

# REPORTE DE ESTADO DE PROYECTO (PSR)

07/01/2022 - 12/31/2022 - PSR-09406

## SÍNTESIS DEL PROYECTO

Número de Operación

CH-T1267

Número de suboperación

ATN/ME-18872-CH

Nombre del proyecto

FOOD FOR ALL - Inclusive reactivation

Lider de equipo:

Carolina Carrasco

Agencia ejecutora

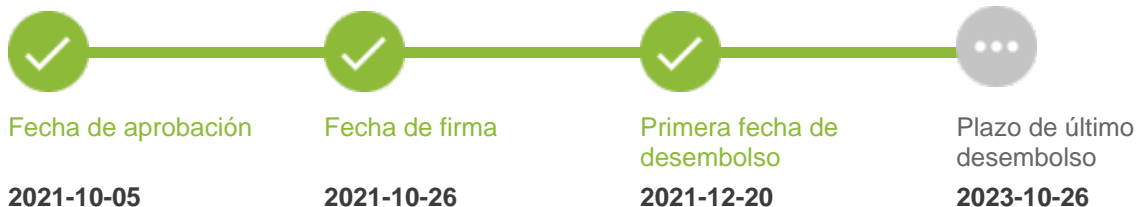
Fundacion Gastronomía Social

Proposito

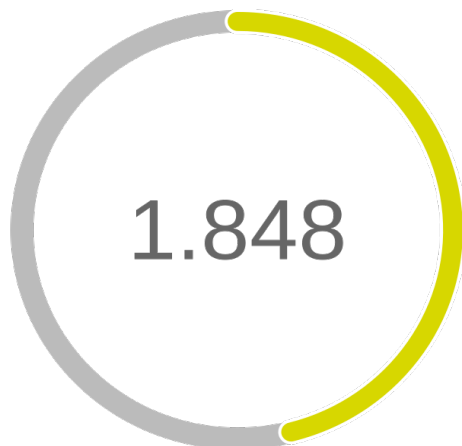
Apoyar el desarrollo de empleo y emprendimiento de jóvenes y mujeres vulnerables en Chile , mediante el desarrollo de un prototipo tecnológico inclusivo de formación y microlearning.



## Ciclo del Proyecto



## PUNTAJE PSR



- 0 - 1 Bandera roja
- 1 - 2 Bandera amarilla
- 2 - 4 Bandera verde

# APRENDIZAJES

## 1. Riesgos y Lecciones

### 1.1. Riesgo

1.1.1. ¿Cuál cree que es el mayor riesgo que amenaza el cumplimiento de los objetivos del proyecto?

El principal riesgo es el de no lograr los objetivos planteados por un deficiente desarrollo de la plataforma y de los mecanismos de gestión de datos. Este riesgo, propio de cualquier desarrollo tecnológico, está siendo mitigado con la incorporación al equipo de asesores tecnológicos expertos en estrategia y escalabilidad tecnológica. Además, se establecieron las métricas claves que permiten entender el impacto de la solución y se implementó un sistema de reportabilidad desarrollado en conjunto con el equipo de tecnología para gestionar los datos de las plataformas Ñam.

### 1.2. Mayor Logro o Fracaso

1.2.1. ¿Cuál ha sido el mayor logro o fracaso del proyecto en el último semestre?

El mayor logro alcanzado en el último semestre es la puesta en marcha de las plataformas Ñam Talentos y Academia Ñam, realizada el 23 de agosto. Se crean publicaciones en redes sociales de la fundación para difundir la puesta en marcha del ecosistema. Se entregan las primeras becas asociadas al programa de capacitación colaborativa “Prospera con tu barrio” de Coca Cola, que potencia las habilidades sociales, ambientales y económicas de emprendedores de las comunas más vulnerables de Chile, con el objetivo de crear iniciativas con impacto colectivo en sus territorios. Se convocan a 137 personas, de las cuales 40 participan de la academia y 31 finalizan satisfactoriamente los cursos ofrecidos. Se realiza convenio de colaboración “Proyecto de Impacto Social Ñam Digital” con fundación Mustakis, se recibe un préstamo social por un monto equivalente a 2.312 UF con hitos de impacto a cumplir en 3 años.

### 1.3. Hallazgos y Lecciones

1.3.1. ¿Cuáles son los hallazgos y lecciones más útiles de este proyecto que, cuando se toman en consideración, podrían mejorar la ejecución y los resultados de los proyectos existentes y el diseño de proyectos similares en el futuro? Un hallazgo describe una acción, circunstancia o decisión que fue crítica para determinar la evolución positiva o negativa del proyecto (por ejemplo, Cambiar del desarrollo de una plataforma blockchain a una base de datos compartida basada en la web redujo el costo y el tiempo dedicado a implementar el capacidades de trazabilidad requeridas por el proyecto). Una lección es una propuesta concreta y procesable basada en un hallazgo que, en circunstancias similares, facilitaría la resolución de problemas, la mitigación de riesgos y el logro de resultados (por ejemplo, Desarrollar pautas y criterios para identificar candidatos que podrían beneficiarse de la implementación de un plataforma blockchain, y evaluar durante el diseño si el proyecto seleccionado cumple con los criterios antes de comprometerse a desarrollar uno).

Uno de los aprendizajes más relevantes generados por el proyecto sigue siendo la colaboración pública y privada de actores del ecosistema local y nacional. El generar alianzas con entes institucionales y empresariales, establecer relaciones claves con otros socios comerciales y hacer uso del capital social presente en el organismo ejecutor, permite apoyar en procesos de difusión, disponer de espacios físicos y equipo para ejecutar actividades, ofrecer prácticas profesionales y/o empleos a participantes del ecosistema. Durante el 2022 se logró establecer una red activa de colaboradores con más de 40 empresas, 11 fundaciones, 6 instituciones públicas y una asociación gremial.

## 2. Escalabilidad y replicabilidad

### 2.1. Plan de Escalabilidad

2.1.1. Ahora que el Proyecto se encuentra en la fase de ejecución, ¿ha desarrollado algún plan o acción concreta que le permita llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios (o

impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales más amplios) en el futuro?

En el segundo semestre se han realizado convenios de colaboración con grandes entidades, como por ejemplo con INJUV (instituto de la juventud), institución con presencia en todo Chile y que además pertenece al Ministerio de Desarrollo Social. Parte de los acuerdos suscritos con esta institución es poder llegar a los jóvenes que por registro social de hogares pertenecen a los grupos más vulnerables. De esta forma se cuenta con un filtro objetivo al momento de difundir las becas de estudios. Por otro lado, la FGS tiene fuentes de financiamiento externo operando y cuenta con un plan de fundraising para conseguir fondos con entidades claves del ecosistema, se tiene un equipo en constante búsqueda de fuentes de ingreso para seguir operando. Dentro de los socios claves se tiene: Fundación Mustakis, Coca Cola, Fundación Zurich, entre otros. Cabe destacar que, se entregan becas digitales asociadas al programa Coca Cola y se adjudica préstamo social con la fundación Mustakis, lo que permite desarrollar y escalar las plataformas Ñam, aumentando el número potencial de beneficiarios del proyecto.

## 2.2. Costos y Socios para Escalar

2.2.1. Ahora que el proyecto está en fase de ejecución, ¿Sabe cuánto cuesta ofrecer su producto/servicio por usuario/cliente/beneficiario? ¿Es esto un factor que pudiera afectar el llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios en el futuro? ¿Le ha solicitado esta información alguna institución pública o privada pensando en escalar o replicar el modelo/producto/servicio?

Según los tipos de clientes que tenemos (Foodies, Profesionales y Empresas) algunas de las estimaciones realizadas son: Caso B2B, la venta se desarrolla con contacto presencial con una tasa de conversión del 1,12%. Se considera un CAC de US\$7,5 para generar la contactabilidad de empresas interesadas. Se espera mantenerlo por 3 años, generando un LTV de US\$40k. El churn del primer año es de 13%. Caso de B2C el proceso de venta es 100% digital y se considera una tasa de conversión del 0,75%. Utilizando herramientas de posicionamiento y alianzas se considera un CAC de US\$0,63 para lograr ese resultado. Se espera mantenerlo por 4 años, generando un LTV de US\$200. El churn el primer año de un 7%. Los cursos básicos tienen un valor bruto de \$4.900 pesos chilenos, los cursos intermedios un valor de \$10.900 pesos y los cursos profesionales un valor de \$14.900 CLP. La estrategia de corto plazo de donación de becas considera un valor por un paquete de cursos que conforman la temática de becas. Actualmente se cuenta con 6 tipos de becas. Dos enfocadas en generar oportunidades en Empleabilidad (Curso Asistente de Sala en restaurante y Curso de Ayudante de Cocina) y cuatro enfocadas al Emprendimiento (Curso de emprendimiento en Panadería Artesanal, Repostería, Conservas Artesanales y Charcutería). El valor de venta bruto de la beca para entregar a un estudiante es de \$39.900 CLP. Todas estas métricas afectan directamente a la escalabilidad del proyecto, la inversión en marketing y ventas es fundamental para alcanzar los valores proyectados de usuarios, así como también el pricing del producto. No se ha solicitado información a instituciones para realizar las estimaciones.

## 2.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

2.3.1. ¿Considera que algunos de estos factores ha afectado el que haya llegado a más/menos usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales) de lo que estaba previsto originalmente en el proyecto?

[Coordinación con terceros, Facilidad de transferir la solución a un contexto distinto (diferente ciudad/país/etc.), Calidad de solución propuesta comparada con alternativas existentes, Tamaño del mercado al que se podría alcanzar, Solución propuesta responde a un problema clave/persistente/prioritario, Conocimiento de la existencia de la solución por parte de potenciales usuarios/clientes/beneficiarios, Visibilidad para usuarios/clientes/beneficiarios de las ventajas de la solución propuesta, Evidencia de estas ventajas para socios/aliados/actores clave del mercado]

## 2.4. Alcance de Escalabilidad

2.4.1. ¿Qué tan factible es que la organización pueda llegar a un número de usuarios/clientes/beneficiarios que sea 5, 10, o 100 veces superior el número previsto originalmente en el diseño del proyecto (cinco años después del cierre del proyecto)?

[Podría alcanzar entre 5 veces y 10 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previstos en el diseño original cinco años después del cierre del proyecto]

2.4.2. ¿Qué probabilidad hay de que la organización alcance ese número cinco años después del cierre del proyecto?

[Altamente probable (más del 90% de probabilidad)]

## 2.5. Relación con Grupo BID

2.5.1. ¿Se ha creado una relación comercial con otra unidad del Grupo BID diferente a BID Lab?

No se ha creado ninguna relación comercial con otra unidad del Grupo BID.

## 2.6. Socios de Replicabilidad

2.6.1. ¿Tiene conocimiento de alguna otra entidad a nivel nacional o internacional que haya copiado/replicado completa o parcialmente el modelo de negocio del proyecto? ¿Ustedes colaboraron en el proceso con esa entidad?

[No]

## 2.7. Socios de Replicabilidad

2.7.1. ¿Número de usuarios/clientes/beneficiarios alcanzado por entidades que han replicado/copiado completa o parcialmente el modelo de negocio/productos/servicios implementado con apoyo del proyecto?

[N/A]

2.7.2. ¿Ha experimentado, en el último año, una expansión significativa (50% o más) del alcance del modelo de negocios del proyecto más allá de lo esperado en el diseño original del proyecto (debido al aumento del tamaño organizacional, alcance operativo o expansión geográfica)?

[No]

2.7.3. Número de usuarios / clientes / beneficiarios alcanzados hasta el fin del año?

[Menos de 2 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previstos en el diseño original del proyecto]

## 2.8. Sostenibilidad

2.8.1. ¿Cómo cree que el proyecto continuará una vez que se acabe el financiamiento de BID Lab? Ejemplos: tiene fuentes de financiamiento externo identificadas para seguir operando, ha logrado el punto de equilibrio a través de la venta de servicios y productos, ha logrado el apoyo de instituciones públicas o del sector privado, ajustará el modelo de negocio para mantenerse viable (vía franquicias, etc.)

La estrategia de los 2 primeros años se sustenta en la donación de becas por parte de empresas, y en este marco, se han obtenido dos grant desde la Fundación Coca Cola mencionado anteriormente. Se ha realizado un plan de leeds con empresas para comenzar un despliegue masivo B2B, se realizaron reuniones con instituciones claves del ecosistema para presentar las plataformas Ñam. Actualmente, se avanza en la generación de un modelo de sostenibilidad a través de la venta de cursos B2C con apoyo de la Fundación Mustakis, el cual contempla un plan de marketing de consumo con sentido social que se irá desplegando desde el año 1 de operaciones y ampliando durante el año 2, de manera que se transforme en una fuente de ingresos importante para los próximos años. Adicionalmente, se tienen fuentes de financiamiento externo identificadas para seguir operando, se ha avanzado en un plan de fundraising para conseguir fondos con entidades como por ejemplo CORFO. Se ha logrado cerrar un convenio con la Fundación Mustakis, la cual entrega un préstamo social a tres años para proyectos de alto impacto que logran brindar oportunidades y generar cambios en comunidades y personas.

## 3. Implementación

### 3.1. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

3.1.1. ¿Qué aspectos específicos han afectado (positiva o negativamente) la implementación del proyecto?

[Coordinación con terceros, Complejidad o amplitud de las actividades planteadas, Contratación de consultores/proveedores, Calidad de consultores/proveedores, Ventajas o desventajas de la tecnología]

3.1.2. Explique en detalle cómo estos factores que ha identificado han hecho que la implementación del proyecto sea más fácil o más difícil.

Coordinación con terceros: El proyecto contempla la vinculación tecnológica e intelectual con diversos actores, a partir de la generación de alianzas estratégicas que permitan posicionar la plataforma en otros espacios, lo cual potencie la madurez del producto y las ventajas competitivas que este puede generar. De esta forma, se ha adoptado un modelo open source con una perspectiva de innovación abierta. Esto ha permitido incorporar ideas externas, mientras que también se externalizan iniciativas, las que se trabajan con diversos aliados. Contratación y calidad de consultores/proveedores: En el proceso, se incorporaron al equipo consultores altamente cualificados, los cuales apoyaron en definiciones claves y en el desarrollo general de la base del modelo de negocios del proyecto. La experiencia del equipo formado facilitó la ideación de la solución y la toma de decisiones. Complejidad o amplitud de las actividades planteadas: Dada la incorporación de recurso humano altamente cualificado, se fue iterando en mejoras a los sistemas desarrollados, aumentando la complejidad de estos, esto ocasionó un retraso en la planificación de la carta gantt. Ventajas o desventajas de la tecnología: Al utilizar una solución open source, como moodle para la academia digital, la cantidad de parámetros a definir hacia que cada cambio generará muchas interacciones desde el administrador. A pesar de que lo anterior generó fricción con el proveedor de servicios de tecnología, se logró sobrellevar la relación entendiendo el problema al que se enfrentaba el proyecto. Con estos aspectos en consideración, se establecieron y se alinearon los alcances de las funcionalidades de las plataformas Ñam Talentos y App ñam con antelación, para avanzar en tiempo y forma en la ejecución del proyecto. Sin embargo, la iteración constante y cambios de decisiones en el desarrollo de estas plataformas provocó un retraso en la entrega final de la App Ñam, la cual se espera tener operativa en marzo de 2023.

### 3.2. Factores de Nuevas Tecnologías

3.2.1. Si el proyecto hace uso de tecnologías o metodologías novedosas, ¿Qué factores han facilitado o dificultado la implementación de la solución tecnológica propuesta inicialmente por el proyecto?

[Experiencia previa de la agencia ejecutora/cliente con la tecnología, Acceso a expertos en el área dentro de la agencia ejecutora/cliente, Interés por parte de otras empresas/gobierno en la tecnología, Claridad de los requerimientos]

## 4. Resultados de Desarrollo (Cuantitativo)

4.0 ¿Su proyecto ha contribuido a alguno de los siguientes indicadores durante los últimos 12 meses (el año pasado)?

[4.6. No ha contribuido]

## 5. Resultados de Desarrollo (Cualitativo)

5.1. Población objetivo identificada en el diseño

¿Se está llegando a la población objetivo que se identificó en el diseño? Seleccione la población objetivo realmente alcanzada por el proyecto que se identificó originalmente en el diseño del proyecto.

[Población pobre/vulnerable /bajos ingresos, Niños y jóvenes, Mujeres]

5.2. Población atendida NO Identificada en el diseño

5.2.1. Seleccione si hay Grupos que NO fueron identificados originalmente en el diseño del proyecto pero que están siendo atendidos en la fase de ejecución.

[Migrantes y personas desplazadas, Emprendedores]

5.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores



5.3.1. ¿Qué factores han afectado (facilitado o dificultado) el alcance de estos grupos, o la resiliencia/impactos ambientales, en los números/dimensiones que el proyecto tenía previsto originalmente?

[Calidad del producto/servicio ofrecido, Mejoras en las características del producto/servicio ofrecido, Comunicar a los clientes/usuarios/beneficiarios las ventajas de los productos ofrecidos]






Otros

Generar una red de socios que aporte al propósito

5.3.2. Explique en detalle ¿cómo estos factores han afectado la capacidad del proyecto para llegar a los grupos (o lograr resiliencia/impactos ambientales) en los números/dimensiones originalmente esperados?

Calidad y Mejoras en las características del producto/servicio ofrecido: El trabajo se ha ido desarrollando de manera incremental e iterativa, reconociendo puntos de mejora que han permitido dar mejor dirección al desarrollo de la plataforma. Se llevaron a cabo una serie de pruebas de experiencia de usuario, lo cual permitió corregir atributos y procesos de la plataforma, para llegar al ecosistema de aprendizaje que había sido propuesto inicialmente. Esta constante mejora continua hace que las plataformas sean accesibles y facilita la conversión de usuarios. Comunicar a los clientes/usuarios/beneficiarios las ventajas de los productos ofrecidos: Se vuelve necesario dentro de las campañas de difusión comunicar de forma clara el potencial de la iniciativa dando a conocer las ventajas de la solución propuesta y de las necesidades que se resuelven con su uso. Actualmente, se posee un convenio con uno de los grupos de medios más importantes de Chile. Junto a ellos se realizan diferentes activaciones en medios digitales y además se realizan activaciones específicas, físicas y digitales, con grupos de público objetivos como parte de la estrategia, lo que facilita la llegada a grupos finales. Red de socios: Se generan convenios con actores claves del rubro, como INJUV y ACHIGA. Estas colaboraciones permiten posicionar las plataformas desarrolladas dentro de los usuarios de estas redes. Adicionalmente, se cuenta con acceso a información relevante, como lo es el registro social de hogares en Chile, lo que facilita el poder llegar a los jóvenes que pertenecen a los grupos más vulnerables del país.






## INDICADORES

 Superado  Logrado  Pendiente  En proceso  Atrasado

### C1: Definición

**Peso:** 0%

**Calificación:** Altamente Satisfactorio

100%			
Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Propuesta de valor a usuarios validada	1 ( 2022-04-26)	1 ( 2022-04-26)	
I2 Requerimientos de formación por parte del sector gastronómico sistematizados.	3 ( 2022-10-26)	3 ( 2022-10-26)	
I3 Diseño alcance del prototipo.	1 ( 2022-04-26)	1 ( 2022-04-26)	
I4 Diseño de Cápsulas Microlearning	1 ( 2022-04-26)	1 ( 2022-04-26)	
I5 Bases de contratación plataforma web/App y módulos de formación	1 ( 2022-04-26)	1 ( 2021-11-30)	















## C2: Implementación

Peso: 92%

Calificación: Satisfactorio

35%

65%

Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Bolsa de Trabajo implementada	1 ( 2022-10-26)	1 ( 2022-08-31)	
I2 Desarrollo de plataforma web para gestión de contenidos	1 ( 2022-10-26)	1 ( 2022-08-23)	
I3 # Asociaciones gremiales del rubro gastronómico colaboradoras activas de la red	7 ( 2022-10-26)	1 ( 2021-10-26)	
I4 Diseño y publicación de sitio web comercial	1 ( 2022-10-26)	1 ( 2022-04-18)	
I5 Desarrollo de aplicación mobile Escuela Digital	1 ( 2022-10-26)		
I6 # Fundaciones e instituciones territoriales, colaboradoras activas de la red	14 ( 2023-04-26)	11 ( 2022-05-23)	
I7 Número de jóvenes graduados mediante herramienta web y APP	1400 ( 2023-04-26)	129 ( 2023-02-03)	
I8 Desarrollo de API (tecnología que comunica plataforma web con aplicación mobile)	1 ( 2022-10-26)		
I9 # Instituciones Públicas colaboradoras activas de la red	12 ( 2022-10-26)	8 ( 2023-02-03)	
I10 Número de jóvenes formados mediante herramienta web y APP	4000 ( 2023-04-26)	159 ( 2023-02-03)	
I11 Número de usuarios activos	6270 ( 2023-04-26)	1344 ( 2023-02-03)	
I12 Modelo de Negocios Implementado	1 ( 2022-10-26)	1 ( 2022-10-26)	
I13 # de videos de microlearning desarrollados e integrados a la plataforma	120 ( 2023-04-26)	101 ( 2022-06-20)	
I14 # Empresas del rubro gastronómico turístico (Restaurantes, Hoteles y Alimentación) Colaboradoras activas de la red que ofrecen prácticas y empleos.	7 ( 2022-10-26)	71 ( 2023-02-03)	





## C3: Evaluación y Difusión de Conocimientos

Peso: 0%

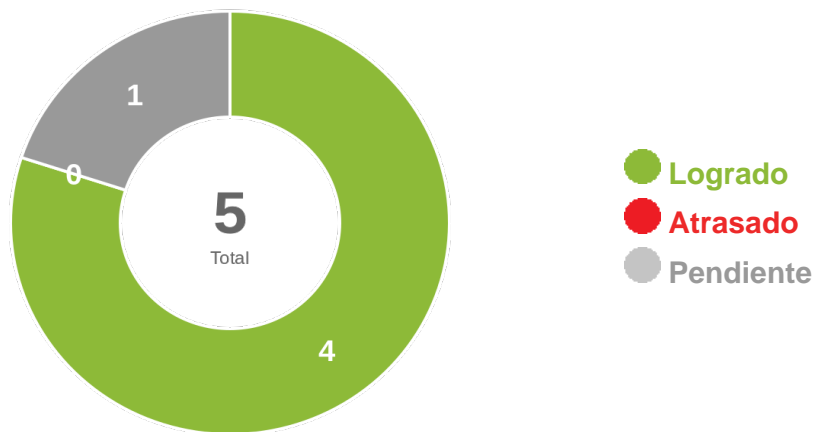
Calificación: Satisfactorio

25%

75%

Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Reportes de usabilidad de la aplicación.	18 ( 2023-04-26)	10 ( 2023-02-03)	
I2 Sistema de Monitoreo del proyecto implementado y operando	3 ( 2023-04-26)	3 ( 2022-10-25)	
I3 Campañas de comunicación	7 ( 2023-04-26)	4 ( 2022-10-25)	
I4 Reportes modelo de negocios	8 ( 2023-04-26)	4 ( 2022-10-25)	

## HITOS



Hitos	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
*App y Web Contratadas	1	2022-01-25	2022-01-14	✓
*Primer MVP Plataforma	1	2022-04-27	2022-04-27	✓
*Bolsa de Trabajo con Oportunidades Publicadas	1	2022-10-26	2022-09-01	✓
*Nº Empresas ofrecen practicas y empleos	30	2023-06-26		...
*Condiciones previas	1	2022-04-26	2021-12-10	✓

## PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO

### Sitio web

- [Sitio web de Academia Ñam](#)
- [Sitio web de la bolsa de empleo Ñam Talentos](#)
- [Sitio web de Ñam](#)