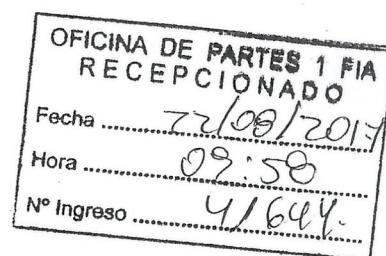


Gobierno Regional de Aysén
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R)
Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

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

Código iniciativa
IMA-2016-0331
Nombre iniciativa
Elaboración e implementación de un plan de marketing para miel en panal de la Patagonia.
Fecha
18 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:	Sebastián Fritsch Schwarzenberg
Coordinador del Proyecto:	Sebastián Fritsch Schwarzenberg
Regiones de ejecución:	Aysén
Fecha de inicio iniciativa:	01 de Agosto 2016
Fecha término Iniciativa:	14 de Julio 2017

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

2.1. Estructura de financiamiento

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

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).

Respecto de la elaboración del Plan de Marketing, éste fue elaborado entre Agosto y Noviembre de 2016, plan que ha sido guía del accionar respecto de las políticas de marketing de la empresa.

- Con el trabajo de diseñadora se creó imagen corporativa para la marca “Koraiken” y a través de un estudio jurídico de Santiago se registraron en el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual la marca y el logo, siendo ambos Marca Registrada.
- La página web de la empresa se desarrolló y se encuentra funcionando, faltando sólo habilitar el sistema de pago en línea.
- Se trabajó con diseñador para el desarrollo e impresión de material gráfico para etiquetas, stand en feria y difusión.
- Se elaboraron distintos tipos de packaging para el marco de miel en panal; en madera de lenga y terciado de 3mm, optando por un formato en terciado que es cortado con tecnología láser, servicio prestado por una empresa regional.
- Luego de un análisis de costos, se optó por una reitemización de fondos y se compró una cortadora láser CNC para la empresa, ya que los volúmenes que se van a producir justificó la inversión. Hoy la máquina se encuentra en dependencias de la empresa, a la espera de la visita de un técnico que durante tres días capacitará a un operario en el manejo y mantención del equipo.
- Se realizó una visita a una feria de carácter nacional, en donde se dio a conocer el producto mediante degustaciones, entrega de muestras y venta al público en general, en donde se observó una buena aceptación por parte de los consumidores.

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:

Elaborar e implementar de un plan de marketing para potenciar la comercialización de miel en panal de la Patagonia.

4.2 Objetivos específicos (OE)

Nº OE	Descripción del OE	% de cumplimiento ¹
1	Elaborar un plan de marketing que permita promocionar y dar valor agregado al producto y la marca	100
2	Realizar análisis de laboratorio para caracterizar el producto e incluir información en etiquetas	0
3	Desarrollar un sistema de packaging adecuado al producto.	100
4	Construir plataforma web interactiva para comercializar los productos de la colmena	95
5	Desarrollar imaging (Imagen corporativa, etiquetas, etc)	100
6	Patentar e inscribir producto y marca	100
7	Visitar feria para promocionar producto	100

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.

Comparación, descripción y justificación de los objetivos específicos planteados versus los resultados obtenidos (% de cumplimiento¹). Indicar razones que explican las discrepancias.

El Objetivo Específico N°2 no se logró debido a una reitemización de recursos en función de adquirir un equipo indispensable para lograr un producto terminado de calidad y altamente diferenciado, como fue la compra de una grabadora y cortadora láser CNC, cuya compra se justifica en razón de las unidades que van a ser producidas, cuya externalización hacía inviable implementar dicho formato.

El Objetivo Específico N°4 no alcanzó el 100%, ya que aún no se logra activar la compra on line en la página web, faltando sólo eso para alcanzar el total cumplimiento del objetivo.

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	Entrega de todos los antecedentes a experto en marketing para desarrollo del plan
2	2	No se realizó el objetivo
3	3	Trabajo con diseñador para desarrollar un envase que proteja al producto, fácil de usar, elegante y diferenciador. Fabricación y prueba de distintos prototipos.
4	4	Construcción de la página online por empresa especializada, la que debió cambiarse durante el desarrollo del proyecto por diferencias con el desarrollador
5	5	Trabajo con diseñador gráfico para el desarrollo de imagen, material gráfico e impresión del material
6	6	Trabajo con estudio jurídico especializado en patentes y marcas
7	7	Inscripción y participación en feria de carácter nacional para dar a conocer el producto mediante degustaciones, entrega de muestras y venta de productos.
Describa las modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta. La metodología originalmente propuesta se mantuvo, salvo el objetivo específico N°2, el cual se desechó en función de la adquisición de un activo indispensable para desarrollar un producto final de alto estándar, seguro y diferenciado.		

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	Plan de marketing elaborado	Plan Marketing	Plan elaborado	Plan elaborado y aprobado	Plan físico	100%
2	2	Resultados de análisis obtenidos	Análisis laboratorio	Análisis realizados	Sin resultados	No hay	0
3	3	Sistema de packaging listo para comercializar el producto	Packaging	Sistema de packaging elaborado	Sistema de packaging elaborado y en producción	Ventas, fotografías	100%
4	4	Página web con e-commerce operativa	Página web	Página operativa	Página operativa	www.koraiken.cl	95%
5	5	Sistema de imaging desarrollado	Imagen corporativa	Imagen elaborada	Imagen de la empresa elaborada	Etiquetas, logo, tarjetas, packaging	100%
6	6	Producto y marca patentadas y registradas	Marca Registrada	Registro de marca y logo	Inscripción de marca y logo	Documento que acredita inscripción	100%
7	7	Feria visitada y producto promocionado	Feria	Asistencia a feria de carácter nacional	Asistencia a feria de carácter nacional	Fotografías página web de la feria	100%

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

1. El plan de marketing se elaboró y aprobó por parte de FIA, el cual ha sido la base del accionar en términos de política de marketing de la empresa.
2. No se realizó el análisis de laboratorio en función de la adquisición de un equipo indispensable para el desarrollo de packaging del producto.
3. Se elaboraron distintos tipos de packaging, hasta que se optó por uno que es seguro, uniforme, de gran presentación y bajo costo de producción.
4. La página web la comenzó a desarrollar un informático desde Santiago, quién no cumplió con el compromiso adquirido y se debió buscar otro profesional, lo que retrasó la puesta en marcha de la página web.
5. En términos de imagen se desarrolló el logo de la empresa el cual está en tarjetas, etiquetas, packaging, página web, mini pendón, etc.

² Se debe adjuntar Anexo 1, Medio de verificación.

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	Plan de marketing elaborado	Plan Marketing	Plan elaborado	Plan elaborado y aprobado	Plan físico	100%
2	2	Resultados de análisis obtenidos	Análisis laboratorio	Análisis realizados	Sin resultados	No hay	0
3	3	Sistema de packaging listo para comercializar el producto	Packaging	Sistema de packaging elaborado	Sistema de packaging elaborado y en producción	Ventas, fotografías	100%
4	4	Página web con e-commerce operativa	Página web	Página operativa	Página operativa	www.koraik en.cl	95%
5	5	Sistema de imaging desarrollado	Imagen corporativa	Imagen elaborada	Imagen de la empresa elaborada	Etiquetas, logo, tarjetas, packaging	100%
6	6	Producto y marca patentadas y registradas	Marca Registrada	Registro de marca y logo	Inscripción de marca y logo	Documento que acredita inscripción	100%
7	7	Feria visitada y producto promocionado	Feria	Asistencia a feria de carácter nacional	Asistencia a feria de carácter nacional	Fotografías página web de la feria	100%

6. A través de un estudio jurídico especializado en marcas y patentes de Santiago, se realizó la inscripción de logo y marca ante INAPI, siendo hoy ambos Marca Registrada.
 7. Con la asistencia a la feria “La Repostera”, de carácter nacional realizada en Stgo, se pudo dar a conocer el producto a través de degustaciones, entrega de muestras y venta al público asistente a la feria.

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

Durante el desarrollo del sistema de packaging, se optó por un diseño hecho en base a tecnología láser, por ser de rápida y fácil construcción, homogéneo, seguro y de presentación adecuada. Sin embargo su costo de elaboración al externalizar la producción hacía inviable su implemetación. No obstante, tras un estudio de costos y la solicitud de reitemización de parte de los fondos del proyecto, se realizó la compra de una cortadora y grabadora láser Control Numérico, con la que los costos de producción bajan notablemente, manteniendo la calidad, seguridad y elegancia del empaque

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	Plan de marketing elaborado	Plan Marketing	Plan elaborado	Plan elaborado y aprobado	Plan físico	100%
2	2	Resultados de análisis obtenidos	Análisis laboratorio	Análisis realizados	Sin resultados	No hay	0
3	3	Sistema de packaging listo para comercializar el producto	Packaging	Sistema de packaging elaborado	Sistema de packaging elaborado y en producción	Ventas, fotografías	100%
4	4	Página web con e-commerce operativa	Página web	Página operativa	Página operativa	www.koraik en.cl	95%
5	5	Sistema de imaging desarrollado	Imagen corporativa	Imagen elaborada	Imagen de la empresa elaborada	Etiquetas, logo, tarjetas, packaging	100%
6	6	Producto y marca patentadas y registradas	Marca Registrada	Registro de marca y logo	Inscripción de marca y logo	Documento que acredita inscripción	100%
7	7	Feria visitada y producto promocionado	Feria	Asistencia a feria de carácter nacional	Asistencia a feria de carácter nacional	Fotografías página web de la feria	100%

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		
Tomar contacto con profesional especializado	Agosto 2016	100%	
Sostener periódicas reuniones para generar el feedback necesario para la correcta elaboración del plan de mkt	Agosto- Noviembre 2016	100%	

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			
Tomar contacto con laboratorio para envío de muestras	Oct. 2016	Total	100%	Se tomó contacto con 2 laboratorios; Dictuc (Rodrigo Guitiérrez) y laboratorio de fitoquímica de la UACH (Miguel Neira)
Toma de muestra y envío a laboratorio	Nov. 2016	Nulo	0%	Se solicitó una reitemización a FIA a fin de adquirir un equipo indispensable para sacar un producto de gran presentación al mercado

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
Realizar maquetas con alternativas de envases	Nov. Dic. 2016	Total	100%	No hubo
Construcción de diseño definitivo	Ene. Feb 2017	Total	100%	El costo de externalizar la producción demasiado alto

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
Contactar empresa especializada en desarrollo web	Sept. 2016	Total	100%	
Trabajo en conjunto para el desarrollo y montaje de la página	Oct 2016.- Ene 2017	Aceptable	95%	El profesional a cargo de un principio no siguió con el proyecto, se debió buscar un nuevo profesional para implementar sistema de pago online de la pagina web

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
Reuniones con diseñador para la elaboración de bocetos.	Enero 2017	Total	100%	No hubo
Definir diseño definitivo e imprimir etiquetas, folletos, tarjetas, pendón, etc.	Feb.- Mayo 2017	Total	100%	No hubo

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
Contactar a empresa especializada en patentes y marcas	Oct. 2016	Total	100%	No hubo
Entregar a empresa información necesaria para realizar las patentes e inscripciones necesarias	Oct.2016-Marzo 2017	Total	100%	No hubo

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
Inscripción en feria de carácter nacional	Abril 2017	Total	100%	No hubo
Viaje a feria a promocionar el producto	Junio 2017	Total	100%	No hubo

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	
Tomar contacto con empresa proveedora de equipos láser CNC	Mayo 2017	Búsqueda de un equipo de corte y grabado láser que se adecúe a los requerimientos de la empresa
Compra de equipo CNC láser	Junio 2017	Luego de estudio de costos, dada la cantidad de cajas para marcos de miel en panal que se van a producir, antes de terminar la segunda temporada se financia la máquina de corte y grabado laser

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.

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.

⁵ El impacto debe dar cuanto 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.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

Con el proyecto se logró un producto terminado de gran calidad, estandarizado, con imagen y diseño elegante. Gracias a lo logrado con el proyecto en términos de industrialización de la producción y acciones de marketing, en dos años se deberían llegar a cerca de 15.000 unidades vendidas al año, lo que equivale a \$ 89.250.000.-

Con la adquisición del equipo de corte y grabado láser, los costos de producción del empaque se reduce en más del 50%, generando mayor competitividad del producto.

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)

Las posibilidades que presenta el proyecto de involucrar a otros productores apícolas son altas, ya que con la industrialización de los procesos se pueden fabricar "kits de producción" que se pueden entregar a esos productores.

La generación de empleo es otro punto importante, ya que con las proyecciones actuales se necesitarán al menos 2 trabajadores extras para la temporada 2018-19.

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)

Otro de los impactos que se pueden dar a partir de la implementación del proyecto, es el reconocimiento de la actividad apícola de Aysén al posicionar el producto en circuitos exclusivos y de alto valor de alimentos gourmet del país y, esperamos, del extranjero.

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**.

Con el proyecto se generaron:
Plan de marketing

Logo de la empresa
Etiquetas
Empaque
Tarjetas
Mini pendón
Página web

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)
La falla del profesional a cargo del desarrollo de la página web, que al estar en Stgo no se pudo controlar su trabajo demorándose más de lo presupuestado.	En vista del apremio del tiempo, se tuvo que optar por otro profesional para terminar el trabajo.	Se resolvió en gran medida el problema, llegando a un 95% del logro del objetivo con el cambio realizado.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación (comente si las medidas tomadas lograron resolver el problema enfrentado)
El óptimo diseño de empaque logrado cumplió con todos los requerimientos necesarios, pero su externalización excedió los costos de producción haciendo inviable su implementación.	Se cotizó una máquina grabadora y cortadora láser CNC, se solicitó una reitemización de recursos, y al estar la mayoría de los objetivos cumplidos, aquella se autorizó.	Al producir la empresa su propio empaque, permite bajar los costos de producción y lograr mayor versatilidad a la hora de implementar nuevos diseños

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

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

Sin duda. Con la elaboración e implementación del plan de marketing se logró un producto terminado muy atractivo y de gran calidad. Ya está a la venta en tiendas de Coyhaique y algunas tiendas gourmet de Santiago. Para la temporada 2017-2018 se espera dar un gran salto cuantitativo y abastecer a la mayoría de las tiendas gourmet de la capital.

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

El equipo técnico no tuvo problemas en su desempeño, tanto en la gestión de recursos, comunicación con FIA, implementación del proyecto y rendiciones del mismo.

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

El único inconveniente fue el trabajo del desarrollador web, que al estar en Stgo no se pudo controlar su gestión, lo que llevó a su reemplazo y atraso en el desarrollo de la página. En todo lo demás no hubo inconvenientes.

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

No. Sólo felicitar a las ejecutivas de FIA Natalie Devenin y Alice Espinoza, quienes siempre estuvieron disponibles para resolver dudas y ayudar en lo que se les solicitara, tanto en la implementación del proyecto como en las rendiciones del mismo.

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

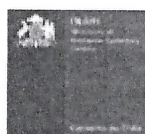
12. ANEXOS

Anexo 1. Medios de verificación.

1. Logo marca Koraiken.



2. Inscripción de marca.



CERTIFICADO DE REGISTRO

Se certifica que el registro **1239111** de la solicitud **1228530**

Pertenece a: **Sebastian Fritsch Schwarzenberg**



País: CHILE

Signo: KORAIKEN

Distingue a: Productos

Clase(s): 30

Clase 30: Miel; Miel de chancaca; Miel para uso alimenticio; Miel y jarabe de melaza; Sucedenes de miel.

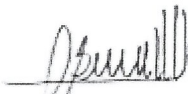
Nota: Sin protección a las demás palabras insertas en la etiqueta.-

Descripción: Etiqueta consistente en imagen de una abeja en alto contraste, donde la abeja es dibujada por líneas blancas y está sobre un fondo circular de color negro. A su alrededor lleva escrito en color negro las palabras KORAIKEN miel de la patagonia - chile. Tiene puntos en color negro también bordean el círculo al costado de las palabras. Encerrándolo todo, dos círculos de líneas negras. Sin protección para "miel de la patagonia-chile"

Por el plazo legal de diez años, contados desde el **08 de marzo de 2017**. Que este registro de marca se encuentra vigente -


MAXIMILIANO SANTA CRUZ S.
Director Nacional

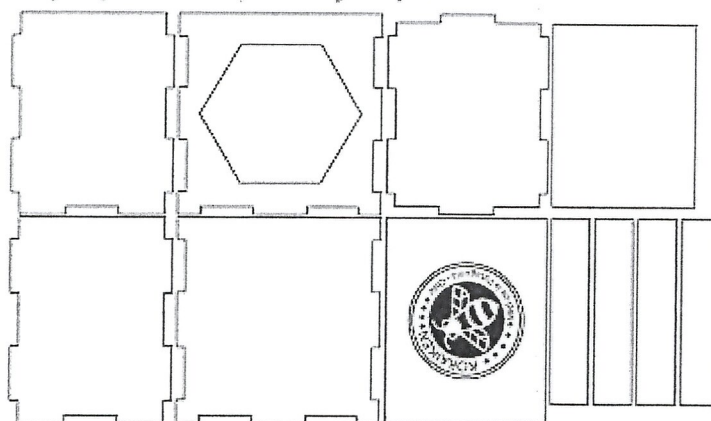



CAROLINA BELMAR GAMBOA
Conservadora de Marcas Comerciales

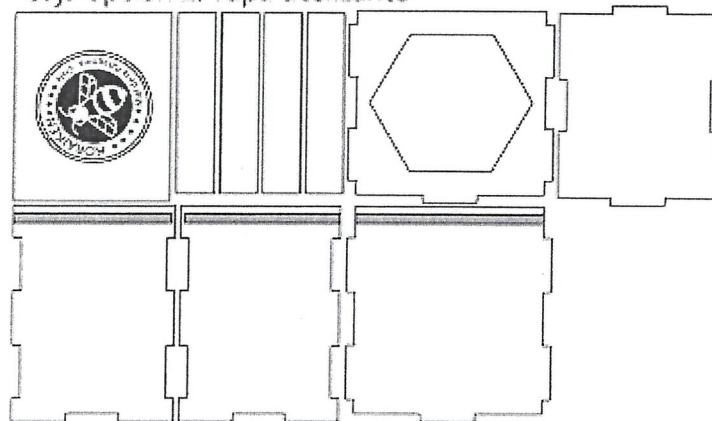
Anexo 2. Imágenes de los productos obtenidos.

- Diseño de packaging:

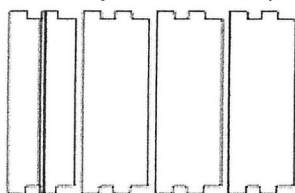
Caja opción 1: Tapa encaje superior



Caja opción 2: Tapa deslizante

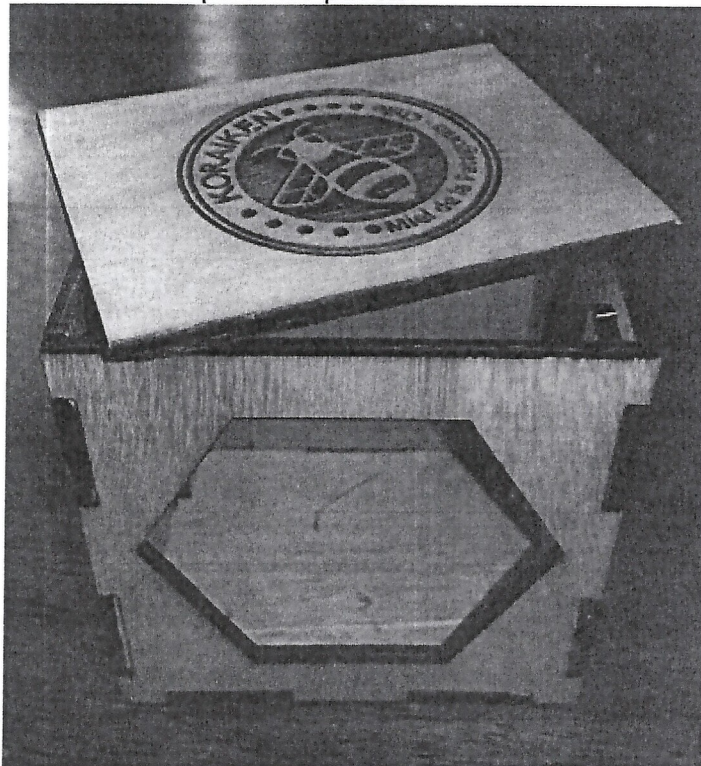


Marco para miel en panal

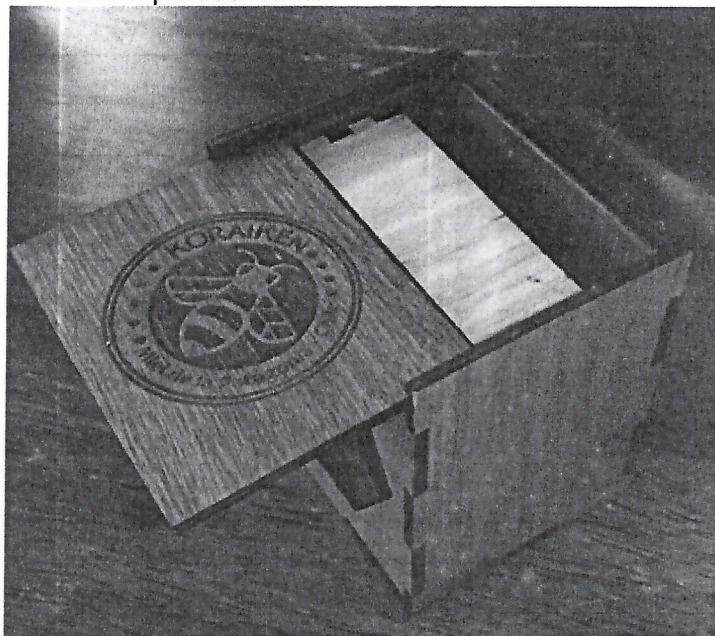


- **Prototipo de packaging**

- Diseño con tapa sobre puesta.



- Diseño tapa deslizante.



3. Asistencia a feria “La Repostera” en Santiago



4. Etiquetas.

Miel 100% orgánica de abeja, producida en las praderas de Aysén, Patagonia Chilena. Zona libre de residuos tóxicos y considerada “Reserva de Vida” del planeta.

Contenido aprox.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
	Porción 1 cucharadita (10g)	1 porción
Energía (Kcal)	332	33
Proteínas (g)	0,0	0,0
Grasas Totales (g)	0,0	0,0
H. de C. disp. (g)	83,4	8,3
Fructosa (g)	37,9	3,8
Glucosa (g)	33,3	3,3
Sodio (mg)	0,0	0,0

Resolución sanitaria N° 161178485
 Fecha: 11/04/2016
 sebafrtschi@gmail.com
 Km. 18 Camino Lago Frio
 Coyhaique - Región de Aysén
 ☎ (+56 9) 63408140 📍 koraiken Miel

5. Plan de Marketing

Adjunto en versión digital.