorrar tiempo en algunos procesos que hoy se ejecutan manualmente, pero que con un poco de tecnología se pueden hacer de manera mucho más eficiente y así ahorrar tanto en dinero como en HH. En esta parte consistirá en aumentar la capacidad productiva al doble de lo que actualmente existe, y poder acondicionar estos invernaderos con mayor tecnología.

La segunda parte, que se desarrollará en paralelo con la primera, es la creación de sub productos de Shiitake. Estos subproductos son: Bacon, hummus, paté, Snacks, aderezos, Cápsulas farmacéuticas, Hamburguesas vegetarianas y Shiitake deshidratado. Para lograr esto, debemos estar con el aumento de producción explicado en el punto anterior y también es necesario realizar varias pruebas de prototipos con respecto a estos subproductos. Se trabajará en un nuevo diseño tanto de Packaging, como marca y etiquetado que acompañará a estos subproductos, para que estos sean introducidos dentro del mercado objetivo que nosotros creemos será el óptimo para su venta. Este conjunto de subproductos, como así también el hongo fresco constituyen una fuente alimenticia natural, sana y que provee de diversas cualidades positivas para la salud de las personas, como así también ser considerado un alimento gourmet.

4.2. RESUMEN DE LA IDEA DE PROYECTO

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

Our project considers two main lines:

- The first line of action includes increasing our output capacity as well as adding technology to our current greenhouses in order to gain in efficiency, decrease our loss in the production line and save time in some of the processes which today are manually operated. These changes will enable us to cut costs both in money and human resources and will allow us to increase our production in a 100% capacity.
- The second line of action, which will be implemented simultaneously with the first one, consists in creating Shiitake byproducts. These non-existing Shiitake products in Chile and that our company will develop are: Bacon, hummus, paté, snacks, dressings, Shiitake pills (pharmaceutical use), vegetarian hamburgers and dehydrated Shiitake.

In order to be able to obtain said byproducts the first line of action is essential, since we will be able to increase our production capacity of kilos per month. As well, we will need to carry out several tests and prototypes regarding these byproducts. Additionally, a new line of packaging design will be carried out for these new products in order for them to be better positioned in the target market which we consider will be optimum for the products.

These byproducts as well as fresh Shiitake mushrooms provide a healthy and natural nutritional system which has several benefits for human health, besides being considered a tasty and nutritious gourmet food.

4.3. ESTADO DEL ARTE DEL PROYECTO

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

En el 2012 según lo menciona el diario la cuarta, la falta de tiempo y el estrés continuo, ha ido alejando al chileno de las cocinas y lo ha conducido a consumir comida preparada, esto ha provocado un incremento del 61% en el consumo de comida preparada, con un gasto promedio anual de US\$ 2.19 millones durante este año, considerando que Chile se mueve en un mercado que factura US\$36,9 millones, cifras entregadas por Euromonitor, a diario la estrategia. De acuerdo a un estudio del 2013 realizado por Elige Vivir Sano , “el placer y la conveniencia son importantes fuerzas que modelan el mercado de los alimentos en el mundo y Chile. Por lo que existe una mayor demanda por productos con menor tiempo de preparación y fáciles de consumir (Pro Chile , 2012), sumándose la tendencia a comer más saludable, saber de los ingredientes o componentes de los alimentos y propiedades nutritivas (Chile industria, 2013). En el 2008, la industria gourmet presentaba una tasa de Crecimiento del 40% anual, siendo hasta el 2009 el 10% de la Industria de alimentos, con facturaciones anuales de US\$ 30 millones. Ahora en el 2015, representa un 18% con una facturación anual de US\$ 70 millones, donde se puede observar que es un mercado en expansión (López Barreno, 2016).

Chile poco a poco ha comenzado a producir jóvenes chefs de calidad, esto es aprovechado por las empresas que desean dar a conocer nuevos productos. Los productos Gourmet están destinados a un público exquisito, que valora la prescripción de profesionales del mundo de la gastronomía que en definitiva son creadores de opinión y dictan las nuevas tendencias. Una forma de expandir el consumo de productos Gourmet en Chile, está dada por los restaurantes, que con nuevas iniciativas están incorporando nuevos productos a sus menús, lo que fomenta en el mercado la importancia de incluir productos de calidad en las dietas para mantener un buen estado de salud. Otro macrosegmento son empresas que adquieren productos gourmet como regalos corporativos (Flores, 2012).

Según cifras entregadas por El Emporio Nacional, en Marzo del 2014, la demanda por los productos diferenciados o gourmet se ha incrementado entre un 15 y 20% anual en Chile, y se espera que para los próximos años siga en aumento (López Barreno, 2016).

La industria gourmet está una etapa de crecimiento, con un 40% de crecimiento anual en ventas , en que existe la presencia atomizada de productores que en forma heterogénea exportan productos gourmet de amplia variedad, desde jamones, carne de avestruz hasta miel, productos secos, ajos etc. Existe un amplio mercado internacional que permite la entrada a muchos productores . Las tendencias del mercado son hacia la creación de productos diferentes para los canales de distribución diferentes: supermercados, tienda tradicional, tienda gourmet especializada, mayoristas, la hostelería tradicional, cadenas de restaurantes y alta cocina. En alimentación hay una innovación constante en el producto hacia la sofisticación: aguas, aceites, salsas, especias, tipos de hojas exóticas nativas. Funcionalidad en las gamas; el envasado del producto en conserva. Los productores tienden a hacer alimentos más fáciles y divertidos de comer para la gente joven o para camuflar su utilización e Introducción de nuevas texturas o aromas. Existen entidades en que se agrupan exportadores para atacar en forma más efectiva los mercados internacionales (Flores, 2012).

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

4.4. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD QUE INTENTA RESOLVER

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

La oportunidad que se busca abordar proviene de la demanda creciente por productos gourmet en el mercado nacional, así como la búsqueda de entregar un producto beneficioso para la salud de las personas, con formatos que presenten una mayor duración de vida útil del producto, de buena calidad y con mayor valor agregado, que sean hechos en Chile y que son una innovación en el país. En resumen, se busca elaborar subproductos en base a Hongo Shiitake y así resolver las anteriores condiciones.

La relevancia está asociada a la industria agroalimentario, ya que se está trabajando con un hongo relativamente nuevo en el país (pero con un alto porcentaje de crecimiento anual), en donde se busca dar formatos de productos de quinta gama para que la gente pueda comerlos directamente y además serían innovadores en Chile y potencialmente exportables. Luego y que también es relevante, es que no solamente se busca producir los subproductos, sino que también es ser productor de la materia prima, comercializar en fresco y subir en la cadena de proceso y entregar algo con mayor elaboración. Así también, al estar ubicados en la comuna de Paine, que posee muchos trabajadores agrícolas y que además es caracterizada por los bajos ingresos percibidos por éstos, se busca dar oportunidades a los habitantes de la zona, para que puedan crecer con el negocio.

4.5. BENEFICIARIOS POTENCIALES

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

Los clientes del hongo shiitake y específicamente de los subproductos corresponde a:

- 1) Supermercados
- 2) Mercados gourmet (coquinaria, mercado Patache)
- 3) Mercados mayoristas
- 4) Ferias gastronómicas
- 5) E-commerce. Estos se verán beneficiados al poder exhibir un producto único en el país, y que además es fabricado íntegramente en toda su cadena en suelo nacional.

El perfil de nuestros usuarios es: tienen entre 25 y 55 años, se definen como personas cosmopolitas, de gustos refinados, tienen ingreso sobre el promedio nacional, caracterizado por estudiar los productos antes de su consumo/preparación y tienen una mayor conciencia por el cuidado personal (salud). Además de ser un producto alimenticio, al obtener los productos gourmet, obtienen validación de un estilo de vida, Status, belleza, placer y emoción por el consumo de este tipo de productos.

Actualmente no existen subproductos del hongo shiitake en el mercado nacional. La solución es mediante la compra de subproductos similares a los planteados (paté, hummus, snack saludables) que provengan de otra materia prima, por los demás productos y materias primas que cumplan con la característica de gourmet, por lo tanto mediante la elaboración de la propuesta se pretende satisfacer una demanda por productos gourmet que no ha podido ser satisfecha, dado que hoy no hay elaboraciones de formatos de productos en base a esta materia prima (y ahí está la oportunidad).

4.6. SOLUCIÓN INNOVADORA

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

La Roblería tiene como misión la producción y comercialización de hongos shiitake. En este caso, el proyecto al cual se está optando para ser realizado mediante este fondo, es el segundo paso que se requiere para crecer, que es el desarrollo de subproductos que utilizan como materia prima principal el hongo shiitake. Así se aumenta vida útil a través de los nuevos subproductos y se mantienen sus propiedades organolépticas. Entre los subproductos destacamos el paté, snacks saludables, hummus y capsulas entre otros.

Con el desarrollo de los subproductos se aumenta la vida útil del hongo, manteniendo de igual forma sus propiedades. A su vez, se busca ser parte de toda la cadena de producción, desde el momento en que se inocula el tronco, hasta que el producto final es puesto en el punto de venta (productos de consumo directo o de quinta gama).

La innovación que se propone es lograr hacer subproductos de valor agregado con una materia prima que en Chile se utiliza con baja intensidad y es poco conocida, solamente su venta en fresco o deshidratada es más familiar, pero más allá de eso, no hay nadie a nivel nacional que esté tratando de elaborar subproductos con esta base. Además, la producción del hongo y de los subproductos asociados está enmarcado en un sistema productivo limpio, con muy pocos desechos (casi nulos), amigable con el medioambiente y que además busca sumar en la línea de subproductos un sistema en que se utilicen idealmente solo componentes vegetales para generar los formatos de productos y así que sean una alternativa real de alimentación gourmet, sana y amigable con el medioambiente y disponible para todo tipo de consumidor.

4.7. ¿DE QUÉ TIPO DE INNOVACIÓN ESTÁ HABLANDO?

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

Producto	X
Servicios	
Procesos	
Modelos de negocios	X
Gestión comercial	X
Otra, Indique Cual	

4.8. GRADO DE NOVEDAD Y NIVEL DE INCERTIDUMBRE

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

La propuesta presentada que busca ser en parte financiada mediante FIA, corresponde a la elaboración de subproductos en base al hongo shiitake, subproductos que hoy en el país no existen (salvo las cápsulas como suplementos alimenticios). Por otra parte, fuera de Chile y específicamente en países de Europa Occidental y en Norte América, los subproductos en base al Hongo Shiitake se comenzaron a realizar hace unos años, siguiendo las tendencias de la alimentación más saludable, en base a ingredientes naturales, que fuesen beneficiosos para la salud y buscando seguir la línea de muchas personas que tendían a buscar alimentarse en base a productos de origen vegetal por sobre el animal. Por lo tanto, si se compara solamente con el mercado Chileno, la propuesta presentada y que corresponde a elaborar subproductos de hongo shiitake en Chile, corresponde a una creación o innovación.

No obstante, si se toma las experiencias internacionales, sería una adaptación traída desde grandes mercados experimentados en el consumo saludable y responsable, a la realidad del mercado Chileno, que a pesar del desfase en algunos años ha tendido a tener el mismo comportamiento y buscar lo mismo que estos países muchas veces denominados “desarrollados”. Por lo tanto y dada la descripción anterior, el nivel de incertidumbre sería calificado como medio, ya que a pesar de ser una creación en Chile, son formatos de productos validados en mercados internacionales y que han tenido rendimientos crecientes a lo largo de los años, aumentando su comercialización en forma relevante.

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

4.9. BENEFICIO

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

Los clientes al adquirir los subproductos de hongo Shiitake, obtienen alta calidad debido a los altos estándares de trabajo de producción, obtienen una mayor vida útil del producto a consumir, proporciona nutrientes tales como proteínas (9 aminoácidos), vitaminas y minerales (Hierro, zinc, selenio, magnesio, Vitamina B y D), antioxidantes (Superóxido dismutasa), obtención de fibra la cual es esencial para mantener la flora intestinal y todos estos beneficios para la salud, adquiridos en distintos formato de consumo del Shiitake, que está relacionado en un 100% al tipo de alimentación que busca el potencial cliente/consumidor final.

Además, mediante los formatos de subproductos se obtiene una alternativa de producto gourmet de consumo directo para todas las personas, haciendo énfasis en que estas preparaciones vienen listas para ser consumidas tras ser abiertas, aumentando en forma considerable su vida útil y conservando las propiedades organolépticas inherentes del hongo.

4.10. AMENAZAS

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

Hoy en día las amenazas principalmente son:

1. Falta de presupuesto para aumentar producción y el desarrollo de los subproductos.
2. Falta de tecnología en el proceso de producción, que dificulta el control de factores como temperatura y humedad.
3. Falta de recursos para poder medir, calcular y tener un mayor porcentaje de cuanto rinde cada tronco, cada pila, cada invernadero, y así poder tener un mejor entendimiento de la producción.
4. Capacitación para el personal que trabaja actualmente en la planta.
5. Al ser subproductos totalmente nuevos en el mercado nacional existe algún grado de incertidumbre sobre la aceptación de alguno de estos.
6. Lograr crear una marca que sea lo suficientemente atractiva para los usuarios y clientes finales.
7. Captar una porción del mercado que hoy en día cuenta con varias opciones de productos gourmet.

4.11. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

Indique cuál es el objetivo general de su propuesta.

El objetivo general de la propuesta lograr producir y proveer subproductos alimenticios en base al hongo Shiitake. Se busca además hacer énfasis en que estos subproductos tengan las características de alimentos gourmet, saludables, que aumenten la vida útil del hongo y conserven sus propiedades.

4.12. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE) DE LA PROPUESTA

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

1) Aumento de la producción de hongo shiitake fresco (duplicar)

2) Elaboración de prototipos de toda la gama de subproductos

3) Testeo de prototipos de subproductos

4) Elaboración de formato final de subproductos

5) Comercialización de subproductos

4.13. RESULTADOS QUE ESPERA ALCANZAR

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

N ° OE	N° RE	RESULTADO ESPERADO (RE)
1	1	Aumento de la producción en un 100%
2	2	Desarrollo de prototipos experimentales de todos los subproductos propuestos (8 en total)
3	3	Validación de subproductos con una población objetivo de al menos 500 personas (ferias gourmet, otros eventos o instancias convocadas)
4	4	Elaboración de todos los subproductos finales (8 en total), incluyendo empaque y marca asociada
5	5	Ventas de entre 1-2 MM CLP mensuales desde tercer mes posterior al lanzamiento de los subproductos

4.14. ACTIVIDADES A REALIZAR

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

N° OE	N° RE	ACTIVIDADES A EJECUTAR
1	1	Adquisición de insumos necesarios para aumentar producción (troncos, micelios, materiales, tecnología de riego y otros)
1	1	Realización de proceso de siembra
1	1	Proceso de inoculación y maduración en invernadero 1
1	1	Proceso de cosecha en invernadero 2 (y volver a realizar el ciclo).
2	2	Investigación sobre métodos de creación, preparación y conservación de subproductos, cumpliendo condiciones tales como ser productos agroecológicos
2	2	Desarrollo de preparaciones de los distintos subproductos, investigando y probando metodologías de realización, mediante la prueba y error, hasta encontrar la(s) preparación(es) a ser utilizadas como prototipos
3	3	Participación en al menos 2 eventos del perfil “feria gourmet”
3	3	Degustación de todos los prototipos de subproductos desarrollados en los eventos donde se participe, buscando obtener retroalimentación escrita de cada uno de los productos degustados (mediante encuestas de 2 o 3 preguntas sobre el producto degustado)
4	4	Definición de los subproductos a comercializar, desarrollando además el empaque definitivo, como así también el desarrollo de marca, etiqueta y otros necesarios para su posterior comercialización (resoluciones sanitarias y otros)
4	4	Definición de la “receta” definitiva de cada subproducto a ser comercializado
5	5	Lanzamiento y difusión activa de todos los nuevos subproductos lanzados. Utilización de redes sociales, apariciones en prensa, opción de establecer un presupuesto de difusión para incentivar el consumo de los productos y la marca, utilizando todos los medios de comunicación disponibles
5	5	Política de venta agresiva de todos los nuevos subproductos, ofreciéndoles a todos los restaurantes que ya son clientes de productos frescos, a nuevos restaurantes, emporios gourmet, tiendas/almacenes gourmet, retail y todo mecanismo que permita la comercialización (la vida útil se extiende considerablemente por lo que disminuyen las mermas del distribuidor final)
5	5	Participación activa en todos los eventos gourmet masivos, buscando vender todos los nuevos subproductos.

4.15. METODOLOGÍA

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

Para la realización del proyecto será necesario cumplir cada uno de los objetivos específicos en forma secuencial, por lo tanto, la metodología será presentada asociada a dichos objetivos en orden cronológico:

1. Aumento de la producción de hongo shiitake fresco (duplicar)

- a) Adquisición de insumos: Adquisición de troncos (sustrato), micelios (semillas), insumos para taladros, cera sellante, guantes, mascarillas, cilindros de gas y otros elementos.
- b) Siembra: Contratación de gente para realización del proceso de siembra (aproximadamente 1 mes) y proceso.
- c) Inoculación y maduración: Tras la siembra los troncos inoculados son localizados en el invernadero 1 donde están durante 3 meses para lograr la maduración.
- d) Cosecha: Habiéndose logrado la maduración, los troncos son llevados al invernadero 2 (producción) y se induce la proliferación de los hongos. Proceso (c) y (d) se repite (ciclo).

2. Elaboración de prototipos de toda la gama de subproductos

- a) Investigación subproductos: investigación sobre metodologías de preparación de los distintos tipos de prototipos de subproductos, incluyendo formas de realización, componentes con los que se realizan las preparaciones (vegetales, animales), formas de aumentar la vida útil (en forma natural) y otros.
- b) Desarrollo subproductos: Desarrollo de los distintos tipos de prototipos de subproductos mediante la preparación de los mismos, buscando generar productos que pasen a la etapa de degustación (cumplan condiciones mínimas requeridas).

3. Testeo de prototipos de subproductos

- a) Participación en eventos: Búsqueda y concretar participación en al menos 2 eventos gourmet masivos.
- b) Degustación de prototipos: En eventos masivos realizar degustaciones de todos los prototipos de subproductos, utilizando encuestas de satisfacción corta (2-3 preguntas) para obtener el feedback necesario.

4. Elaboración de formato final de subproductos

- a) Definición de los subproductos finales: Elaboración final de la receta correspondiente a los subproductos que serán comercializados y que ya fueron validados. Además, se procede a obtener la marca de comercialización, empaque, etiquetado y todo cual fuese necesario para la elaboración de los productos finales para ser llevados a comercializar.

5. Comercialización de subproductos

- a) Lanzamiento subproductos: Lanzamiento activo de toda la línea de subproductos, destinando un presupuesto asociado. Utilización de las redes sociales disponibles, espacios pagados (Addwords, promociones de publicaciones en Facebook e Instagram), apariciones en prensa, apariciones en televisión (programas de la línea de interés) y todo mecanismo de difusión disponible.
- b) Venta subproductos: Utilización de todos los canales de venta disponibles para realizar una política agresiva de ventas, es decir, venta en todos los restaurantes con los que se está trabajando, nuevos restaurantes, mercados gourmet, almacenes y tiendas gourmet, retail, minoristas, e-commerce y todo medio disponible para realizar transacciones de los productos.

4.16. CARTA GANTT

Complete la carta Gantt de acuerdo a las actividades señaladas anteriormente.

N ° OE	N° RE	Actividad	Mes 1 y 2				Mes 3y 4				Mes 5 y 6				Mes 7 y 8				Mes 9 y 10				Mes 11 y 12				Mes 13				Mes 14			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	1	Adquisición de insumos necesarios para aumentar producción (troncos, micelios, materiales, tecnología de riego y otros)																																
1	1	Realización de proceso de siembra y ejecución de sistema riego.																																
1	1	Proceso de inoculación y maduración en invernadero 1																																
1	1	Proceso de cosecha en invernadero 2 (Se vuelve a realizar el ciclo).																																
2	2	Investigación sobre métodos de creación, preparación y conservación de subproductos, cumpliendo condiciones tales como ser productos agroecológicos																																

N° OE	N° RE	Actividad	Mes 15				Mes 16				Mes 17				Mes 18				Mes 19															
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
3	3	Participación en al menos 2 eventos del perfil “feria gourmet”																																
3	3	Degustación de todos los prototipos de subproductos desarrollados en los eventos donde se participe, buscando obtener retroalimentación escrita de cada uno de los productos degustados (mediante encuestas de 2 o 3 preguntas sobre el producto degustado)																																
4	4	Definición de los subproductos a comercializar, desarrollando además el empaque definitivo, como así también el desarrollo de marca, etiqueta y otros necesarios para su posterior comercialización (resoluciones sanitarias y otros)																																
4	4	Definición de la “receta” definitiva de cada subproducto a ser comercializado																																
5	5	Lanzamiento y difusión activa de todos los nuevos subproductos lanzados. Utilización de redes sociales, apariciones en prensa, opción de establecer un presupuesto de difusión para incentivar el consumo de los																																

[illegible]

4.18. ACTIVIDADES A REALIZAR POR TERCEROS

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

Nombre	Profesión	Experiencia laboral relacionada con el proyecto	Rol en proyecto	Horas de dedicación a la propuesta (Totales)	Entidad en la cual se desempeña	Incremental (si/no)
Agustín Irrarázaval	Ingeniero Comercial	1,5 años de manejo, producción y comercialización de hongos Shiitake.	Socio Activo	3.420 Horas (19 meses)	Agrícola La Roblería	
Rodolfo Ulloa	Ingeniero Civil Industrial	1,5 años de manejo, producción y comercialización de hongos Shiitake.	Socio Activo	3.420 Horas (19 meses)	Agrícola La Roblería	

Nombre de la actividad	Nombre de la persona o empresa a contratar	Experiencia en la actividad a realizar
Prueba nuevos productos	Tomas Ledoux	Más de 2 años asesorando a Restaurantes en nuevas cartas y venta de productos gourmet, ha desarrollado pruebas de nuevos productos para venta a público.
Prueba nuevos productos	Matías Arteaga	Chef, asesor de restaurantes gourmet en Chile, 6 años de experiencia asesorando y 8 años de experiencia en banquetería y acciones gastronómicas.
Asesoría en registro de marca y producto y otras actividades legales.	Vicente correa	Abogado, con experiencia en el trabajo con emprendimientos en general y con procedimientos de registro de marcas con INAPI, además realiza procedimientos de constitución de sociedades y otro derivado de esta misma.
Diseño proyecto Riego	Hidroproyectos Ltda.	Más de 35 años diseñando proyectos de riego de todo tipo en todo Chile.
Ejecución proyecto riego	Agrosystem S.A.	Empresa proveedora de productos de riego y ejecución y construcción de proyectos de riego en todo Chile.
Página web y Redes sociales	Tomás Lagos	Diseñador web y community manager de distintas empresas. Se especializa en plataformas web de ecommerce y otras similares de venta e productos y muestreo de productos gourmet.
Diseño de etiquetado y envases para subproductos	Constanza Mondaca	Más de 5 años como diseñadora gráfica de empresas y fundaciones, con experiencia en el diseño de etiquetas especiales y diseño de imagen de marca para empresas y productos en general
Gestión Comercial	María Isabel De Allende Salazar	Más de 25 años liderando distintas empresas nacionales en cargos de gerente comercial/general, ha prestado asesoría tanto a organismos internacionales y nacionales en temas comerciales y administrativos, hace 1 año que apoya constantemente a Agrícola La Roblería en ventas y posicionamiento de marca del producto hongo Shiitake
Gestión técnica y productiva	Carlos cisternas	Más de 30 años de asesoría y capacitación en producción de hongos y manejo de planteles de hongos silvestres e introducidos en Chile. Microbiólogo especializado en investigación y reproducción de micelios

4.19. PROPIEDAD INTELECTUAL.

Indique si el proyecto aborda la protección del bien o servicio generado en la propuesta.

SI	X	NO	
----	---	----	--

Si su respuesta anterior fue sí, indique cual o cuales son los mecanismos que tiene previsto utilizar para la protección, justifique.

Los mecanismos que utilizaremos para la protección de la marca de los hongos Shiitake y de los subproductos a desarrollar se realizarán en INAPI, organismo público que registra y protege la propiedad industrial en Chile. Los procedimientos a realizar son los siguientes:

-Registro de marca a través del sistema INAPI, la cual se protege registrándose en la oficina estatal que nos confiere a la Roblería, el derecho exclusivo a utilizar la marca “ La Roblería” y nombre de “los Subproductos” a desarrollar.

-Registro de productos: también se realiza en la oficina estatal de INAPI, donde el procedimiento para registrar una marca comercial, comprende básicamente tres etapas: ingreso y examen de forma de la solicitud, trámite de la publicación del extracto en el Diario Oficial y examen de fondo de la solicitud. Esta solicitud puede desarrollarse de forma presencial o solicitud electrónica vía web INAPI (www.inapi.cl)

4.20. ¿OTROS FINANCIAMIENTOS EN SU PROYECTO?

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

A la fecha nuestro proyecto de producción de hongos shiitake y elaboración de subproductos no ha recibido financiamiento de ninguna institución, ya sea de índole pública o privada. La iniciativa ha participado en postulaciones de Corfo asociadas a la producción, llegando a ser finalista pero no habiendo obtenido los recursos asociados.

5.2. DESCRIPCIÓN DE LOS COSTOS DE LA PROPUESTA

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

-Adquisición de insumos necesarios para aumentar producción (troncos, micelios, materiales, herramientas y otros) \$2.000.000 (ITEM Ppto: materiales e insumos).

- Realización de proceso de siembra \$1.500.000 (ITEM Ppto: recursos humanos)

-Proceso de inoculación y maduración en invernadero 1 \$500.000 (ITEM Ppto: recursos humanos)

-Proceso de cosecha en invernadero 2 (y volver a realizar el ciclo).

-Investigación sobre métodos de creación, preparación y conservación de subproductos, cumpliendo condiciones como ser productos sustentables y responsables con el medio ambiente \$500.000 (ITEM Ppto: recursos humanos)

-Desarrollo de preparaciones de los distintos subproductos, investigando y probando metodologías de realización, mediante la prueba y error, hasta encontrar la(s) preparación(es) a ser utilizadas como prototipos \$2.000.000 (ITEM Ppto: materiales e insumos)

-Participación en al menos 2 eventos del perfil “feria gourmet” \$400.000 (ITEM Ppto: difusión).

-Degustación de todos los prototipos de subproductos desarrollados en los eventos donde se participe, buscando obtener retroalimentación escrita de cada uno de los productos degustados (mediante encuestas de 2 o 3 preguntas sobre el producto degustado) \$250.000 (ITEM Ppto: Difusión)

-Definición de los subproductos a comercializar, desarrollando además el packaging definitivo, como así también el desarrollo de marca, etiqueta y otros necesarios para su posterior comercialización (resoluciones sanitarias y otros) \$1.000.000 (ITEM Ppto: servicios de terceros), \$1.000.000 (ITEM Ppto: equipamiento) \$300.000 (ITEM Ppto: gastos administrativos).

-Definición de la “receta” definitiva de cada subproducto a ser comercializado \$500.000 (ITEM Ppto: servicio de terceros)

- Lanzamiento y difusión activa de todos los nuevos subproductos lanzados. Utilización de redes sociales, apariciones en prensa, opción de establecer un presupuesto de difusión para incentivar el consumo de los productos y la marca, utilizando todos los medios de comunicación disponibles \$850.000 (ITEM Ppto: difusión).

- Política de venta agresiva de todos los nuevos subproductos, ofreciéndoles a todos los restaurantes que ya son clientes de productos frescos, a nuevos restaurantes, emporios gourmet, tiendas/almacenes gourmet, retail y todo mecanismo que permita la comercialización (la vida útil se extiende considerablemente por lo que disminuyen las mermas del distribuidor final) \$500.000 (ITEM Ppto: viáticos y movilización) \$250.000 (ITEM Ppto: gastos generales) \$350.000 (ITEM Ppto: gastos administración)

-Participaciones activas en todos los eventos gourmet posibles, buscando vender todos los nuevos subproductos. \$500.000 (ITEM Ppto: servicio tercero) \$500.000 (ITEM Ppto: Viáticos y movilización) \$500.000 (ITEM Ppto: recursos humanos).

ANEXOS

ANEXO 1. Certificado de nacimiento del postulante.

ANEXO 2. Currículum Vitae

Se debe presentar el CV del postulante (máximo 3 hojas y con un resumen de los últimos 5 años de experiencia), y si aplica de:

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

ANEXO 3. Cartas de compromiso

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

Lugar,
Fecha (día, mes, año)

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

Firma

ANEXO 4. Convenios de Colaboración para ejecución de la propuesta

ANEXO 5. Identificación sector y subsector.

Sector	subsector
Agrícola	Cultivos y cereales
	Flores y follajes
	Frutales hoja caduca
	Frutales hoja persistente
	Frutales de nuez
	Frutales menores
	Frutales tropicales y subtropicales
	Otros frutales
	Hongos
	Hortalizas y tubérculos
	Plantas Medicinales, aromáticas y especias
	Otros agrícolas
	General para Sector Agrícola
	Praderas y forrajes
Pecuario	Aves
	Bovinos
	Caprinos
	Ovinos
	Camélidos
	Cunicultura
	Equinos
	Porcinos
	Cérvidos
	Ratites
	Insectos
	Otros pecuarios
	General para Sector Pecuario
	Gusanos
	Peces
	Crustáceos
	Anfibios

Sector	subsector
Dulceacuícolas	Moluscos
	Algas
	Otros dulceacuícolas
	General para Sector Dulceacuícolas
Forestal	Bosque nativo
	Plantaciones forestales tradicionales
	Plantaciones forestales no tradicionales
	Otros forestales
	General para Sector Forestal
Gestión	Gestión
	General para General Subsector Gestión
Alimento	Congelados
	Deshidratados
	Aceites vegetales
	Jugos y concentrados
	Conservas y pulpas
	Harinas
	Mínimamente procesados
	Platos y productos preparados
	Panadería y pastas
	Confitería
	Ingredientes y aditivos (incluye colorantes)
	Suplemento alimenticio (incluye nutracéuticos)
	Cecinas y embutidos
	Productos lácteos (leche procesada, yogur, queso, mantequilla, crema, manjar)
	Miel y otros productos de la apicultura
	Vino
	Pisco
	Cerveza
	Otros alcoholes
	Productos forestales no madereros alimentarios
	Alimento funcional
	Ingrediente funcional
	Snacks
	Chocolates
	Otros alimentos
	General para Sector Alimento
	Productos cárnicos

Sector	subsector
	Productos derivados de la industria avícola
	Aliños y especias
Producto forestal	Madera aserrada
	Celulosa
	Papeles y cartones
	Tableros y chapas
	Astillas
	Muebles
	Productos forestales no madereros no alimentarios
	Otros productos forestales
	General Sector Producto forestal
Acuícola	Peces
	Crustáceos
	Moluscos
	Algas
	Echinodermos
	Microorganismos animales
	Otros acuícolas
	General para Sector Acuícola
General	General para Sector General
Turismo	Agroturismo
	Turismo rural
	Turismo de intereses especiales basado en la naturaleza
	Enoturismo
	Otros servicios de turismo
	General Sector turismo
Otros productos (elaborados)	Cosméticos
	Biotechnológicos
	Insumos agrícolas / pecuarios / acuícolas / forestales / industrias asociadas
	Biomasa / Biogás
	Farmacéuticos
	Textiles
	Cestería
	Otros productos
	General para Sector Otros productos