



OFICINA DE PARTES 1 FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	19 JUN 2015
Hora	12:35
Nº Ingreso	21897

Informe de Seguimiento técnico N° 05 *Final*

Bocali

PYT-2013-0330

Período comprendido desde el 01 de febrero 2015 hasta el 31 de mayo 2015

Instrucciones:

- La información presentada en el informe técnico debe estar directamente vinculada a la información presentada en el informe financiero, y ser totalmente consistente con ella.
- El informe debe incluir en los Anexo los cuadros, gráficos, fotografías y diapositivas, publicaciones, material de difusión, material audiovisual y otros materiales que apoyen o complementen la información y análisis presentados en el texto central.
- Todas las secciones del informe deben ser contestadas.
- Evite repetir información en las distintas secciones
- Utilice caracteres tipo Arial, tamaño 11, y utilice los espacios asignados para ello.
- Los informes deben ser presentados en versión digital y en papel (dos copias), en la fecha indicada como plazo de entrega en el contrato firmado con el postulante y/o Entidad Responsable.
- FIA se preocupa por el medio ambiente, si le es posible, por favor imprima a doble cara.

Contenido

1.	Antecedentes.....	3
2.	Costos	3
3.	Resumen del Período	4
4.	Objetivos Específicos.....	5
5.	Resultados.....	6
6.	Actividades	10
7.	Hitos Críticos	16
8.	Cambios en el entorno.....	17
9.	Difusión.....	18
10.	Auto Evaluación.....	19
11.	Conclusión.....	20
12.	Anexos.....	

1. Antecedentes

1.1. Antecedentes Generales:

Nombre Ejecutor:	Bocali SPA
Nombre(s) Asociado(s):	N/A
Coordinador del Proyecto:	Xaviera Encina
Regiones de ejecución:	Metropolitana
Fecha de inicio iniciativa:	01/12/2013
Fecha término Iniciativa:	31/05/2015
Tipo Convenio FIA:	
Objetivo General:	Generar y comercializar un alimento saludable, listo para consumir, a partir de quínoa, con diferentes verduras.

2. Costos

2.1. Costo general:

Costo total de la Iniciativa			
Aporte FIA			
Aporte Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	Total Contraparte		

2.2. Ejecución presupuestaria a la fecha:

Acumulados a la Fecha		Monto (\$)
Aportes FIA	Suma cuotas programadas	
	Suma cuotas pagadas	
	Suma gasto programado	
	Suma gasto real	
Aportes Contraparte	Gasto programado	
	Gasto real	
	Gasto pecuniario programado	
	Gasto pecuniario real	

3.1. Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos en el período. Entregar valores cuantitativos y cualitativos. Explicar cuáles son las posibilidades de alcanzar el objetivo general y de desarrollar el negocio propuesto. Cada resumen debe contener información nueva, sin repetir lo mencionado en el resumen de informes anteriores. (Máx. 300 palabras)

El trabajo con ellos no sólo se centró en la preparación de los contratos de trabajo, sino además, en la visión a futuro de Bocali, tomando la determinación de comenzar a trabajar en el lanzamiento de 3 formatos nuevos:

- Bocali en pouch familiar (500 grs)
- Bocali en sachet individual (100 grs)
- Bocali en formato HORECA (1,5 kg)

Además se planificó incluir al menos 4 sabores nuevos de aquí a fin de año. Por último se decidió modificar el formato actual por uno ligeramente más grande, por lo que el plato actual pasa de 150 gramos a 230 gramos, pudiendo aumentar el valor final de mercado desde \$2.490 a \$3.290 pesos por envase.

Las ventas totales del proyecto alcanzaron los aproximadamente.

Las ventas se resumen de la siguiente manera:

- Ferias: Se participó en más de 12 ferias en durante todo el proyecto, superando los en ventas en dichas actividades.
- Ventas a través web de Bocali: Tomando en cuenta que las ventas por nuestra página web comenzaron en Noviembre, a la fecha hemos podido vender
- Tiendas pequeñas: Se han abierto un total de 57 tiendas pequeñas. Las ventas acumuladas a través de este canal son cercanas a los
- Otras ventas: Se han empezado a trabajar otras líneas de ventas como lo son la venta de sacos de quinoa u otros productos en base a quinoa, como pipocas u hojuelas. Además se han realizado promociones con Groupon y otras páginas de descuento. En total todas estas ventas bordean los

4. Objetivos Específicos (OE)

4.1. Porcentaje de Avance:

Nº OE	Descripción OE	% de avance
1	Constitución de la sociedad e iniciación de actividades.	100 %
2	Validación del proceso tecnológico e insumos (materiales) claves.	100 %
3	Comprobar el cumplimiento de las condiciones legales previa salida al mercado.	100 %
4	Testeo de producto en el mercado (precios, clientes, canales)	75 %
5	Conseguir equilibrio económico en el proyecto	0 %

4.2. Descripción de estado de avance del período (Máx. 70 palabras por objetivo)

Nº OE	Descripción del Avance del Período
1	
2	
3	
4	Parte del trabajo realizado durante todo el proyecto fue incrementar nuestro número de puntos de venta, alcanzando en la actualidad 58 puntos de venta, de ellos 9 son tiendas virtuales.
5	Se ha vendido, pero no lo suficiente para alcanzar un EBITDA > 0 mensualmente.

5. Resultados Esperados (RE)

5.1. Cuantificación del avance: (Cuantifique el avance para todos los resultados esperados)

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)			Valor Actual	
			Indicador (cuantificable)	Línea base (situación sin proyecto)	Meta proyecto	Resultado	% Avance
1	1	Constitución sociedad (iniciación actividades)	Nº de sociedades constituidas	0	1	1	100 %
	2	Instalación oficina	Nº de oficinas arrendadas	0	1	1	100 %
	3	Desarrollo pagina web con sistema de pago web pay	Nº de páginas web desarrolladas	0	1	1	100 %
2	4	Testear la capacidad de resistencia del material	Tº máxima 140° Presión soportada -2,5 BAR	No se han comprobado ni testeado estas condiciones	Que el testeo del material resista estas condiciones	Se realizaron los testeos y los materiales cumplen con lo requerido.	100 %
	5	Determinar la duración final del producto	Nº meses – años de duración	24 meses (Ref: Alusa)	Comprobar una duración de 12 meses	Los productos de prueba han pasado la barrera de los 12 meses sin presentar problemas	100 %

	6	Obtener la tabla nutricional de los alimentos y descriptores saludables	N° de tablas nutricionales	Tres tablas desarrolladas por Nutricionista	Una tabla nutricional para cada producto	3 tablas nutricionales listas	100 %
	7	Comprobar la capacidad productiva de la máquina (auto clave)	% de productos terminados con estándares de calidad aceptables *producto cocido, envase herméticamente cerrado y sellado.	95 %	Mantener el 95% de la maquila	El autoclave trabaja con una tasa menor de fallos a lo esperado, teniendo solamente un 3% de merma.	100 %
3	8	Encontrar un tercero que cumpla con la resolución sanitaria	Cumple/no cumple	Desconocido	Cumple	Se encontró proveedor que cumpliera con la resolución sanitaria	100 %
4	9	Determinar precios óptimos en los diferentes canales	Precio a testear	- Precio On Line - Precio Tienda gourmet	- Precio optimo canal On Line - Precio optimo Tienda gourmet	El ajuste a los nuevos formatos a atrasado el ingreso a los retails, ya que se debieron	80 %

				- Precio Tienda de conveniencia - Precio Supermercado	- Precio optimo Tienda de conveniencia - Precio optimo Supermercado	realizar pruebas de calibración de las maquinas, pero dentro de Julio ya tenemos agendadas las reuniones con los principales Retails.	
10	Determinar perfil de clientes para cada canal	N° de perfiles de clientes definido	Nicho definido por Bocali	Determinar un perfil específico para cada canal	Ya se ha definido el perfil de nuestros clientes	100 %	
11	Ingresar a diferentes canales de venta	N° de canales de venta Ingresados	Cero	Ingresar a: - Canal On Line - Canal Tienda gourmet - Canal Tienda de	Ya se comenzar on los trámites y reuniones para poder ingresar con nuestros productos a SMU, Jumbo y	80 %	

					conveniencia	Tottus	
					- Canal Supermercado		
5	12	Alcanzar un EBITDA mensual positivo dentro del proyecto	(Ingresos – Costos – Gastos) = EBITDA	EBITDA = 0	EBITDA > 0	Se han tenido ventas, pero no las suficientes para alcanzar un EBITDA>0	0 %

5.2. Descripción del avance del período (describa sólo aquellos que han tenido actividad durante el período)

Nº RE	Descripción Avance	Problemas y Desviaciones	Repercusiones	Acciones Correctivas
9	No se ha podido definir el precio final, pero se está trabajando con los supermercados todos los márgenes para determinarlo.	Las negociaciones de condiciones son un tema largo y complejo	Retraso en la definición del precio final	Trabajo con los compradores de los supermercados para alcanzar un acuerdo.
11	El ingreso a las distintas cadenas se ha atrasado debido a los extensos procesos de ingreso a estas.	Los procesos tan largos que tienen las cadenas retrasa la fecha de ingreso	Las ventas esperadas a estos canales se han visto retrasadas	Trabajar lo más rápido con todo tipo de solicitud hecha por los

				supermercados.

6. Actividades

6.1. Cuantificación del avance. Cuantifique el avance para todos los resultados esperados:

Nº OE	Nº RE	Actividades	Programado		Real		% Avance
			Inicio	Término	Inicio	Término	
1	1	- Constitución legal de la sociedad	Nov 2013	Nov 2013	Nov 2013	Dic 2013	100 %
	1	- Iniciación de actividades en el SII	Nov 2013	Nov 2013	Nov 2013	Ene 2014	100 %
	1	- Apertura de cuenta Bancaria	Nov 2013	Nov 2013	Dic 2013	Dic 2013	100 %
	1	- Definición de contrato de empleo	Nov 2013	Nov 2013	Dic 2013	Ene 2014	100 %
	2	- Arriendo de oficina	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	100 %
	2	- Compra de muebles y equipos para la oficina	Nov 2013	Dic 2013	Dic 2013	Feb 2014	100 %
	2	- Tramitar patente municipal	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	100 %
	2	- Conseguir dirección comercial	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	100 %

	2	- Contratación de servicios de contabilidad de un contador	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	Ene 2014	100 %
	3	- Cotizar empresa que diseñará y producirá la página web de Bocali.	Nov 2013	Ene 2014	Nov 2013	Nov 2013	100 %
	3	- Desarrollo en conjunto del diseño de la página	Nov 2013	Ene 2014	Nov 2013	Mayo 2014	100 %
	3	- Tramitar el uso de Webpay en la página	Dic 2013	Ene 2014	Ene 2014	Mayo 2014	100 %
	3	- Coordinar sistema de compra con inventario, para optimizar producción	Dic 2013	Feb 2014	Pendiente	Pendiente	0 %
	3	- Desarrollo de Blog de Bocali, para generar y entregar contenido a nuestros usuarios y seguidores	Nov 2013	May 2015	Dic 2013	May 2015	100 %
	3	- Realizar estudio para optimización de los recursos destinados a google ads y facebookads	Dic 2013	Abr 2015	Oct 2014	May 2015	100 %
2	4	- Comprobar la resistencia del material	Nov 2013	Dic 2013	Dic 2013	Sept 2014	100 %
	4	- Testear la capacidad del que el material sea microondeable	Nov 2013	Dic 2013	Dic 2013	Mar 2014	100 %

	5	- Definición de duración máxima del producto	Nov 2013	Nov 2013	Ene 2014	Ene 2014	100 %
	5	- Testear mes a mes un producto de la partida inicial	Ene 2014	May 2015	Jul 2014	May 2015	100 %
	5	- Anotar y fotografiar lo analizado para posterior informe	Ene 2014	May 2015	Jul 2014	May 2015	100 %
	6	- Transcripción del análisis en tablas nutricionales.	Dic 2013	Ene 2014	Ene 2014	Jul 2014	100 %
	6	- Desarrollo de descriptores para el producto.	Dic 2013	Ene 2014	Ene 2014	Jul 2014	100 %
	7	- Medir mes a mes la tasa de falla en el proceso	Dic 2013	May 2015	Jul 2014	May 2015	100 %
3	8	- Averiguar los diferentes requerimientos en las instituciones (SEREMI, MINSAL) que certifican.	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	100 %
	8	- Evaluar y elegir la planta productora de alimentos que cumpla con lo que requiere nuestro producto.	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	Dic 2013	100 %
	8	- Verificar en cada ciclo productivo la rotulación, fecha de elaboración, fecha de vencimiento y lote de producción.	Dic 2013	May 2015	Jul 2014	May 2015	100%
4	9	- Encuestar a los clientes sobre el precio final para obtener un feedback	Dic 2013	Dic 2013	May 2014	May 2015	100 %

	10	- Analizar los datos personales en la página web	Ene 2014	May 2014	May 2014	May 2015	100 %
	11	- Gestionar distribución y entrega del producto	Dic 2013	May 2015	May 2014	May 2015	100 %
5	12	- Evento de lanzamiento de producto	Junio 2014	Junio 2014	Febrero 2015	Febrero 2015	0 %
	12	- Participación en Ferias y eventos relacionados a nuestro público objetivo	Octubre 2014	Noviembre 2014	Septiembre 2014	Enero 2015	100 %
	12	- Promociones en punto de venta y página web	Septiembre 2014	Septiembre 2014	Septiembre 2014	Septiembre 2014	100 %
	12	- Planificación y ejecución de planes comunicacionales a consumidores finales.	Febrero 2014	Mayo 2015	Agosto 2014	Mayo 2015	100%

6.2. Descripción del avance del período (describa sólo aquellos que han tenido actividad durante el período)

Actividad	Descripción Avance	Problemas y Desviaciones	Repercusiones	Acciones Correctivas
Desarrollo de Blog de Bocali, para generar y entregar contenido a nuestros usuarios y seguidores	Se terminó de desarrollar el blog y hoy nos encontramos entregando información y recetas a nuestros a través de ese medio			
Realizar estudio para optimización de los recursos destinados a google ads y facebookads	Se trabajó junto a la agencia Canal Cero en el estudio de cuáles eran las mejores publicaciones, imágenes y textos que nos ayudarían a hacer más efectiva nuestra comunicación.			
Testear mes a mes un producto de la partida inicial	Se terminó de testear los productos, y estos sin problemas llegaron al año de mantención.			
Medir mes a mes la tasa de falla en el proceso	Desde la última calibración de la maquina que esta no presentó problemas serios en la producción y la merma se mantuvo cercana al 3%			
Verificar en cada ciclo productivo la rotulación, fecha de elaboración, fecha de vencimiento y lote de producción.	Todos estos controles se llevaron a cabo y no se encontró problema alguno, como los antes mencionados.			

Encuestar a los clientes sobre el precio final para obtener un feedback	No se hizo una encuesta como tal, pero el hecho de haber vendido más de 16.000 unidades nos da la tranquilidad de que el precio es el correcto.			
Analizar los datos personales en la página web	Se analizó los datos tanto en edad como sexo de nuestros compradores, estos nos ayudó a definir 3 perfiles de compradores, mujeres jóvenes (24-35 años), mujeres madres de familia (35-49 años) y hombres jóvenes (25.39 años). Gracias a esto se ha podido enfocar de mejor manera las campañas, obteniendo mejores resultados de estas.			
Planificación y ejecución de planes comunicacionales a consumidores finales.	Hoy ya tenemos un plan de comunicación terminado, el cual cuenta con actividades de acercamiento al cliente (ferias y degustaciones), marketing digital (facebook y google) y otras interacciones en redes sociales (facebook, Instagram, Twitter y Pinterest)			

7. Hitos Críticos

7.1. Indique el grado de cumplimiento de los hitos críticos fijados:

Nº RE	Hitos críticos	Fecha Programado	% Avance a la fecha	Fecha Real Cumplimiento
Firma de la escritura	.1 constitución sociedad (iniciación actividades)	Noviembre 2013	100 %	Nov 2013
Firmar contrato con transbank	.3 desarrollo pagina web con sistema de pago web pay	Enero 2014	100 %	May 2014
Testear la capacidad de resistencia del material	.4 testear la capacidad de resistencia del material	Diciembre 2013	100 %	Ago 2014
Encontrar un tercero que cumpla con la resolución sanitaria	.8 encontrar un tercero que cumpla con la resolución sanitaria	Diciembre 2013	100 %	Dic 2013
Firmar contratos con los diferentes canales de venta.	.11 ingresar a diferentes canales de venta	- Canal On Line Enero 2014 - Canal Tienda de conveniencia Febrero 2014 - Canal Tienda gourmet Mayo 2014 - Canal Supermercado Mayo 2014	80 %	- Canal On Line Mar 2014 - Canal Tienda de conveniencia Julio 2014 - Canal Tienda gourmet Mayo 2014 - Canal Supermercado Julio 2014

7.2. Describa el grado de cumplimiento y posibles desviaciones (máx. 200 palabras).

Una vez cerradas las negociaciones podremos entrar al retail. Con eso esperamos que nuestras ventas se tripliquen y podamos alcanzar el punto de equilibrio mensual de nuestra compañía.

Una vez hayamos ingresado al retail comenzaremos con las actividades para poder exportar Bocali al extranjero.

8. Cambios en el entorno

8.1. Tecnológico

Se debe analizar la situación de la investigación básica y aplicada, así como los procesos, innovaciones, patentes, royalties o publicaciones de los agentes que intervienen y ofrecen soluciones en el sector en particular, en terceros relacionados y en toda la cadena de valor (Máx. 170 palabras)

Actualmente estamos cambiando de fabricante, pudiendo así no sólo desarrollar de mejor manera nuestros productos, sino además aumentar la gama de formatos y sabores, haciendo de Bocali una empresa mucho más completa.

8.2. Mercado

Refiérase a los ámbitos de: oferta y demanda; competidores; nuevas alianzas comerciales; productos diferenciados, sustitutos o alternativos; mercados emergentes; productividad de los recursos humanos; precios de mercado, liderazgo del costo de producción; tipo de cambio, tasa de interés, disponibilidad de materias primarias, barreras de entrada al mercado, tratados de libre comercio, subvenciones o apoyo estatal.

Actualmente nuestros productos se encuentran en la Feria Expo Milán, donde han tenido gran recibimiento, esperamos que de ahí surjan nuevas oportunidades de negocios.

Además hemos tenido el acercamiento de gente que desea importar nuestro producto a sus países desde Costa Rica, Bolivia, Estados Unidos y Uruguay.

8.3. Otros

Describa cambios en leyes, regulaciones, impuestos, barreras normativas o legales, normas no escritas, normas medio ambientales, responsabilidad social empresarial “dumping” (laboral o ambiental), entre otros.

N/A

9. Difusión

9.1. Describa las actividades de difusión programadas para el próximo período.

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Perfil de los participantes	Medio de Invitación

9.2. Describa las actividades de difusión realizadas durante el período:

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes*	Documentación Generada*
Abril	Estación Mapocho	Feria	20.000	
Mayo	Estación Mapocho	Feria	5.000	
Junio	Italia	Feria ExpoMilán	10.000 diarios	

*Debe adjuntar en anexos material de difusión generado y listas de participantes

10. Auto Evaluación

10.1. ¿Considera que su proyecto logrará insertar en el mercado el bien o servicio o mejorar la competitividad? Explique (máx. 80 palabras)

Sin duda lograremos insertar el producto en el mercado nacional, los actores principales del retail, tal así como muchas tiendas gourmet y similares, además de variadas páginas web ya cuentan con nuestros productos y muestran un gran interés por qué lancemos nuevos formatos y sabores, para ir agrandando la variedad.

10.2. ¿Cómo evalúa los resultados obtenidos en función del objetivo general del proyecto? (máx. 80 palabras)

Salvó el objetivo de alcanzar un EBITDA > 0, todos los demás objetivos se cumplieron. Hoy Bocali es una empresa que ha logrado introducir al mercado la quinoa, no solo en el formato lista para consumir, sino además en productos similares como las pipocas, las hojuelas, etc.

10.3. ¿Cómo evalúa el grado de cumplimiento de las actividades programadas? (máx. 80 palabras)

No aplica.

10.4. ¿Cómo ha sido la participación de los asociados? (máx. 80 palabras)

No aplica.

11. Conclusión

11.1. Concluya y explique la situación actual de la iniciativa, considerando amenazas u oportunidades (máx. 230 palabras).

Actualmente la empresa lleva ventas acumuladas por más de \$21 millones de pesos, nos encontramos en 57 puntos de venta a lo largo del país. Estamos prontos a cerrar con los grandes actores del retail y tenemos interesados en el extranjero para poder llevar Bocali a sus países.

Creemos además que el haber sido seleccionados para la Expo Milán es un gran paso, ya que nos destaca como un producto de excelencia y con capacidad de exportación.

Actualmente nuestras amenazas es la aparición de competidores, quienes importan el producto desde Perú, pero tienen muchas limitaciones en la fabricación de nuevos sabores, así como de nuevos formatos. Además si lo vemos por el lado de oportunidad, esta competencia nos ayuda a abrir mercado y hacerlo más grande y entonces pelear por un "pedazo más grande de la torta".

12. Anexos

Realice una lista de documentos adjuntados como anexos.

ANEXO 1 –

Feria Exporunning Maratón de Santiago



Feria Chile a la Carta

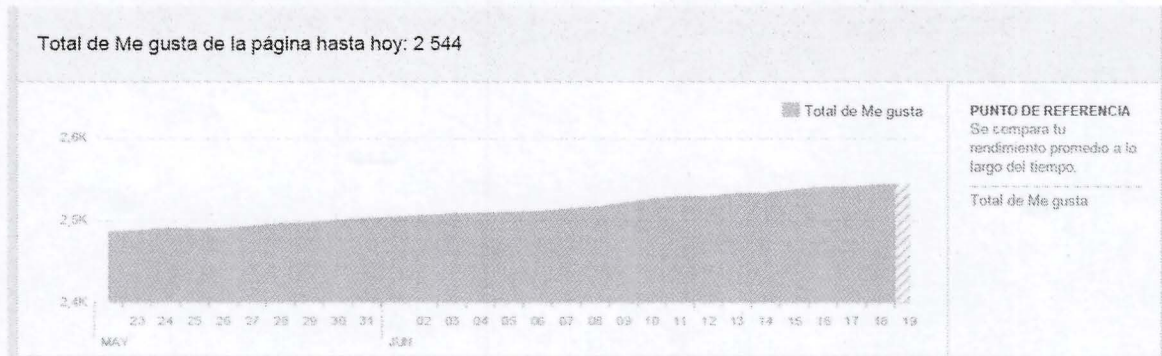


Feria Expo Milán

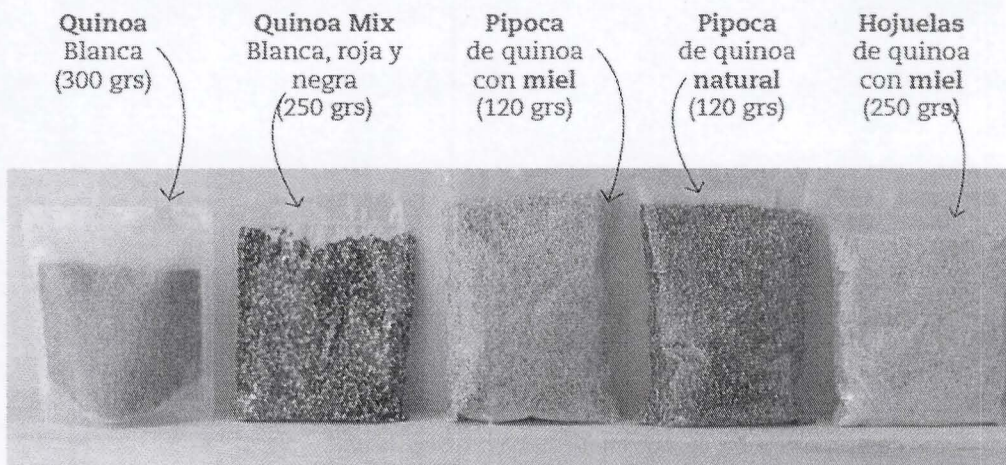
Los sabores
de
Chile en la
EXPO MILÁN



Estadísticas Facebook



Nuevos formatos de producto:



Ferias 2015:



Nuevos formatos e imagen de producto:

Bocali Tomate

Exquisita quinoa blanca, con tomate, aceituna y albahaca lista para consumir.



**BOCALI
TOMATE**

Bocali Mix

Exquisita base de quinoa roja, negra y blanca, lista para consumir. Combinala con los ingredientes que quieras.



**BOCALI
MIX**

Bocali Zanahoria

Exquisita quinoa blanca con zanahoria, lista para consumir.



**BOCALI
ZANAHORIA**

ATRIBUTOS

Bocali viene listo para consumir

Desarrollado en base a quinoa con diferentes verduras

Está libre de preservantes y colorantes

Es bajo en carbohidratos y alto en proteínas

Se puede consumir frío o caliente (el envase es microondeable)

Dura 1 año (sin necesidad de refrigeración)