

Gobierno Regional de La Araucanía
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R)
Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

IMA 2016 INFORME TECNICO FINAL (Etapas 1 y 2.)

Código iniciativa
IMA -2016-0286
Nombre iniciativa
CHARQUI 3.0, ALIMENTACIÓN, SALUD Y DEPORTE
Fecha
21 de agosto 2017



I. OBJETIVO

Informar a FIA de los resultados finales e impactos logrados por la iniciativa, de los métodos utilizados y de las modificaciones que se introdujeron; además, del uso y situación presente de los recursos utilizados, especialmente de aquellos provistos por FIA.

Este informe debe **sistematizar e integrar toda la información generada** durante el desarrollo de la iniciativa y los resultados obtenidos en cada una de las etapas más relevantes de su ejecución. Para ello, se requiere especial énfasis en el análisis de los resultados estratégicos que se definieron inicialmente y que darán cuenta de los logros e impactos obtenidos a partir de ellos.

II. FECHA DE REALIZACION

El coordinador de la iniciativa presentará el informe técnico final en la fecha estipulada en el contrato.

III. PROCEDIMIENTO

El informe técnico final deberá ser enviado a FIA en dos copias (original y una copia) y su correspondiente respaldo digital, acompañado de una carta de presentación, firmada por el coordinador de la iniciativa, presentando el informe e identificando claramente la iniciativa con su nombre y código. FIA revisará el informe y dentro de los 45 días hábiles siguientes a la fecha de recepción enviará una carta al coordinador de la iniciativa informando su aceptación o rechazo.

En caso de rechazo, las razones se informarán en detalle. El ejecutor deberá corregir las observaciones dentro del plazo determinado por FIA.

El incumplimiento en las fechas de entrega de informes y correcciones será sancionado con una multa diaria. El monto de esta multa está estipulado en el reglamento denominado “Condiciones Generales de los Contratos de Aporte”, el cual forma parte del Contrato de Ejecución.

En caso de fuerza mayor, se podrá solicitar la postergación de las fechas de entrega de los informes al ejecutivo encargado, **quien evaluará la pertinencia de dicha solicitud. La solicitud debe ser hecha con anterioridad a la fecha de vencimiento y por escrito.**

IV. CONTENIDO

La información presentada en el informe técnico final debe ser consistente con la información presentada en el informe financiero final.

La información debe ser presentada en forma clara y concordante con los objetivos de la iniciativa. El informe debe incluir los cuadros, gráficos, fotografías, diapositivas, publicaciones, informes de consultoría, material de difusión, material audio-visual y otros materiales que complementen la información y análisis presentados en el texto central; ya sea que hayan sido realizados en el marco de la iniciativa o sobre la base de los resultados obtenidos.

FIA se reserva el derecho de publicar una versión del Informe Final editada especialmente para estos efectos.

El informe técnico final debe incluir como mínimo la información requerida para todos y cada uno de los puntos indicados a continuación, en el orden indicado:

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	CHARQUI 3.0, ALIMENTACIÓN, SALUD Y DEPORTE.
Coordinador del Proyecto:	Paula Vergara
Regiones de ejecución:	Araucanía
Fecha de inicio iniciativa:	02 de agosto 2016
Fecha término Iniciativa:	

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

2.1. Estructura de financiamiento

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

2.2. Detalle aportes entregado FIA y aportes programados Contraparte

Aportes FIA del proyecto	
Aportes entregados	Primer aporte
	Segundo aporte
	Tercer aporte

Total de aportes FIA entregados (suma)	
Total de aportes FIA gastados	
Aportes Contraparte del proyecto	
Aportes Contraparte programado	Pecuniario
	No Pecuniario
Total de aportes Contraparte gastados	Pecuniario
	No Pecuniario

3. RESUMEN EJECUTIVO DE LA INICIATIVA

Informar de manera resumida el desarrollo completo de la iniciativa una vez finalizada, con sus objetivos, justificación, actividades realizadas y los principales resultados obtenidos e impactos logrados. Entregar valores cuantitativos y cualitativos. (máximo 1 página).

El proyecto tiene como objetivo el Desarrollar de una estrategia de marketing para el nuevo suplemento alimenticio en base a Charqui que favorezca su introducción al mercado nacional. desde el inicio del proyecto se ha avanzado en diversas líneas en paralelo:

La primera es la elaboración de un plan de marketing, esto nos ha permitido trabajar con un equipo conformado por: diseñadores, médica nutrióloga e ingeniero en alimento. Estos han testado en un laboratorio el producto, con el propósito de favorecer el desarrollo del producto y en ese proceso hay un avance del 100%. El plan de Marketing, se presentó el 15 de noviembre, las observaciones llegaron el 13 de diciembre y fueron respondidas de acuerdo a lo solicitado el día 29 de diciembre. La aprobación definitiva del Plan fue el 9 de Febrero del 2017

A partir del plan de marketing, se inició el trabajo con Cecilia Rizzo, Directora de Escuela de Nutrición y Dietética en Universidad Mayor, quien entregara todas las debilidades que en la actualidad tienen el puré y el charqui en su formulación original. Impidiendo identificar estos productos como saludable. Con este informe el Ingeniero en alimento inicio el proceso de formulación definitiva del nuevo producto. La nueva formulación se enviara al INTA, este es el organismo mejor calificado a nivel país para evaluar la nueva formulación, permitiendo etiquetar el producto como saludable y suplemento alimentario. Como en el verano esta institución cierra, se realizaron los primeros exámenes en la Universidad Austral.

Se inició las conversaciones con INTA en el mes de marzo y se van a enviar 2 formulaciones la segunda semana de abril. Se requiere verificar que la formulación está libre de gluten en ambas formulaciones, con el fin de incorporar ambos productos a la nómina de alimentos para celíacos de COACEL, Corporación de Apoyo de Celíacos. Por otra parte, se inició el trabajo con la Maestrana Stahl y con el ingeniero Hans von Jent Schyk para el diseño definitivo de la máquina trituradora que está en fase de prueba.

En relación al envase ya se definió que el producto se envasaría en el formato de bolsa trilaminado especial, que permite la máxima duración del producto sin que pierda sus propiedades. Para tomar la mejor decisión con respecto al envase final del producto, se esperan muestras de otros envases disponibles en el mercado para su revisión por parte del ingeniero en alimento, de acuerdo a lo requerido.

El equipo a cargo de desarrollar la marca, se encuentra liderado por la Agencia Huella producciones, aplicado para las ambas líneas. Se adjunta para revisión de FIA el desarrollo de los etiquetados a los productos existente y a los productos nuevos

En el periodo se terminó el proceso de evaluación de laboratorio efectuado con el INTA que entre lo mas importante permitió determina el nivel de vitaminas y minerales y el análisis que señalo que son productos libres de Gluten.

Se comenzó a operar la nueva maquinaria que ha tenido un impacto muy positivo en los productos en base de charqui molido tanto en ahorro de tiempo como de calidad de molienda y disminución de descarte.

Con la información nutricional se finalizó el proceso de diseño de etiquetado y se comenzó la producción de estos materiales.

Se desarrollo una serie de productos corporativo de la nueva marca que permita hacer el lanzamiento en Food Service,

Por último, la empresa financia con recursos propios la inscripción de la nueva marca, se trabaja en el nuevo sitio y la compra del nuevo Nick.

4. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.

Descripción del grado de cumplimiento de los objetivos generales y específicos planteados originalmente en la iniciativa, en función de los resultados e impactos obtenidos.

Si corresponde, realizar una cuantificación relativa del grado de cumplimiento de los objetivos.

4.1 Objetivo general:

Desarrollar la estrategia de marketing para el nuevo suplemento alimenticio en base a Charqui que favorezca su introducción al mercado nacional.

4.2 Objetivos específicos (OE)

Nº OE	Descripción del OE	% de cumplimiento ¹
1	Desarrollar un plan de marketing que oriente el desarrollo comercial del producto.	100%
2	Desarrollar los estudios al producto final que permita el cumplimiento de normativas sanitarias para alimentos.	100%
3	Mejorar los procesos de molido y empaque del producto mediante equipamiento especialmente desarrollado.	100%
4	Implementar el diseño de envase y etiquetado coherente con el plan de marketing	100%
n	Realizar las acciones que permitan dar a conocer el producto en el mercado objetivo	90%

Comparación, descripción y justificación de los objetivos específicos planteados versus

¹ **Porcentaje de Cumplimiento:** El porcentaje de cumplimiento de cada objetivo específico se calcula luego de determinar grado de cumplimiento 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.

los resultados obtenidos (% de cumplimiento¹). Indicar razones que explican las discrepancias.

No hubo grandes discrepancias.

5. METODOLOGÍA

Indicar las actividades y cómo se llevaron a cabo (metodología), asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados.

Nº OE	Nº RE	Metodología efectivamente utilizada
1	1	Se contrató a empresa Huella para realizar el plan de marketing la que realizó: • Solicitud de informe a Medico nutriólogo con envío de muestras y análisis de resultado. • Investigación sobre la oferta actual de los productos relacionado a Puntos de venta, Públicos objetivos, Características de los consumidores, segmentación por tipo de alimentos, Modelo de distribución • Segmentación de público objetivo: intereses básicos, intereses específicos, hábitos de consumo, dinámicas de movimiento • Investigación de mercado: Países vinculados al consumo de Equino
2	2	Se hicieron exámenes en la universidad Austral de la materia prima original y luego las definitivas se realizaron en el INTA . En el INTA se realizan el informe de la materia prima que sirve de base tanto al Up Protein., al Puré del Sur y a Puré Protein. Al analizar la materia prima permite al indicar que todos ellos son libres de gluten y conocer el nivel de proteína que podrá aumentar o disminuir a medida que se aumente o disminuya el volumen de charqui que se utilice, proteína, vitamina y otros componentes. Lamentablemente en Chile no existe laboratorio alguno que realice exámenes de detección de todas las vitaminas tipo B que son relevantes para nuestro producto. Pudimos analizar solo la B2. Por lo mismo, no existen nuevos exámenes que se pueden hacer en los tiempos que nos quedan disponible del proyecto. Esto motivo a realizar un cambio de ítem y reasignar recursos no utilizado y destinarlo a etiquetado.
3	3	Se contrato a la Maestranza Stahl y con el ingeniero Hans von Jent Schyk para el diseño definitivo de la máquina trituradora la que esta ne funcionamiento en 2 oportunidades se tuvo que hacer decuaciones pero la maquina en la actualidad funciona adecuadamente
4	4	La misma empresa a cargo del Marketing fue la encargada de desarrollar la marca, el etiquetado se trabajo en varia sesiones hasta definir la marca y luego desarrollar las etiquetados no slo del productos desarrollado sino de toda las marca. Ademas se esta en el proceso de inscripcion de marca.

5	5	Se desarrollaron actividades de disuion como fue la viista a Santiago al Naw y a ferias regionales y se desarrollo ropa corporativa de la nueva marca con la misma empresa a cargo del marketing
Describa las modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta.		
La unica discrepancia es que se se como la universidad autonoma no analiza Vitaminas se decidio trabajar con el INTA.		

6. RESULTADOS ESPERADOS (RE) OBTENIDOS

6.1. Cuantificación de los Resultados esperados obtenidos

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				
			Nombre del indicador	Meta del indicador	Resultados obtenido	Medio de verificación ²	% de cumplimiento
1	1	Se cuenta con las características del mercado objetivos y los atributos que son valorados por los clientes e indicaciones para diseñar el packaging del producto.	Indicador de gestión	1 plan de marketing aprobado por FIA	Se cuenta con las características del mercado objetivos y los atributos que son valorados por los clientes e indicaciones para diseñar el packaging del producto.	Carta de aprobación de Plan de marketing aprobado	100
2	2	Se cuenta con los análisis nutricionales y la información para el etiquetado del producto	Indicador de calidad de producto	Exámenes necesarios para información nutricional de etiquetado	Se cuenta con los análisis nutricionales y la información para el etiquetado del producto	Informes nutricionales y etiquetado productos	100

² Se debe adjuntar Anexo 1, Medio de verificación.

3	3	Se genera un proceso de molido y empaque que disminuye tiempos de envasado en un 10% y reduce en un 10% la pérdida de materia prima por el proceso de molido	Indicador de proceso	Disminución de tiempo actual/ disminución de tiempo al inicio del proyecto	Se genera un proceso de molido y empaque que disminuye tiempos de envasado en un 10% y reduce en un 10% la pérdida de materia prima por el proceso de molido	Informe de asesor	100
4	4	Contar con el envase de nuevos productos y a lo menos 2 variedades, con el etiquetado que cumple con la nueva normativa de etiquetado de alimento.	Indicador de calidad de productos	.2 productos con envases y etiquetados establecido y en producción	Contar con el envase de nuevos productos y a lo menos 2 variedades, con el etiquetado que cumple con la nueva normativa de etiquetado de alimento	Etiquetado productos	100

5	5	Se ejecuta un plan de difusión que considera elementos gráficos como pendones, flyers y fotografías para la página web y participación en ferias	Indicador de comercialización	Elementos del plan de difusión diseñados y producidos y participación en ferias regionales y nacionales	Se ejecuta un plan de difusión que considera elementos gráficos como pendones, flyers y fotografías para la página web y participación en ferias	Informes de avances y fotografías	90%
---	---	--	-------------------------------	---	--	-----------------------------------	-----

Describa y justifique detalladamente los principales resultados del proyecto, incluyendo su análisis de los resultados obtenidos.

1. Se cuenta con un plan de marketing que permitió analizar el mercado y ajustar la propuesta de comercialización general de la empresa. La oportunidad que emerge es la creación de un producto para personas adultas con enfermedades crónicas no transmisibles, definida: como afecciones que no se transmiten de persona a persona, de larga duración y lenta evolución (Organización Mundial de la Salud).

Al no poseer gluten, es una excelente opción para personas celíacas, o para adultos mayores con sarcopenia, por su alto aporte proteico y calórico. Además, resulta un alimento ideal para condiciones de supervivencia, en las que el peso y tamaño resultan relevantes junto con su valor nutricional. También para pacientes con enfermedades terminales o con problemas de deglución, o para campañas militares o de sobrevivencia.

2. A continuación se presentan las tablas definitivas de los envases que se incorporan a los envases de 250 grs.

Pure Protein



Ingredientes

Hojuela de papa deshidratada, Antioxidante (Palmitato ascórbilo), Colorante natural (Cúrcuma), Regulador de acidez (Ácido cítrico), Preservante (bisulfito de Sodio), manteca vegetal (Aceite Palmiste y Aceite de Soya), Leche entera en polvo, Suero de Leche, Sal.

Información Nutricional**5 porciones recomendadas****Porción: 50grs.**

	100grs. preparada	1 porción preparada
Proteínas (g)	6.6	1.32
Grasa Total (g)	6.5	1.3
Fibra Dietética (g)	1.4	0.28
H. de C. disp. (g)	2.8	0.56
Azúcares totales (g)	0.8	0.16
Energía (kcal)	96.0	19.2
Calcio (mg)	20.2	4.04
Hierro (mg)	1.0	0.2
Fósforo (mg)	60.7	12.14
Magnesio (mg)	14.2	2.84
Sodio (mg)	140.0	28
Vitamina A (µg ER)	8.50	1.7
Vitamina B2 (mg)	0.09	0.018
Vitamina E (mg)	0.10	0.02
Cholesterol (mg)	13.1	2.62
A. G. Saturados (g)	3.8	0.76
A. G. Monoinsat. (g)	0.9	0.18
A. G. Poliinsat. (g)	0.5	0.1
A. G. Trans (g)	0.0	0.0

CONSUMIR ANTES DE

UP Protein

Forzafood**UP PROTEIN****Peso 750grs.****Producto de la Araucanía****ALTO EN PROTEINAS**

Información Nutricional		
5 porciones recomendadas		
Porción: 50grs.		
	100grs. preparada	1 porción preparada
Energía (kcal)	96.0	48.0
Proteínas (g)	6.6	3.3
Grasa Total (g)	6.5	3.3
Á. G. saturados (g)	3.8	1.9
Á. G. monoinsat. (g)	0.9	0.4
Á. G. poliinsat. (g)	0.5	0.3
Á. G. trans (g)	0.0	0.0
H. de C. disp. (g)	2.8	1.4
Colesterol (mg)	13.1	6.6
Azúcares Totales (g)	0.8	0.4
Sodio (mg)	140.0	70.0
Fibra Dietética (g)	1.4	0.7
Calcio (mg)	20.2	10.1
Hierro (mg)	1.0	0.5
Fósforo (mg)	60.7	30.1
Magnesio (mg)	14.2	7.1
Vitamina A (µg ER)	8.50	4.25
Vitamina B2 (mg)	0.09	0.45
Vitamina E (mg)	0.10	0.05

Información Aminoácidos		
Asp	3,25	1,63
Glu	6,40	3,20
Ser	3,03	1,15
Gly	3,73	1,87
Hys	2,42	1,21
Arg	4,13	2,07
Thr	4,14	2,07
Ala	3,46	1,73
Pro	5,36	2,68
Tyr	3,51	1,76
Val	4,38	2,19
Met	2,40	1,2
Cys	0,23	0,12
Ile	3,08	1,54
Leu	5,74	2,87
Phe	2,73	1,37
Lys	8,71	4,36

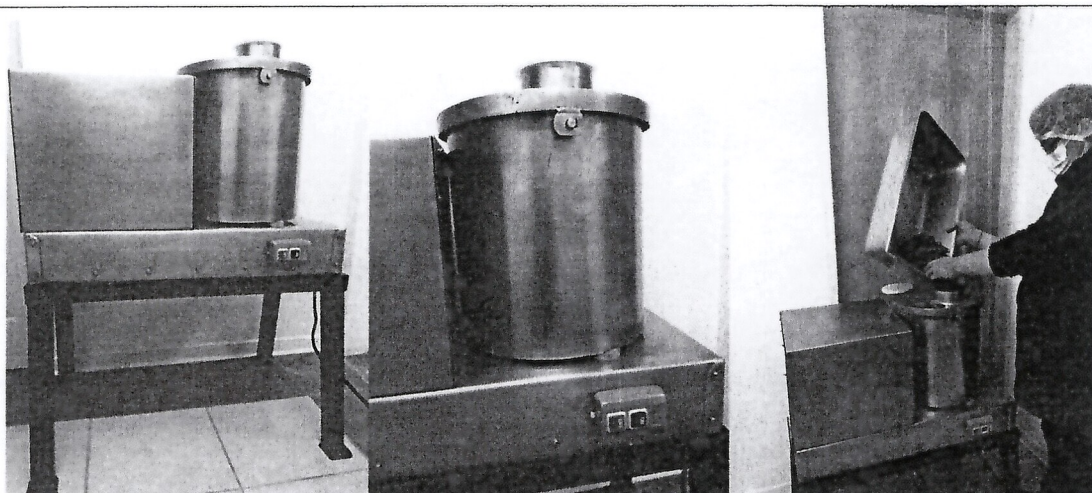
Ingredientes

Hojuela de papa deshidratada, Antioxidante (Palmitato ascórbilo), Colorante natural (Cúrcuma), Regulador de acidez (Ácido cítrico), Preservante (bisulfito de Sodio), manteca vegetal (Aceite Palmiste y Aceite de Soya), Leche entera en polvo, Suero de Leche, Sal.



La máquina está desarrollada y está en su fase de prueba que permita ajustar sus cuchillas para el máximo rendimiento. Las especificaciones que se definieron son:

- Fabricación de base estructural y cubierta de motor en acero al carbono, con recubrimiento en esmalte tripleacción en color blanco crudo.
- Cubeta recipiente con capacidad de 5 Lts. en acero inoxidable.
- Torre de 6 cuchillos trituradores en acero inoxidable.
- Motor monofásico de 0.5 HP 1500 RPM.
- Velocidad de giro de torre de cuchillos 1500 RPM.
- Sistema de transmisión por poleas.
- Sistema eléctrico partir, parar.
- Sistema de enclavamiento de seguridad.



La máquina está en pleno utilización desde el 1 de junio. En el primer mes de uso ha implicado 3 impactos positivos:

- En la maquinaria anterior se podía moler solo 500 gramos. durante 20 minutos, luego había que pasar por cedazo y volver a moler 10 minutos más para obtener la calidad requerida de molienda lo que permitía procesar solo 15 kilos diarios de materia prima. La máquina nueva muele 5 kilos de charqui en 20 minutos sin necesidad de repetir. Esto genera que un 1 día tenemos 50 kilos molido que es la partida de producción generando una reducción en el tiempo de molido de alrededor de 66%.
- Aumento el rendimiento en el proceso de molienda que significa que al moler 500 gramos de producto con la trituradora tradicional se obtenida un 300 gramos de producto que se podía utilizar descartándose alrededor de 200 gramos que no era utilizable y generaba un descarte muy alto. Con este nuevo sistema el porcentaje de producto útil aumento en un 95%, ósea nos permite fabrica 135 bolsas de producto UP Protein, versus las 85 unidades anteriores lo que implica un rendimiento del 58%
- Ahorro de energía eléctrica dado que se utiliza solo 1 vez la maquinaria en vez de 10 veces. Por lo que si bien la maquina utiliza el doble de electricidad reduce el costo eléctrico por este concepto a un quinto alrededor de 30 mil pesos mensuales menos.



La visión de la empresa fue definida en los siguientes términos: Crear alimentos que sanan, que hacen bien.

En relación a los productos se definió en primer lugar cambiar la marca actual por la siguiente

Forzafood®

La fuerza de una alimentación saludable.

Ff

La siguiente son las etiquetas definitivas de:

Puré del Sur son productos que están desarrollados y en venta, por lo que ahora corresponde modificar su etiquetado a la nueva concepción de marca: (productos sin proteína)



Con el proyecto de FIA se están desarrollando 2 productos:

Puré Protein es el producto que se presentó en el Ñam un 8% de proteína bajo en sodio



Nivel 3: Up Protein es la formulación en la que se está trabajando que contiene un 20% de proteína y bajo en sodio.



Los siguientes niveles (4,5 y 6) no están incluido en este proyecto:

Nivel 4 Alimentación de emergencia: Se espera producir 2 alimentos que entreguen la dosis diaria de proteínas para una persona normal: (30% de proteína bajo en sodio) una barra proteica, (charqui con quinua y frutos secos); un puré altamente proteico en un envase de kilo de alta duración para mochilas de emergencia

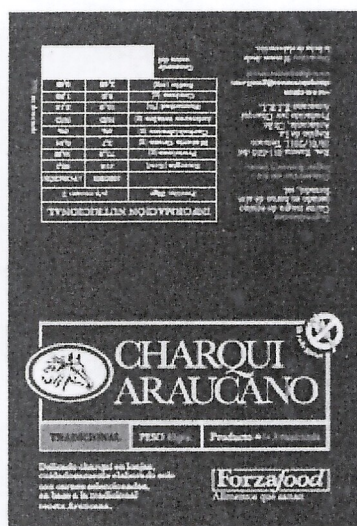
Nivel 5: Full Protein para hipertensos (30% de proteína sin sodio)

Un batido para hipertensos y para deportista precompetitivo de proteína, aminoácidos y otros componentes

Nivel 6: Sport Protein se espera desarrollar (30% de proteína con sodio):

un puré altamente proteico en sachet individuales para deportista de montaña y trekking (este sachet se comenzará a trabajar con un programa de desarrollo de envases de SERCOTEC.)

Nivel 7: Charqui Araucano cuyos productos también están desarrollados. En este nivel, encontramos a los 4 tipo de charqui y las 6 bases saborizadas.



CHARQUI ARAUCANO

CHOCOLATE PESO 50g. Producto A + Asegurado

Dedicado charqui en hojas, en la elaboración de la charqui, solo se utilizan especias naturales, elaborados con Chocolate.

Forzafood
Alimentos que aman

CHARQUI ARAUCANO

PESO 50g. Producto A + Asegurado

Dedicado charqui en hojas, en la elaboración de la charqui, solo se utilizan especias naturales, elaborados con Chocolate.

Forzafood
Alimentos que aman

BASE AVELLANA ROMERO

CHARQUI ARAUCANO
BASES SABORIZADAS

Producto Gourmet PESO 50g. **Forzafood**

BASE ALMENDRA PEREJIL

CHARQUI ARAUCANO
BASES SABORIZADAS

Producto Gourmet PESO 50g. **Forzafood**

BASE NUECES FINAS HIERBAS

CHARQUI ARAUCANO
BASES SABORIZADAS

Producto Gourmet PESO 50g. **Forzafood**

BASE AJÍ CIBOULETTE

CHARQUI ARAUCANO
BASES SABORIZADAS

Producto Gourmet PESO 50g. **Forzafood**

BASE MERKÉN CILANTRO

CHARQUI ARAUCANO
BASES SABORIZADAS

Producto Gourmet PESO 50g. **Forzafood**

BASE OREGANO PIMIENTA

CHARQUI ARAUCANO
BASES SABORIZADAS

Producto Gourmet PESO 50g. **Forzafood**

CHARQUI ARAUCANO

BASES SABORIZADAS

AVELLANA ROMERO PESO 50g. Producto Gourmet

Forzafood
Alimentos que aman

Información Nutricional
30 porciones recomendadas
Porción: 31,25g. (1/4 taza)

	Valores por porción	% por porción
Energía (kcal)	58,3	100,0
Proteína (g)	2,4	4,4
Grasa total (g)	1,3	2,4
Grasa saturada (g)	0,9	1,6
Grasa monoinsaturada (g)	0,2	0,4
Grasa poliinsaturada (g)	0,1	0,1
Azúcar (g)	0,0	0,0
Carbónhidrato (g)	0,0	0,0

CHARQUI ARAUCANO

BASES SABORIZADAS

NUECES FINAS HIERBAS PESO 50g. Producto Gourmet

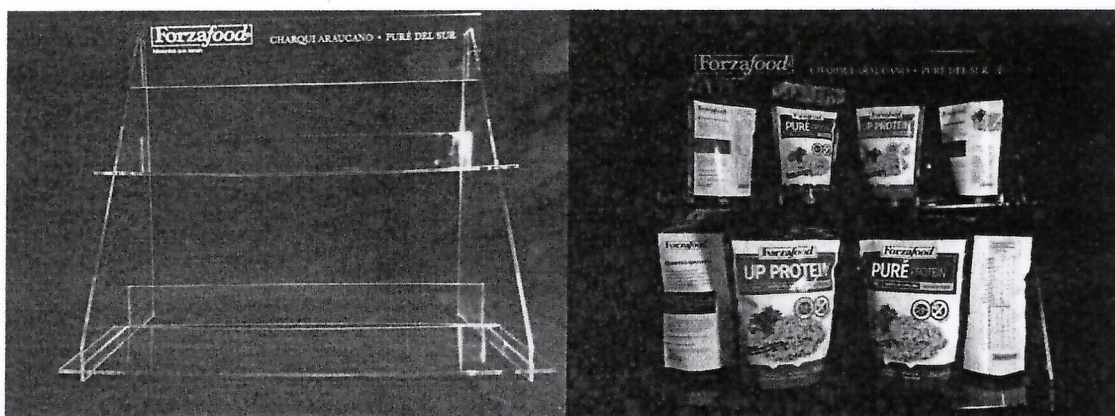
Forzafood
Alimentos que aman

Información Nutricional
30 porciones recomendadas
Porción: 31,25g. (1/4 taza)

	Valores por porción	% por porción
Energía (kcal)	58,3	100,0
Proteína (g)	2,4	4,4
Grasa total (g)	1,3	2,4
Grasa saturada (g)	0,9	1,6
Grasa monoinsaturada (g)	0,2	0,4
Grasa poliinsaturada (g)	0,1	0,1
Azúcar (g)	0,0	0,0
Carbónhidrato (g)	0,0	0,0



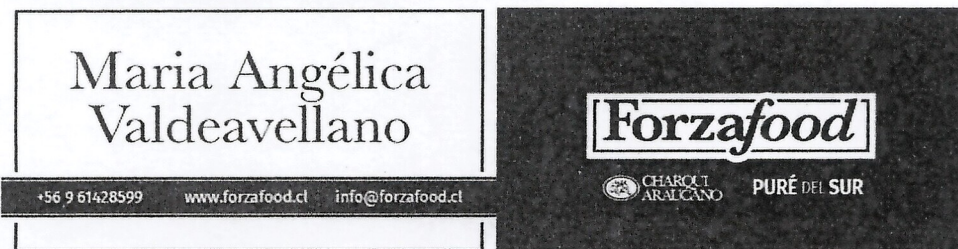
- Se diseñó un exhibidor para nuevo producto



- Se desarrollaron las etiquetas para todos los productos



- Se desarrollaron tarjetas de presentación



- Díptico



- Se desarrollo 2 nuevos pendones corporativo con el siguiente diseño:



- Cabe destacar que los dípticos, tarjetas y pendones no se van a mandar hacer hasta que terminemos el trámite de inscripción de marca para por lo que están son los prototipos, la marca está en trámite (se adjunta el correo de aceptación de tramitación de la marca por parte de Inapi) Y agregar el símbolo de marca registrada y se espera en 30 días estar lista.
- Desde el Ñam los nuevos productos se han presentado en las otras ferias que se ha participado. Pero se ha optado para difundir las ruedas de negocio dado que se busca un sistema de venta via proveedores y evaluando incluso mercado fuera del país:
- Rueda de negocio en Puerto Varas.
- Se realizaron reuniones con los agregados comerciales de PROCHILE de Bolivia, Ecuador, Costa Rica, el Salvador, Argentina, Francia. Los agregados comerciales de Argentina, Ecuador y Costa Rica, solo están esperando el lanzamiento definitivo de la nueva línea, ya que en ese momento solo tenía las muestras y no los resultados del análisis de laboratorio. Por lo que ahora estamos en condiciones de enviar la información que nos están solicitando para gestionar reuniones. Ellos están muy interesados en el producto por el alto porcentaje de proteínas y además está libre de gluten.

- Rueda de negocio en Centro de eventos de Curacautín, organizado por SERCOTEC, se mantuvieron reuniones con restaurantes, hoteles y centros termales. Los cuales están interesados en los productos, por ser un producto de tradición mezclado con puré, aportando las proteínas necesarias para las personas que realizan caminatas y montañismo.
- Solo estamos esperando terminar los análisis para presentar toda la información requerida.
- El lanzamiento oficial se espera hacer en el Food Service.

Indique si ha obtenido resultados adicionales a los planteados en el plan operativo, describa a continuación.

El que el producto sea libre de Gluten y que abre un mercado de personas con requerimientos especiales no considerados al momento del inicio del proyecto

7. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHA (COMPARATIVO)

Identificar y describir las actividades realizadas (programadas y no programadas) durante la ejecución de la iniciativa.

7.1. Tabla de actividades programadas para la elaboración del Plan de Marketing

Indique sólo las actividades programadas en el plan operativo. Analizar la forma en que se han desarrollado las actividades programadas, debiendo señalar el nivel de cumplimiento de las mismas respecto al Plan Operativo inicial y, en el caso de existir diferencias, las razones que las causaron.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
Contratación de Agencia.	22/08	100%	Hubo un atraso inicial dado que se inicio cuando llego recursos y no cuando inicio contrato.
Desarrollo del Plan	15/11	100%	Se tuvo que solicitar ampliacion en la entrega del informe porque se partio tarde
Sanción del plan	9/02	100%	Existieron observaciones al plan que se resuelven al enviar la segunda versión.

7.2. Actividades de Implementación del Plan de Marketing

Se debe completar una tabla por cada etapa de financiamiento (elaboración e implementación del plan de marketing). Incluir problemas enfrentados cuando corresponda.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
Envío de los productos	Sept 2016 – Mayo 2017	Cumplido	100%	Se envio al inicio y al termino del desarrollo del producto
Análisis de laboratorio	Octubre 2016- junio 2017	Cumplido	100%	Se analiza 2 veces en el periodo: al inicio y al termino del desarrollo del producto
Entrega de resultados	Octubre 2016- junio 2017	Cumplido	100%	Se adjuntaron los exámenes a los informes de avances
Revisión de los diseños de maquinaria	Octubre 2016	Cumplido	100%	

para mejorar calidad de producto				
Pruebas de puesta en marcha para verificar funcionamiento	Febrero 2017	Cumplido	100%	
Instalación definitiva en fábrica.	Abril 2017	Cumplido	100%	
Desarrollo de propuestas de envase y etiquetado	Mayo 2017	Cumplido	100%	
Testeos en potenciales consumidores y puntos de ventas para validación.	Mayo 2017	Cumplido	100%	En feria regionales y con FIA
Correcciones y modificaciones de prototipos para producción de productos	Mayo 2017	Cumplido	100%	
Definición de las actividades de difusión	Diciembre 2017	Cumplido	100%	
Realización de las acciones de difusión	Mayo 2017	Cumplido	100%	

7.3. Tabla de actividades no programadas³ realizadas en la iniciativa.

Informar las actividades que no estaban programadas y justificar su realización.

Actividad no programada		Justificación ⁴
Descripción	Fecha	

³ Actividades realizadas fuera de lo indicado en el plan operativo inicial.

⁴ Se debe justificar correctamente el porqué se realizó una actividad no programada inicialmente.

8. POTENCIALES IMPACTOS

POTENCIAL IMPACTO ⁵

A continuación identifique claramente los potenciales impactos que estén directamente relacionados con los resultados obtenidos del proyecto IMA.

8.1 Indique los impactos esperados económicos y comerciales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

Estos impactos pueden estar relacionados con mejoras en las condiciones de competitividad y acceso a nuevos mercados, mejoras productivas, económicas y comerciales, como el ingreso bruto, costo del producto/servicio, precio de venta del producto/servicio, redes o nuevos canales de comercialización a nivel local, nacional o internacional, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

El proyecto tenía 2 impactos:

- Generación de nuevos servicios o productos
- Acceso o implementación de nuevos canales de comercialización

Se cumplió 100 el primero cuyo resultado era la creación de 2 nuevos productos el impacto número 2 está en desarrollo aun dado que se desea entrar al mercado público y para ello hace falta no solo el desarrollo de productos sino certificar las instalaciones e incrementar la producción, probablemente a través del ingreso de inversores para fortalecer el proceso de producción que permita el volumen que se necesita.

Si bien la empresa incrementa puntos de venta aun el nuevo producto no está a la venta a la espera de la compra del nuevo horno que es un requisito para garantizar que el producto no tiene sodio agregado.

⁵ El impacto debe dar cuenta del logro del objetivo de los proyectos IMA, este es: "Apoyar proyectos liderados por medianas, pequeñas y microempresas del sector agroalimentario que requieran un mejoramiento de sus productos a través del desarrollo e implementación de estrategias de marketing innovadoras y efectivas, de manera de contribuir a mejorar las condiciones de competitividad y acceso a los mercados locales, nacionales, o internacionales. De acuerdo a lo anterior, se debe describir los potenciales impactos productivos, económicos y sociales que se generan con el desarrollo de la propuesta.

8.2 Indique los impactos esperados en términos sociales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

Estos impactos podrían estar relacionados con la incorporación de nuevos trabajadores, etnias, usuarios de INDAP, aumentos de sueldos, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

Se espera estar incluidos en el Istado nacional de Productos para Celiacos,

Se espera comenzar a distribuir los 2 productos desarrollados dentro de la red de salud que permita que nuestro alimento se entregue a uno de los publicos objetivos como son los adultos mayores a traves de consultorios.

8.3 Indique los otros impactos esperados dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

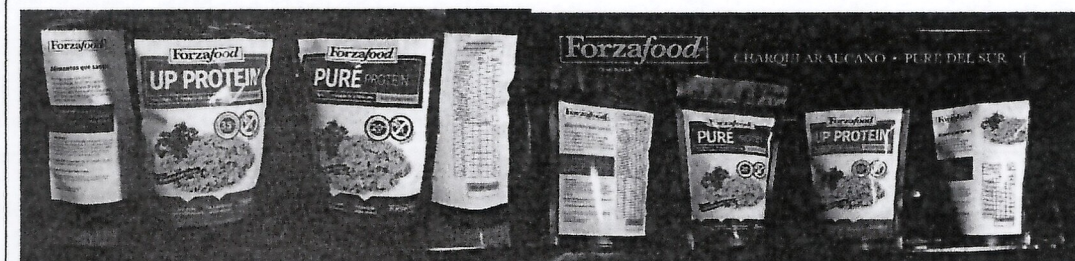
Se espera encontrar inversores y empresas de alimentos que nos ayuden mediante fanquisia el desarrollo del negocio para escalamiento del productos tnto en Chile como en el extranjero y para eso se espera trabajar con Prochile y Corfo y se estudia poder patentar desarrollos,

9. PRODUCTOS OBTENIDOS.

De acuerdo a los resultados obtenidos, identifique cuales fueron los nuevos productos generados, como: Etiquetas, envases, carteles publicitarios, trípticos, demos, entre otros.

Se debe adjuntar imágenes de los mismos, anterior y posterior al desarrollo del IMA en el **Anexo 2**.

2. Se desarrollaron 2 priductos nuevos no existentes en el mercado nacional que son un aporte a las personas con requerimientos especiales alimentarias. Y de alto valor proteico y vitaminico





10. PROBLEMAS ENFRENTADOS

En la siguiente tabla debe indicar los problemas enfrentados durante el desarrollo de la iniciativa y las medidas tomadas para solucionarlos, de acuerdo al origen de los problemas: legales, técnicos, financieros, administrativos y de gestión, entre otros.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación (comente si las medidas tomadas lograron resolver el problema enfrentado)
Lentitud en el formulacion del productos por definicion de aditivos	Se opto por no incorporar aditivos que mejorarn el producto y solo desarrollar el producto en base modificar las proporciones de la materia prima.	Se logro el desarrollo de 2 produtos y se tiene un mayor conocimiento que nos permitira en el futiro desarrollar otro productos con aditivos que potencien la mezcla (vitaminas)

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

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

Si y con un producto de mejor calidad nutricional que el esperado. Esto se baja en los resultados de los analisis del inta y que son productos libres de gluten lo que nos abre muchas potencialidades al producto.

11.2 ¿Cómo fue el funcionamiento del equipo técnico del proyecto?

Se trabajo en terminos adecuados. Existieron algunas demoras iniciales por parte de la coordinadora que se resolvieron y permitieron el cumplimiento delos plazos posteriores.

11.3 ¿Tuvo dificultades o inconvenientes en el desarrollo del proyecto? Indique cómo fueron resueltos.

Solo demosras en la formulacion y que febrero no permitio avanzar dado que este mes nos encontraos con los laboratorios del INTA Cerrados.

11.4 En relación a la ejecución del proyecto, ¿tiene alguna recomendación para el desarrollo futuros proyectos IMAs?

Que la vinculacion con el programa sea a nivel regional para favorecer consultas y comunicación con la institucion.

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

12. ANEXOS

Anexo 1. Medios de verificación.

Anexo 2. Imágenes de los productos obtenidos.