

Eureka

Project partners search form

Program (select appropriate):

☒ EUREKA

☐ EUROSTARS

Cluster:

(if applicable):

Umbrella:

(if applicable):

Contact Person Details

Name: Lucrecia Salim

Position: Socia

Phone: +56990789262

Email: lucrecia@finfit.cl

Organization Details:

Name: EFDN SPA

Country: CHILE

Website: <https://blackfin.cl/>
<https://www.elfiambredelnegro.cl/>
<https://trescrios.cl/>

Type of Organization: ☒ SME ☐ Large Company ☐ University
☐ Research Inst. ☐ Administration ☐ Other (specify):

Number of Employees: ☐ < 10 ☒ 11-50 ☐ 51-100
☐ 101-250 ☐ > 250

Describe the activities, products, services, and expertise of your organization:

EFDN SpA es una empresa con una propuesta de valor pionera clara y poderosa: ofrecer embutidos y productos cárnicos naturales, libres de aditivos artificiales, y comercializados a través de canales masivos en las principales cadenas de retail en Chile bajo la marca El Fambre del Negro. El enfoque en la calidad y la salud de los productos, así como el énfasis en la seguridad alimentaria y la preocupación por la salud de los consumidores, son aspectos que resuenan fuertemente en un mercado donde la conciencia sobre la alimentación saludable está en aumento.

EFDN SpA es parte del Grupo Blackfin, una Sociedad de Inversiones familiar que ha sido creada con una visión integral y estratégica al combinar varias pequeñas empresas que se complementan entre sí, generando sinergias que optimizan costos y crean un valor diferenciado en el mercado. A continuación, se presenta un breve perfil de las empresas que conforman el grupo:

1. **Finfit SpA - Servicios de Asesoría Financiera y Administración:** Esta empresa ofrece servicios de asesoría financiera, gestión administrativa y control de gestión a empresas de diversos sectores. Su enfoque es ayudar a las organizaciones a optimizar sus recursos financieros, mejorar su rendimiento y tomar decisiones estratégicas fundamentadas en datos.
2. **Kaltech SpA - Logística de Frío:** Kaltech SpA se especializa en servicios de logística de frío, garantizando la conservación y distribución adecuada de productos perecederos. Su infraestructura y tecnología avanzada permiten mantener la cadena de frío intacta, asegurando la calidad y frescura de los productos durante todo el proceso de distribución.

La integración de estas empresas dentro del Grupo Blackfin ofrece una ventaja competitiva significativa al abordar tanto las necesidades financieras y administrativas como las logísticas de sus clientes. Al trabajar en conjunto, el grupo puede ofrecer soluciones integrales que van desde la planificación financiera hasta la entrega y distribución efectiva de productos perecederos.

Además, la colaboración entre las diferentes empresas del grupo puede generar sinergias adicionales, como la optimización de procesos, la mejora de la eficiencia operativa y la identificación de nuevas oportunidades de negocio.

En resumen, Grupo Blackfin se destaca por su capacidad para ofrecer soluciones completas y personalizadas a sus clientes, aprovechando la experiencia y los recursos de cada una de sus empresas para crear un valor agregado significativo en el mercado.

1. **Transparencia y trazabilidad:** En los procesos de producción y la trazabilidad de los ingredientes. Los consumidores valoran saber de dónde provienen los alimentos que consumen y cómo se producen.
2. **Comunicación y educación al consumidor:** Informando a los consumidores sobre los beneficios de una alimentación más

natural y saludable, así como sobre los riesgos asociados con los aditivos artificiales y conservantes. La educación del consumidor ha construido confianza y fidelidad a la marca.

3. **Innovación continua:** Siempre buscando nuevas formas de mejorar y ampliar nuestras líneas de productos naturales. Desde el desarrollo de nuevas variedades, la exploración de tendencias en alimentación saludable, y la introducción de opciones para diferentes segmentos de consumidores.
4. **Compromiso con la sostenibilidad:** Consideramos el impacto ambiental de la cadena de suministro y buscamos maneras de reducirlo adoptando prácticas de producción más sostenibles, el uso de envases ecoamigables, y la participación en iniciativas de responsabilidad social corporativa.
5. **Feedback y escucha activa:** Estamos abiertos al feedback de los consumidores y utilizamos sus opiniones para mejorar continuamente los productos y servicios. La escucha activa nos permite identificar áreas de oportunidad y a adaptarnos a las necesidades cambiantes del mercado.

En resumen, estamos enfocados en satisfacer las necesidades de los consumidores conscientes de la salud, con gran portencia de seguir creciendo y consolidándonos como líder en el mercado de embutidos y productos cárnicos naturales en Chile.

Project Details

Project Title

Keywords

Describe your Project:

Somos la única empresa en Chile que produce embutidos naturales sin colorantes, estabilizantes, soya, ni conservantes artificiales, que comercializa sus productos a través del canal masivo en las principales cadenas de Retail del país (Walmart, Cencosud, Tottus, etc.), nuestra propuesta de valor es producir “lo que nos gustaría que nuestros hijos coman” por lo que nos interesa de sobremanera, mejorar nuestro sistema de envasado, el cual hoy se hace en bolsas de vacío de un solo uso, y llevarlo a un sistema sustentable que disminuya la cantidad de residuos plásticos, y sumarnos así nuevos objetivos de desarrollo sostenible.

El requisito es que los productos deben envasarse de alguna forma que no tengan contacto con el aire, para evitar la oxidación y no acortar la vida útil de este en la góndola del supermercado.

Queremos ser pioneros en la industria para afrontar la Ley 21.368, que regula la entrega de plásticos de un solo uso y tiene por objeto proteger el medio ambiente y disminuir la generación de residuos, mediante la limitación en la entrega de productos de un solo uso en establecimientos de expendio de alimentos, el fomento a la reutilización y la certificación de los plásticos de un solo uso.

Una economía circular de los plásticos busca reducir y progresivamente eliminar todos los artículos confeccionados de plásticos problemáticos e innecesarios del sistema económico, mejorar la calidad de estos evitando que los plásticos en circulación sean nocivos y lleguen al medio ambiente o a las personas afectando su salud. Así también, busca fomentar la valorización de la mayor cantidad posible de los residuos de plástico que se generen.

Describe the innovative part of your project:

1. **Novedad Tecnológica:** El proyecto implica la introducción de nuevas tecnologías en el diseño y fabricación de envases. Esto puede incluir el uso de materiales innovadores, métodos de producción avanzados, o soluciones técnicas novedosas para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad del envasado.
2. **Innovación en Materiales Sostenibles:** La innovación en insumos sostenibles implica la búsqueda y desarrollo de

materiales alternativos que sean respetuosos con el medio ambiente y que reduzcan el impacto ambiental de los envases. Esto puede requerir investigaciones en biopolímeros, materiales reciclados, compostables, o de origen renovable.

3. **Resolución de Problemas Técnicos y Ambientales:** El proyecto aborda desafíos técnicos y ambientales relacionados con el envasado, como la reducción de residuos, la optimización de la cadena de suministro, la mejora de la eficiencia energética, y la minimización de la huella de carbono. Estos aspectos implican la aplicación de métodos científicos y técnicos para desarrollar soluciones innovadoras.
4. **Impacto Potencial en la Industria y la Sociedad:** El desarrollo de tecnologías de envasado sostenible puede tener un impacto significativo en la industria del envasado y en la sociedad en general, al contribuir a la reducción de residuos plásticos, la conservación de recursos naturales, y la promoción de prácticas empresariales responsables.

En resumen, el proyecto de desarrollo de líneas de envasado con nuevas tecnologías e innovación en insumos sostenibles cumple con los criterios de I+D al implicar la búsqueda y aplicación de conocimientos científicos y técnicos para resolver problemas, desarrollar nuevas soluciones y crear valor tanto para la empresa como para la sociedad en su conjunto.

Como empresa pequeña fomentamos la cultura centrada en la innovación, la creatividad, la experimentación. Al ser más ágiles y flexibles en comparación con las grandes empresas tenemos estructuras organizativas menos burocráticas, que nos permite tomar decisiones más rápidas y adaptarnos más fácilmente a los cambios del mercado y las tendencias tecnológicas. Es por eso que queremos ser referentes, pioneros y anticiparnos en mejorar nuestro sistema de envasado y packaging el cual hoy se hace en bolsas de vacío de un solo uso, y llevarlo a un sistema sustentable que disminuya la cantidad de residuos plásticos, cumpliendo con los objetivos de desarrollo sostenible, y el Pacto Chileno por los Plásticos, Circula el Plástico que es un acuerdo, firmado en 2019, con participación del sector público, privado y civil, co-liderado por Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente, que solo es posible vía colaboraciones estratégicas, estableciendo alianzas estratégicas con otras empresas, instituciones académicas o centros de investigación para acceder a recursos y conocimientos especializados que nos permitan innovar de manera más efectiva.

1. Tomar acción para eliminar envases y productos plásticos problemáticos e innecesarios usando rediseño, innovación o modelos de entrega alternativos.
2. 100% de envases y embalajes plásticos es diseñado para ser reutilizable, reciclable o compostable.
3. Un tercio de los envases y embalajes plásticos domiciliarios y no domiciliarios debe ser efectivamente reusado, reciclado o compostado.
4. Los envases y embalajes plásticos deben tener -entre sus distintos formatos- en promedio, un 25% de material reciclado.

Describe the market expectations of your project:

El mercado de los embutidos ha tenido un importante auge en Chile. Según la Asociación Nacional de Industriales de Cecinas (ANIC), con datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en el país se produjeron más de 288 mil toneladas de cecinas el año 2017, lo que revela un crecimiento de 4,6% en cinco años en comparación con las 275 mil toneladas fabricadas en 2013. A su vez, el rubro ha crecido 23% en un período de diez años respecto de las 234 mil toneladas elaboradas en 2007.

En Chile, los tres fabricantes de cecinas más relevantes son Cial Alimentos, holding presidido por el empresario Alberto Kassis, que comercializa sus productos con las marcas La Preferida, San Jorge y Winter. Tras esta compañía aparece PF Alimentos, que vende sus productos bajo la marca PF. También destaca Agrosuper, del empresario Gonzalo Vial, que comercializa sus cecinas bajo la marca La Crianza. Además, hay empresas como la sureña Llanquihue, ligada a la familia Mödinger, y otras empresas menores, fundamentalmente establecidas en el sur del país.

Juan Carlos Domínguez, presidente ejecutivo de Chile Pork, entidad que promueve la exportación de cerdos, manifestó que "del total de carne de cerdo producida en Chile, un 40% se destina al mercado nacional. Esto ha originado que la industria de cecinas aumente su abastecimiento desde el exterior".

Entre las categorías o tipos de cecinas más fabricados en la industria local al 2018 sobresalen, por lejos, las salchichas o vienas, con 92 mil toneladas, lo que representa cerca de 33% del total de productos fabricados en Chile. Las longanizas, chorizos o choricillos también representan 12% de la producción de cecinas en el país. Este tipo de embutido obtuvo un volumen de producción de más de 34 mil toneladas en 2018.

Estos datos muestran que el mix de embutidos en Chile ha variado a través de los años. Por ejemplo, hace 10 años la mortadela concentraba el 18% de la producción total de cecinas y las longanizas y chorizos llegaban al 9%. Ambas categorías se han equiparado, lo que demuestra un cambio en el consumo de las personas.

Mayor valor agregado

El subgerente del negocio de procesados de Agrosuper, Álvaro Sepúlveda, sostuvo que "los consumidores están optando por productos con un mayor valor agregado y que combinen lo sabroso y saludable con la calidad". En ese sentido, destacó a productos como la pechuga, el jamón de pavo, los salames y el pepperoni. Domínguez, en tanto, añadió que hay productos que se desarrollaron en un comienzo para la exportación y hoy son consumidos en Chile. Un ejemplo de esto son las longanizas de campo, que son altamente consumidas en Japón y hoy también en Chile.

Consultado Sepúlveda sobre si el consumo de cecinas se contraponen con las nuevas tendencias acerca de llevar una vida sana, el ejecutivo señaló que "el gusto y preferencia de los consumidores cambia permanentemente, lo que durante los últimos años se ha enfocado en una vida saludable y alimentación equilibrada. Es por este motivo que hemos trabajado en potenciar nuestro mix de productos de cecinas de Sopraval, los que no cuentan con sello 'alto en'".

En cuanto al consumo per cápita, los chilenos comen aproximadamente unos 16 kilos al año de cecinas. Particularmente, en el caso de las salchichas, y, sobre todo, en longanizas y chorizos, su producción se dispara en el segundo semestre debido a la incidencia de Fiestas Patrias. Sin ir más lejos, mientras la elaboración de otras categorías de cecinas se muestra prácticamente sin variaciones, la fabricación de salchichas aumenta dos mil toneladas en la

segunda mitad del año. Algo más pronunciado ocurre con la producción de longanizas y chorizos, que sube cerca de cuatro mil toneladas en el segundo semestre.

33% **representa la producción de** salchichas del total de elaboración de cecinas en Chile. Este producto encabeza la fabricación de embutidos en el país.

189 mil **fueron las toneladas de cecinas** que se elaboraron durante 2003. Desde ese entonces, la producción ha tenido un alza relevante hasta llegar a las 288 mil toneladas y, además, se han diversificado los productos.

De acuerdo a los datos reportados por la misma Asociación Nacional de Industriales de Cecinas ANIC, la producción de cecinas por tipo durante el año 2021, se resumen en el siguiente cuadro:



ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE CECINAS

Augusto Leguía Sur N°79
 Oficina 1601 – Las Condes, Santiago.
 Teléfono: (56-2) 2232 1968
 Correo electrónico: anic@anic.cl

Resumen Producción de Cecinas por Tipo

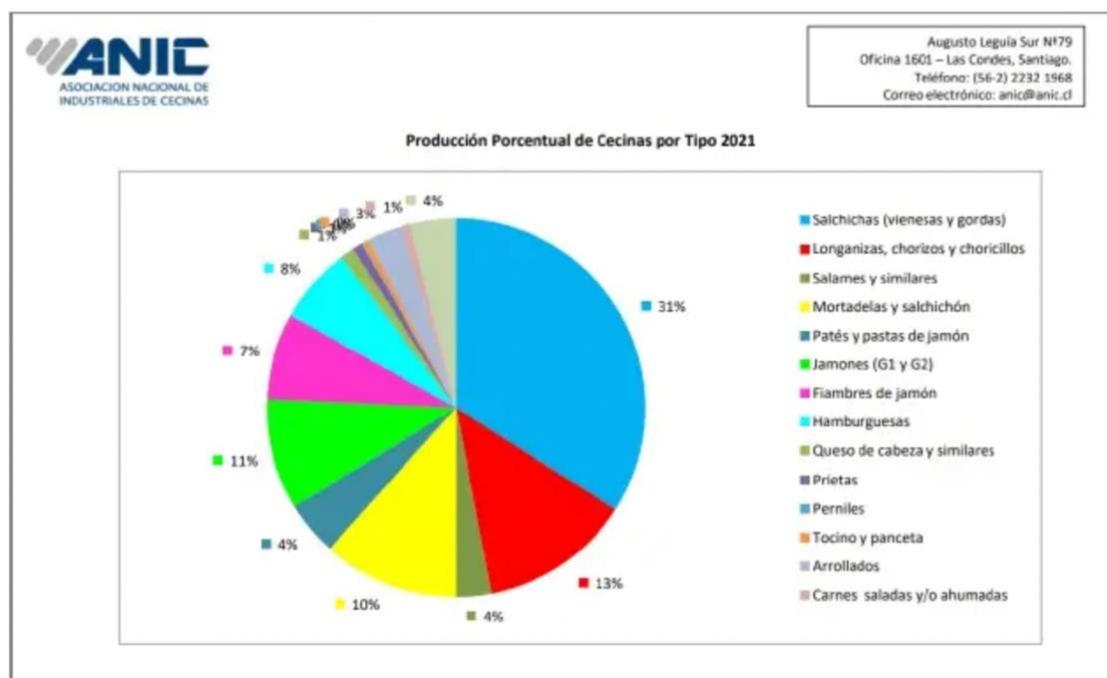
1° y 2° Semestre Año 2021

(Kilogramos)

AÑO 2021	Total Cecinas	N° Establecimientos informantes	Salchichas (vienesas y gordas)	Longanizas, chorizos y choricillos	Solames y similares	Mortadelas y salchichón	Patés y pastas de jamón	Jamones (G1 y G2)	Fiambres de jamón
1° Semestre	151.258.274	89	47.453.848	18.183.034	5.133.719	16.826.566	6.410.409	16.524.595	11.391.437
2° Semestre	159.743.014	89	49.249.691	22.093.637	5.746.918	15.378.569	5.881.906	18.281.245	11.570.474
TOTAL AÑO	311.001.288		96.703.539	40.276.671	10.880.637	32.205.135	12.292.315	34.805.840	22.961.911

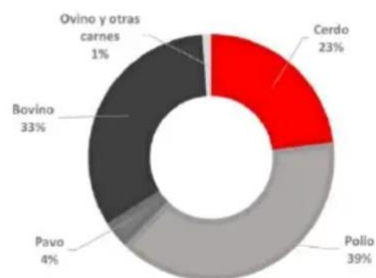
AÑO 2021	Total Cecinas	N° Establecimientos informantes	Hamburguesas	Queso de cabeza y similares	Prietas	Perniles	Tocino y panceta	Arrollados	Carnes saladas y/o ahumadas	Pechuga de ave
1° Semestre	151.258.274	89	12.077.405	1.899.497	1.184.133	192.722	948.460	5.060.861	1.264.235	6.707.353
2° Semestre	159.743.014	89	12.847.098	1.904.419	1.304.688	232.344	1.331.298	5.064.752	1.612.947	7.243.028
TOTAL AÑO	311.001.288		24.924.503	3.803.916	2.488.821	425.066	2.279.758	10.125.613	2.877.182	13.950.381

Gráfico N°1: Producción Porcentual de Cecinas por Tipo 2021



Otra información importante entregada por ASPROCER (Asociación Gremial de los Productores de Cerdo de Chile), señala que “El consumo de carne de cerdo durante el 2021 alcanzó las 367 mil toneladas vara, 37% más que el año anterior. Lo anterior, equivale a un 23% del consumo total de carnes, con una

cifra per cápita de 18,7 kg por persona al año, situándose en el tercer lugar



entre las carnes preferidas por la familia chilena.

Possible Partner Profile:

Type of Partner Needed (multiple choices are allowed)

☐ SME	☒ Larger Company
☐ University	☒ Research Institution
☐ Administration	☒ Other (specify): Suppliers

Describe the expertise of possible partner(s) required for your project:
Requerimos una empresa líder en el Desarrollo de maquinarias e insumos de empaques sostenibles.

Describe the role of possible partner(s) in your project:

Dado que contamos con la empresa de elaboración de productos cárnicos pero también con una empresa importadora y comercializadora con 10 años de operaciones desde Chile con Argentina, México, Panamá, Ecuador y China, nuestro interés está no sólo en lograr una asociación estratégica con el proveedor para ser los primeros en el mercado chileno de los embutidos con este tipo de línea de envasado y envases sino también en la comercialización para todo el mercado Americano incluyendo Norte, Centro y Sudamérica para abastecer a las demás empresas de la industria que requieran moverse a esta nueva tecnología en línea de envasado e insumos sustentables que reemplacen el plástico.