

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA CONCURSO LA PAPA 2013

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	"Bocali tu tiempo saludable"
Ejecutor:	Bocali SpA
Código:	PYT-2013-0330
Fecha:	12 de diciembre de 2013



Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo	3
1. Resumen del proyecto	3
2. Antecedentes de los postulantes	6
3. Configuración técnica del proyecto	7
4. Organización	30
5. Modelo de negocio (responder sólo para bienes privados)	32
6. Modelo de transferencia y sostenibilidad (responder sólo para bienes públicos)	34
7. Indicadores de impacto	35
8. Costos totales consolidados	35
II. Detalle administrativo (Completado por FIA)	37
9. Anexos	39

I. Plan de trabajo

1. Resumen del proyecto

1.1. Nombre del proyecto

"Bocali tu tiempo saludable"

1.2. Subsector y rubro del proyecto y especie principal, si aplica.

Subsector	Alimentos procesados
Rubro	Alimentos
Especie (si aplica)	

1.3. Identificación del ejecutor (completar Anexo 2).

Nombre completo o razón social	Bocali SPA
Giro	Importación, exportación, comercialización, distribución y venta al detalle o por mayor, en el país o en el extranjero, de todo tipo de industria manufacturera no metálica, especialmente en cuanto a la producción, procesamiento y conservación de alimentos, su realización, comercialización, traslado, transferencia, mezcla y todo cualquier otro proceso productivo atingente, necesario y conducente para la realización de productos sanos e innovadores, incluyendo las actividades agrícolas necesarias para su producción.
Rut	
Nombre completo representante legal	Xavier Ignacia Encina Labra
Firma representante legal	

1.4. Identificación del o los asociados (completar Anexo 3 para cada asociado).

Asociado 1	
Nombre completo o razón social	Sin asociados
Giro	
Rut	
Nombre completo representante legal	
Firma representante legal	

1.5. Período de ejecución

Fecha inicio	01 Diciembre 2013
Fecha término	31 Mayo 2015
Duración (meses)	18 meses

1.6. Lugar en el que se llevará a cabo el proyecto

Región(es)	Metropolitana
Provincia(s)	Santiago
Comuna(s)	Las condes

1.7. La propuesta corresponde a un proyecto de innovación en (marcar con una X):

Producto ¹	X	Proceso ²	
-----------------------	---	----------------------	--

1.8. La propuesta corresponde a un proyecto de (marcar con una X):

Bien público ³		Bien privado ⁴	X
---------------------------	--	---------------------------	---

¹ Si la innovación se centra en obtener un bien o servicio con características nuevas o significativamente mejoradas, es una innovación en producto.

² Si la innovación se focaliza en mejoras significativas en las etapas de desarrollo y producción del bien o servicio, es una innovación de proceso.

³ Se entiende por bienes públicos, aquellos que mejoran o aceleran el desarrollo empresarial, no presentan rivalidad en su consumo, discriminación en su uso y tienen una baja apropiabilidad.

⁴ Se entiende por bienes y/o servicios privados, aquellos bienes que presentan rivalidad en su consumo, discriminación en su uso y tienen una alta apropiabilidad. Tienen un precio de mercado y quien no paga su precio, no puede consumirlos.

1.9. Resumen ejecutivo del proyecto: indicar el problema y/u oportunidad, la solución innovadora propuesta, los objetivos y los resultados esperados del proyecto de innovación.

El problema identificado es la mala alimentación debido al estilo de vida actual, lo que es un problema transversal que nos afecta a todos por igual. La falta de tiempo y la sobrecarga laboral son factores que hacen que hoy en día consumamos cualquier tipo de producto, a cualquier hora y en cualquier lugar. Este es el punto de partida de nuestro proyecto, en el que se identificó una oportunidad en la demanda por consumir alimentos saludables de rápida y fácil preparación.

En el mercado actual los productos rápidos y fáciles están lejos de cumplir con una propuesta saludable, por lo que el costo directo de consumir este tipo de productos (hipercalóricos, altos en sodio, ricos en azúcares, etc.) se traduce en enfermedades cardiovasculares, mala calidad de vida, bajo rendimiento y sobrepeso.

Es a partir de este problema que decidimos desarrollar un alimento rápido y de fácil preparación a base de quínoa con diferentes verduras que integrara el factor clave, la correcta nutrición del cuerpo.

Objetivos:

1. Constitución de la sociedad e iniciación de las actividades.
2. Validación proceso tecnológico e insumos (materiales) claves.
3. Comprobar el cumplimiento de las condiciones legales previa salida al mercado
4. Testeo de producto en el mercado (precios, clientes y canales)
5. Conseguir equilibrio económico del proyecto

Resultados esperados:

1

1.1 Constitución de la sociedad e iniciación de actividades

1.2 Instalación de la oficina

1.3 Desarrollo del sitio web

2.

2.1 Testear la capacidad de resistencia del material

2.2 Verificar la duración del contenido del producto

2.3 Analizar química y nutricionalmente el contenido del producto

2.4 Comprobar la capacidad productiva de la máquina (autoclave)

3

3.1 Encontrar un 3ro que cumpla con la resolución sanitaria

4

4.1 Determinar precios en los diferentes canales

4.2 Determinar clientes para cada canal

4.3 Ingreso a diferentes canales de venta

5

5.1 Alcanzar un EBITDA mensual positivo dentro del proyecto

2. Antecedentes de los postulantes

2.1. Reseña del ejecutor: indicar **brevemente** la historia del ejecutor, cuál es su actividad y cómo éste se relaciona con el proyecto. Describir sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir proyectos de innovación.

Bocali es una empresa que busca impulsar la calidad de vida a través de una correcta alimentación, tomando en cuenta los acelerados ritmos de vida actual.

Nuestra empresa ha desarrollado un producto alimenticio listo para consumir a base de quinoa con diferentes verduras que viene en un formato pequeño y transportable.

Nuestra intención es ofrecer al consumidor un producto de calidad, saludable, de rápida y fácil preparación.

Bocali se compone por un equipo multidisciplinario que en conjunto han logrado desarrollar, idear y decidir lo mejor para el proyecto

2.2. Indique si el ejecutor ha obtenido cofinanciamientos de FIA u otras agencias del Estado (marque con una X).

SI		NO	X
----	--	----	---

2.3. Si la respuesta anterior fue **SI**, entregar la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones (inicie con la más reciente).

Cofinanciamiento 1	
Nombre agencia	
Nombre proyecto	
Monto adjudicado (\$)	
Monto total (\$)	
Año adjudicación y código	
Fecha de término	
Principales Resultados	

2.4. Reseña del o los asociados: indicar **brevemente** la historia de cada uno de los asociados, sus respectivas actividades y cómo estos se relacionan con el ejecutor en el marco del proyecto. Complete un cuadro para cada asociado.

Nombre asociado 1	
N/A	

2.5. Reseña del coordinador del proyecto (completar Anexo 4).

2.5.1. Datos de contacto

Nombre completo	Xavier Ignacia Encina Labra
Fono	
e-mail	

2.5.2. Indicar brevemente la formación profesional del coordinador, experiencia laboral y competencias que justifican su rol de coordinador del proyecto.

Xavier es Diseñadora Industrial de la UDP.
Ha trabajado en diversos proyectos de emprendimiento social que vinculan al diseño como motor de cambio. Ha desempeñado trabajos freelance en diseño tanto gráfico como industrial en diferentes oficinas y consultoras.
Xavier viene desde inicios del 2012 trabajando en el desarrollo del proyecto Bocali por lo que conoce a cabalidad todo el proceso, los obstáculos que se presentaron y las etapas por las cuales pasó el proyecto. Conoce las debilidades, fortalezas y posibilidades reales del proyecto que la hacen capaz de poder coordinar Bocali en su esencia.

3. Configuración técnica del proyecto

3.1. Identificar y describir claramente el problema y/u oportunidad que da origen al proyecto de innovación, así como la relevancia del problema y/u oportunidad identificado.

3.1.1. Problema

El problema identificado es la mala alimentación, problema transversal que nos afecta a todos por igual a causa del acelerado ritmo de vida actual que ha modificado nuestros hábitos alimenticios.

Esto se traduce en que Chile sea el 6to país en el mundo con obesidad infanto-juvenil (Fuente: OCDE). Además el 25,1% de la población chilena es obesa, siendo un 19,2% representado por hombres y un 30,7% por mujeres (Fuente: Estudio Chile Saludable)

3.1.2. Oportunidad

La oportunidad que da origen a Bocali, es la propuesta de productos alimenticios rápidos, fáciles de preparar y saludables, factor clave en el proyecto que logrará diferenciarnos de la competencia que actualmente existe en el mercado. Bocali aborda una alimentación eficiente en su forma y nutritiva en su fondo.

3.2. Describir la solución innovadora que se pretende desarrollar en el proyecto para abordar el problema y/u oportunidad identificado.

Bocali es un producto alimenticio que se puede consumir tanto a la hora de almuerzo como a la hora de cena. Viene listo para consumir, y está compuesto con una base de quinoa (materia prima altamente nutritiva) con diferentes verduras ofreciendo al consumidor un alimento rico, saludable y eficiente.

El proceso tecnológico que utilizaremos para el desarrollo del producto es el retortado. Proceso mediante el cual se esterilizan los alimentos. Este proceso se logra a través de la utilización de calor húmedo en una autoclave que logra llevar al producto a temperaturas cercanas a los 140°C lo que se traduce en la creación, al interior del empaque, de una atmósfera libre de microorganismos dañinos para la salud, además de ser una atmósfera en la cual no podrán volver a crecer microbios.

3.3. Estado del arte: Indicar qué existe en Chile y en el extranjero relacionado con la solución innovadora propuesta, indicando las fuentes de información que lo respaldan

3.3.1. En Chile

En este ítem abordaremos las propuestas alimenticias rápidas, de fácil preparación, que estén listas en menos de 10 minutos, y que sean saludables.

Platos saludables instantáneos:

1. Sin Refrigeración

- Kalibrate (<http://www.kalibrate.cl/>)
- Kohinoor (<http://www.kohinoorfoods.in/>)
- Wasil (formato conserva y tetrapack) (<http://www.wasil.cl/>)

2. Refrigerados

- Platos preparados. Ej: Genial (www.freshsalad.cl/) Eats Perfect (<http://www.eatsperfect.cl/>)
- Platos al vacío. Ej: Lasaña, pollo con puré, carne con arroz, etc.
- Ensaladas listas para consumir en bowl. Ej: Fresh salad (se encuentran en los castaños, big John, ok market, etc)
- Sandwich preparados Ej: Daily fresh (<http://www.dailyfresh.cl/>)

3.3.2. En el extranjero

En el extranjero, las soluciones alimenticias innovadoras: rápidas, de fácil preparación, que estén listas en menos de 10 minutos, y que sean saludables son:

- Arroces españoles (http://www.brillante.es/productos/vasitos_brillante/basmati/)
- Liofoods (<http://www.liofoods.com.br/>)
- WiseFoods (<http://wisefoodstorage.com/>)
- Apline Aire Foods (www.katadyn.com)
- Daily Bread (www.dailybread.com)
- E Foods (www.efoodsdirect.com)

3.4. Indicar si existe alguna restricción legal (ambiental, sanitaria u otra) que pueda afectar el desarrollo y/o la implementación de la innovación y una propuesta de cómo abordarla.

3.4.1. Restricción legal

La restricción legal que puede afectar al desarrollo de nuestro proyecto se basa en restricciones sanitarias ya que estamos trabajando con alimentos.

Actualmente la planta procesadora de alimentos con la cual estamos trabajando tiene:

- Resolución sanitaria
- Patente municipal
- Resolución de los camiones que van a transportar nuestra mercadería

3.4.2. Propuesta de cómo abordar la restricción legal (de existir)

Abordaremos estas restricciones legales con la empresa que nos realice la maquila de nuestros productos.

3.5. Propiedad intelectual: indicar si existen derechos de propiedad intelectual (patentes, modelo de utilidad, diseño industrial, marca registrada, denominación de origen e indicación geográfica, derecho de autor, secreto industrial y registro de variedades) relacionados directamente con el presente proyecto, que se hayan obtenido en Chile o en el extranjero (marque con una X).

SI	X	NO	
----	---	----	--

3.5.1. Si la respuesta anterior es SI, indique cuáles.

Registro de Marca Comercial "Bocali" frente a INAPI

3.5.2. Declaración de interés: indicar si existe interés por resguardar la propiedad intelectual de la innovación que se desarrolle en el marco del proyecto (marcar con una X).

SI	X	NO	
----	---	----	--

3.5.3. En caso de existir interés especificar quién la protegerá. En caso de compartir el derecho de propiedad intelectual especificar los porcentajes de propiedad previstos.

Nombre institución	% de participación
Bocali SPA.	100%

3.5.4. Indicar si el ejecutor y/o los asociados cuentan con una política y reglamento de propiedad intelectual (marcar con una X).

SI	X	NO	
----	---	----	--

3.6. Mercado directamente relacionado con la innovación propuesta (responder sólo para bienes privados)

3.6.1. Demanda: describir y dimensionar la demanda actual y/o potencial de los bienes y/o servicios generados en el proyecto o derivados del proceso de innovación de éste.

El mercado en Chile se compone por una población de 15.116.435 (censo 2002).

Bocali está enfocado en mercado wellness de Chile que se compone por una población de 4.081.437 (27%) y estas son personas que tienen buenos hábitos alimenticios y consideran importante tener una buena salud. A la hora de elegir, prefieren alimentos sanos por sobre los sabrosos y se preocupan de hacer actividad física en su tiempo libre. Presentan bajos niveles de estrés y se consideran mayoritariamente personas felices. Están convencidos de la elección de llevar un estilo de vida saludable (Estudio Chile Saludable, oportunidades y desafíos de innovación (nov.2012) de Elige Vivir Sano).

Dentro de este mercado Wellness en Chile, en un inicio inicial utilizaremos una estrategia de nicho enfocándonos en una mujer que representa la primera persona que va a comprar nuestro producto, nuestra “early adopter” que la hemos identificado como una “super woman” y es representado por 323.787 mujeres entre 25-35.

Descripción del segmento específico de Bocali:

Nuestro consumidor objetivo es aquella mujer de 25- 35 años proactiva, exitosa, organizada, preocupado de su salud tanto física como mental y con metas altas que vive intensamente su vida. Tiene su jornada laboral y actividades extra programáticas copadas, y se preocupa e interesa por llevar una vida saludable dentro de lo que sus actividades le permiten.

Es una influenciadora de mercado y siempre está adquiriendo productos nuevos. Es un usuario que no tiene tiempo y está dispuesto a pagar por él, por eso prioriza productos y servicios de tendencia natural, que optimicen su tiempo brindando comodidad, efectividad y equilibrio interior.

3.6.2. Oferta: Describir y dimensionar la oferta actual y/o potencial de los bienes y/o servicios que compiten con los generados en el proyecto o con los derivados del proceso de innovación del proyecto.

Platos saludables instantáneos:

1. Sin Refrigeración

- Kalibrate (<http://www.kalibrate.cl/>)
- Kohinoor (<http://www.kohinoorfoods.in/>)
- Wasil (formato conserva y tetrapack) (<http://www.wasil.cl/>)

2. Refrigerados

- Platos preparados. Ej: Genial (www.freshsalad.cl/) Eats Perfect (<http://www.eatsperfect.cl/>)
- Platos al vacío. Ej: Lasaña, pollo con puré, carne con arroz, etc.
- Ensaladas listas para consumir en bowl. Ej: Fresh salad (se encuentran en los castaño, big John, ok market, etc)
- Sandwich preparados Ej: Daily fresh (<http://www.dailyfresh.cl/>)

3.7. Beneficiarios usuarios⁵ (responder sólo para bienes públicos)

Identificar, cuantificar y describir a los beneficiarios usuarios del bien público a desarrollar y el valor que les genera el proyecto.

3.8. Objetivos del proyecto

3.8.1. Objetivo general⁶

Generar y comercializar un alimento saludable, listo para consumir, a partir de quínoa, con diferentes verduras.

⁵ Los beneficiarios usuarios son aquellas empresas que hacen uso y se benefician del bien o servicio público ofrecido, contribuyendo a incrementar su competitividad y/o rentabilidad.

⁶ El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con el proyecto. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

3.8.2. Objetivos específicos⁷

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

⁷ Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general del proyecto. Cada objetivo específico debe conducir a uno o varios resultados. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

3.9. Resultados esperados e indicadores: Indique los resultados esperados y sus indicadores para cada objetivo específico.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ⁸ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁹				
			Nombre del indicador ¹⁰	Fórmula de cálculo ¹¹	Línea base del indicador ¹² (situación actual)	Meta del indicador ¹³ (situación final)	Fecha cumplimiento meta ¹⁴
1	1	Constitución sociedad (iniciación actividades)	Constitución sociedad	Nº de sociedades constituidas	Bocali SPA no está constituida.	Bocali SPA constituida.	Noviembre 2013
	2	Instalación oficina	Instalación oficina	Nº de oficinas arrendadas	Aun no se ha formalizado el contrato	Arriendo de oficina	Diciembre 2013
	3	Desarrollo pagina web con sistema de pago web pay	Pagina web	Nº de páginas web desarrolladas	Aun no se ha comenzado el proceso de desarrollo	Página web constituida	Enero 2014
2	4	Testear la capacidad de resistencia del material	Testeo del Material	Tº máxima 140º Presión	No se han comprobado ni	Que el testeo del material resista	Diciembre 2013

⁸ Considerar que el conjunto de resultados esperados debe dar cuenta del logro del objetivo general del proyecto. Uno o más resultados pueden responder a un mismo objetivo específico.

⁹ Los indicadores son una medida de control y demuestran que efectivamente se obtuvieron los resultados. Pueden ser tangibles o intangibles. Siempre deben ser: cuantificables, verificables, relevantes, concretos y asociados a un plazo.

¹⁰ Indicar el nombre del indicador en forma sintética.

¹¹ Expresar el indicador con una fórmula matemática.

¹² Completar con el valor que tiene el indicador al inicio del proyecto.

¹³ Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar en el proyecto.

¹⁴ Indicar la fecha en la cual se alcanzará la meta del indicador de resultado.

N° OE	N° RE	Resultado Esperado ⁸ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁹				
			Nombre del indicador ¹⁰	Fórmula de cálculo ¹¹	Línea base del indicador ¹² (situación actual)	Meta del indicador ¹³ (situación final)	Fecha cumplimiento meta ¹⁴
				soportada -2,5 BAR	testeados estas condiciones	estas condiciones.	
	5	Determinar la duración final del producto	Duración del producto	N° meses – años de duración	24 meses (Ref: Alusa)	Comprobar una duración de 12 meses	Diciembre 2014
	6	Obtener la tabla nutricional de los alimentos y descriptores saludables	Tabla Nutricional y descriptores	N° de tablas nutricionales	Tres tablas desarrolladas por Nutricionista	Una tabla nutricional para cada producto	Diciembre 2013
	7	Comprobar la capacidad productiva de la máquina (auto clave)	Capacidad Productiva	% de productos terminados con estándares de calidad aceptables *producto cocido, envase herméticamente cerrado y sellado.	95 %	Mantener el 95% de la maquila	Se verificará en 3 instancias. Dic - Mar - Jun
3	8	Encontrar un tercero que cumpla con la resolución sanitaria	Resolución Sanitaria	Cumple/no cumple	Desconocido	Cumple	Diciembre 2013

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado ⁸ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁹				
			Nombre del indicador ¹⁰	Fórmula de cálculo ¹¹	Línea base del indicador ¹² (situación actual)	Meta del indicador ¹³ (situación final)	Fecha cumplimiento meta ¹⁴
4	9	Determinar precios optimos en los diferentes canales	Testeo de precios	Precio a testear	-Precio On Line la unidad sin embargo se venderá en Pack de 10 -Precio Tienda gourmet -Precio Tienda de conveniencia -Precio Supermercado	-Precio optimo canal On Line -Precio optimo Tienda gourmet -Precio optimo Tienda de conveniencia -Precio optimo Supermercado	-Precio On Line Marzo 2014 -Precio Tienda gourmet Mayo 2014 -Precio Tienda de conveniencia Agosto 2014 -Precio Supermercado Agosto 2014
	10	Determinar perfil de clientes para cada canal	Testeo de Clientes	Nº de perfiles de clientes definido	Nicho definido por Bocali	Determinar un perfil específico para cada canal	-Canal On Line Marzo 2014 - Canal Tienda gourmet Mayo 2014 - Canal Tienda de conveniencia Agosto 2014 - Canal Supermercado Agosto 2014

N° OE	N° RE	Resultado Esperado ⁸ (RE)	Indicador de Resultados (IR) ⁹				
			Nombre del indicador ¹⁰	Fórmula de cálculo ¹¹	Línea base del indicador ¹² (situación actual)	Meta del indicador ¹³ (situación final)	Fecha cumplimiento meta ¹⁴
	11	Ingresar a diferentes canales de venta	Ingreso a Canales de Venta	N° de canales de venta Ingresados	Cero	Ingresar a: - Canal On Line - Canal Tienda gourmet - Canal Tienda de conveniencia - Canal Supermercado	-Canal On Line Enero 2014 - Canal Tienda gourmet Febrero 2014 - Canal Tienda de conveniencia Mayo 2014 - Canal Supermercado Mayo 2014
5	12	Alcanzar un EBITDA mensual positivo dentro del proyecto	Indicador EBITDA	(Ingresos – Costos – Gastos) = EBITDA	EBIDTA = 0	EBITDA > 0	Diciembre 2014

3.10. Indicar los hitos críticos para el proyecto.

Hitos críticos ¹⁵	Resultado Esperado ¹⁶ (RE)	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Firma de la escritura	.1 constitución sociedad (iniciación actividades)	Noviembre 2013
Firmar contrato con transbank	.3 desarrollo pagina web con sistema de pago web pay	Enero 2014
Testear la capacidad de resistencia del material	.4 testear la capacidad de resistencia del material	Diciembre 2013
encontrar un tercero que cumpla con la resolución sanitaria	.8 encontrar un tercero que cumpla con la resolución sanitaria	Diciembre 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

3.11. Método: identificar y describir los procedimientos que se van a utilizar para alcanzar cada uno de los objetivos específicos del proyecto (máximo 8.000 caracteres para cada uno).

Método objetivo 1. Constitución de la sociedad e iniciación de actividades.

Constitución sociedad (iniciación actividades)

Se realizarán todos los trámites correspondientes para la constitución de la sociedad tales como: La Contratación de un abogado, el registro de marca, la publicación en el diario financiero y los trámites administrativos de ésta.

Instalación oficina

Se arrendará una oficina y comprarán los muebles y materiales para el correcto funcionamiento de ésta.

Página web

se contratará un programador para el correcto desarrollo de la página web, incluido el diseño, posicionamiento seo, e-commerce y blog.

¹⁵ Un hito representa haber conseguido un logro importante en el proyecto, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

¹⁶ Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

Método objetivo 2. Validación del proceso tecnológico e insumos (materiales) claves.

Testear la capacidad de resistencia del material

Se conseguirán muestras con el proveedor del material para testearlo en autoclave y se evaluará si resiste o no a las condiciones de éste.

Verificar la duración del contenido del producto

Determinar la duración teórica con proveedores.

Se apartarán 18 muestras de la tanda productiva inicial para ir testeándolas mes a mes y comprobar la calidad y contenido del producto.

Analizar química y nutricionalmente el contenido del producto

En esta instancia, se solicitará la asesoría del INTA (laboratorio) para llevar a cabo los testdeos respectivos.

Comprobar la capacidad productiva de la máquina

Se medirá la tasa de productos terminados, en comparación de los productos que ingresan.

Método objetivo 3. Comprobar el cumplimiento de las condiciones legales previa salida al mercado.

Encontrar un tercero que cumpla con la resolución sanitaria

Se solicitará a nuestros proveedores que tengan actualizadas las certificaciones sanitarias necesarias (la certificación sanitaria la debe tener la planta con la cual hacemos el proceso productivo) También se seleccionará de manera aleatoria un producto y se comprobará que esté bien puesta la fecha, número de lote e indicaciones de vencimiento del producto

Método objetivo 4. Testeo de producto en el mercado (precios, clientes, canales)

Determinar precios en los diferentes canales

Se definirán distintos precios con el objetivo de testearlos en los diferentes canales.

Determinar clientes para cada canal

Se observará en punto de venta y analizarán los datos personales de nuestros clientes para determinar cuál es el perfil de cliente óptimo para cada canal de venta.

Ingresar a los diferentes canales de venta

Se contactará a los distintos product manager de cada canal de ventas, con esto se definirán las condiciones comerciales respectivas y se gestionará la distribución y entrega del producto

Método objetivo 5. Conseguir equilibrio económico del proyecto

A través del ingreso a los distintos canales de venta y el uso de estrategias promocionales e informativas, generaremos un aumento en las ventas que nos permite alcanzar un EBITDA positivo.

3.12. Indicar las actividades a llevar a cabo en el proyecto, asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados.

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Actividades
1	1	Constitución sociedad (iniciación actividades)	- Constitución legal de la sociedad - Iniciación de actividades en el SII - Apertura de cuenta Bancaria - Definición de contrato de empleo
	2	Instalación oficina	- Arriendo de oficina - Compra de muebles y equipos para la oficina - Tramitar patente municipal - Conseguir dirección comercial - Contratación de servicios de contabilidad de un contador
	3	Desarrollo pagina web con sistema de pago web pay	- Cotizar empresa que diseñará y producirá la página web de Bocali. - Desarrollo en conjunto del diseño de la página - Tramitar el uso de Webpay en la página - Coordinar sistema de compra con inventario, para optimizar producción - Desarrollo de Blog de Bocali, para generar y entregar contenido a nuestros usuarios y seguidores - Realizar estudio para optimización de los recursos destinados a google ads y facebook ads
2	4	Testear la capacidad de resistencia del material	- Comprobar mediante el proceso, la resistencia de la gráfica, el envase, los sellos y el producto. - Testear la capacidad que el envase sea microondeable

	5	Determinar la duración final del producto	- Definición De duración máxima del producto - Testear mes a mes un producto de la partida inicial. - Anotar y fotografiar lo analizado para posterior informe.
	6	Obtener la tabla nutricional de los alimentos y descriptores saludables	- Transcripción del análisis en tablas nutricionales. - Desarrollo de descriptores para el producto.
	7	Comprobar la capacidad productiva de la máquina (auto clave)	- Medir mes a mes la tasa de falla en el proceso
3	8	Encontrar un tercero que cumpla con la resolución sanitaria	- Averiguar los diferentes requerimientos en las instituciones (SEREMI, MINSAL) que certifican. - Evaluar y elegir la planta productora de alimentos que cumpla con lo que requiere nuestro producto. - Verificar en cada ciclo productivo la rotulación, fecha de elaboración, fecha de vencimiento y lote de producción.
4	9	Determinar precios óptimos en los diferentes canales	- Definir y testear distintos precios para cada canal - Hacer un estudio y Analizar las ventas de cada precio para definir un precio final - Encuestar a los clientes sobre el precio final para obtener un feedback
	10	Determinar perfil de clientes para cada canal	- Análisis de las datos personales en la página web - Observación y encuestar en punto de venta

	11	Ingresar a diferentes canales de venta	- Contactar a product manager de cada canal de venta - Definir condiciones comerciales (precios, plazos de pago, numero de productos, % de rapel, merma cero, y centralizado) - Firmar acuerdos - Gestionar distribución y entrega del producto
5	12	Alcanzar un EBITDA mensual positivo dentro del proyecto	- Evento de lanzamiento de producto - Participación en Ferias y eventos relacionados a nuestro público objetivo - Promociones en punto de venta y página web - Planificación y ejecución de planes comunicacionales a consumidores finales.

3.13. Carta Gantt: indicar la secuencia cronológica para el desarrollo de las actividades señaladas anteriormente (punto 3.12) de acuerdo a la siguiente tabla (elaborar la carta Gantt para cada año calendario):

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2013											
			Trimestre											
			Ene-Mar			Abr-Jun			Jul-Sep			Oct-Dic		
1	1	- Constitución legal de la sociedad											x	
	1	- Iniciación de actividades en el SII											x	
	1	- Apertura de cuenta Bancaria											x	
	1	- Definición de contrato de empleo											x	
	2	- Arriendo de oficina												x
	2	- Compra de muebles y equipos para la oficina											x	x
	2	- Tramitar patente municipal												x
	2	- Conseguir dirección comercial												x
	2	- Contratación de servicios de contabilidad de un contador												x
	3	- Cotizar empresa que diseñará y producirá la página web de Bocali.											x	x
	3	- Desarrollo en conjunto del diseño de la página											x	x
	3	- Tramitar el uso de Webpay en la página												x

[illegible]

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2014											
			Trimestre											
			Ene-Mar			Abr-Jun			Jul-Sep			Oct-Dic		
1	3	- Cotizar empresa que diseñará y producirá la página web de Bocali.	x											
	3	- Desarrollo en conjunto del diseño de la página	x											
	3	- Tramitar el uso de Web pay en la pagina	x											
	3	- Coordinar el sistema de compra con inventario para optimizar producción	x	x										
	3	- Desarrollo de blog de Bocali, para generar y entregar contenido a nuestros usuarios y seguidores	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	3	- Realizar estudio para optimización de los recursos destinados a google ads y facebook ads	x	x			x			x			x	
2	5	- Testear mes a mes un producto de la partida inicial.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	5	- Anotar y fotografiar lo analizado para posterior informe.	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	6	- Transcripción del análisis en tablas nutricionales	x											
	6	- Desarrollo de descriptores para el producto	x											
	7	- Medir mes a mes la tasa de falla en el proceso	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	8	- Verificar en cada ciclo productivo la rotulación, fecha de elaboración, fecha de vencimiento y lote de producción.	X	X	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x
4	9	- Definir y testear distintos precios para cada canal			x	x		x	x		x	x		

	9	- Hacer un estudio y analizar las ventas de cada precio para definir un precio final			x	x		x	x		x	x		
	9	- Encuestar a los clientes sobre el precio final para obtener un feedback			x	x		x	x		x	x		
	10	- Análisis de los datos personales en la página web	x	x	x	x	x							
	10	- Observación y encuesta en punto de venta						x	x	x	x	x	x	x
	11	- Contactar a product manager de cada canal de venta				x	x							
	11	- Definir condiciones comerciales (precios, plazos de pago, numero de productos, % de rapel, merma cero, y centralizado)				x	x							
	11	- Firmar acuerdos					x			x				
	11	- Gestionar distribución y entrega del producto	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5	12	- Evento lanzamiento de producto						x						
		- Participación en ferias y eventos relacionados a nuestro público objetivo				x						x	X	
		- Promociones en punto de venta y página web									x			
		- Planificación y ejecución de planes comunicacionales a consumidores finales		X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
		-												
		-												

N° OE	N° RE	Actividades	Año 2015											
			Trimestre											
			Ene-Mar			Abr-Jun			Jul-Sep			Oct-Dic		
1	3	- Desarrollo de blog de Bocali, para generar y entregar contenido a nuestros usuarios y seguidores	x	x	x	x	x							
	3	- Realizar estudio para optimización de los recursos destinados a google ads y facebook ads	x			x								
2	5	- Testear mes a mes un producto de la partida inicial.	x	x	x	x	x							
	5	- Anotar y fotografiar lo analizado para posterior informe.	x	x	x	x	x							
	7	- Medir mes a mes la tasa de falla en el proceso	x	x	x	x	x							
3	8	- Verificar en cada tanda productiva la rotulación, fecha de elaboración, fecha de vencimiento y lote de producción.	x	x	x	x	x							
4	10	Observación y encuesta en punto de venta	x	x	x	x	x							
	11	Gestionar distribución y entrega del producto	x	x	x	x	x							
5	12	- Planificación y ejecución de planes comunicacionales a consumidores finales	x	x	x	x	x							

3.14. Actividades de difusión programadas

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Perfil de los participantes	Medio de Invitación
Abril 2014	Santiago	Maratón Santiago	35 mil	Saludables, deportistas	Redes sociales
Junio 2014	Santiago	Lanzamiento de prensa	100	Periodistas, autoridades relacionadas, área comercial de empresas vinculadas y blogueras	Correo Personal
Octubre 2014	Santiago	Echinuco	15 mil	Interesados en alimentos étnicos	Redes sociales
Noviembre 2014	Santiago	Paula Gourmet	15 mil	Interesados en la moda	Redes sociales

3.15. Indicar las fortalezas y debilidades de su proyecto en términos técnicos, de recursos humanos, organizacionales y de mercado.

3.15.1. Fortalezas

Recursos Humanos

Equipo humano multidisciplinario (ingenieros comerciales, Chef, Diseñadora Industrial)

Mercado:

Innovación en la propuesta alimentaria con la quínoa

3.15.2. Debilidades

Externalización de la mayor parte de la cadena productiva

Falta de experiencia en el rubro

4. Organización

4.1. Organigrama del proyecto

Xaviera Encina - Directora Ejecutiva

Pedro Iriberry - Product Manager

Héctor Láscar - Administración y Finanzas

4.2. Describir claramente la función de los participantes en la ejecución del proyecto

Nombre entidad	Función en la ejecución del proyecto
Bocali SpA	Investigación, desarrollo, producción, distribución y comercialización del producto.
Asociado 1	
Asociado 2	
Asociado n...	

4.3. Describir las responsabilidades del equipo técnico¹⁷ en la ejecución del proyecto, utilizar el siguiente cuadro como referencia para definir los cargos. Además, completar los Anexos 4 y 5.

1	Coordinador del proyecto	5	Administrativo		
2	Asesor	6	Profesional de apoyo		
3	Investigador técnico	7	Otro	Especificar	
4	Técnico de apoyo	8	Otro	Especificar	

Nº Cargo	Nombre integrante equipo técnico	Formación/Profesión	Empleador	Describir claramente la función en el proyecto	Nº de los resultados sobre los que tiene responsabilidad	Firma integrante equipo técnico
1	Xaviera Encina	Diseñadora Industrial	Bocali SpA	Directora ejecutiva	1 2 3 4 6	
5	Pedro Iriberry	Ingeniero Comercial	Bocali SpA	Product Manager	5 7 8	
5	Héctor Láscar	Ingeniero Comercial	Bocali SpA	Administración y Finanzas	9 10 11 12	

¹⁷ Equipo Técnico: Todo el recurso humano definido como parte del equipo de trabajo del proyecto. No incluye RRHH de servicios de terceros.

5. Modelo de negocio (responder sólo para bienes privados)

- 5.1. Elaborar el modelo de negocio que permita insertar en el mercado (punto 3.6), los bienes y/o servicios generados en el proyecto. En caso de innovaciones en proceso, refiérase al bien y/o servicio que es derivado de ese proceso.

Para elaborar el modelo de negocio, responda las siguientes preguntas:

¿Quiénes son los clientes? (máximo 600 caracteres) ? El mercado en Chile se compone por una población de 15.116.435 (censo 2002). Bocali está enfocado en mercado wellness de Chile que se compone por una población de 4.081.437 (27%) y estas son personas que tienen buenos hábitos alimenticios y consideran importante tener una buena salud. A la hora de elegir, prefieren alimentos sanos por sobre los sabrosos y se preocupan de hacer actividad física en su tiempo libre. Presentan bajos niveles de estrés y se consideran mayoritariamente personas felices. Están convencidos de la elección de llevar un estilo de vida saludable (Estudio Chile Saludable, oportunidades y desafíos de innovación (nov.2012) de Elige Vivir Sano). Dentro de este mercado Wellness en Chile, en un inicio inicial utilizaremos una estrategia de nicho enfocándonos en una mujer que representa la primera persona que va a comprar nuestro producto, nuestra "early adopter" que la hemos identificado como una "super woman" y es representado por 323.787 mujeres entre 25-35. Descripción del segmento específico de Bocali: Nuestro consumidor objetivo es aquella mujer de 25- 35 años proactiva, exitosa, organizada, preocupado de su salud tanto física como mental y con metas altas que vive intensamente su vida. Tiene su jornada laboral y actividades extra programáticas copadas, y se preocupa e interesa por llevar una vida saludable dentro de lo que sus actividades le permiten. Es una influenciadora de mercado y siempre está adquiriendo productos nuevos. Es un usuario que no tiene tiempo y está dispuesto a pagar por él, por eso prioriza productos y servicios de tendencia natural, que optimicen su tiempo brindando comodidad, efectividad y equilibrio interior.
¿Cuál es la propuesta de valor? (máximo 1.000 caracteres) Bocali ofrece: • Aporte nutricional equilibrado y completo • Formato práctico y eficiente, se puede comer en el mismo envase y es de fácil transporte • Facilidad y rapidez de preparación. Basta con calentarlo en el microondas por 1 minuto y está listo. • Experiencia de consumo. • Tiempo de expiración del producto. Duración aproximada de 1 año y 6 meses. • Versatilidad de almacenamiento. No requiere de cadenas de frío ni de contextos específicos para almacenar el producto

¿Cuáles son los canales de distribución? (máximo 600 caracteres)

En un inicio será únicamente la página web.

Luego entraremos a las tiendas gourmet como "La chacra", "Coquinaria"

Posterior a eso a las tiendas de conveniencia como, "Big John", "Ok market", "Estaciones de servicio" como: Petrobras, Pronto Copec, Shell.

Y por último ingresaremos al retail con supermercados como Jumbo, Lider, Unimarc, Tottus, Santa Isabel, Monserrat.

En paralelo, la idea es constantemente estar participando en ferias, eventos saludables, Seminarios y congresos.

¿Cómo será la relación con los clientes? (máximo 1.000 caracteres)

Relación masiva.

- Venta directa a través de página web.
- Creación de una comunidad (redes sociales) para entregar información de alimentación y vida saludable.
- Feedback constante de clientes.

¿Cómo se generarán los ingresos? (máximo 1.000 caracteres)

A través de la venta directa por la página web, y luego por la venta a través de los distintos canales de distribución nacional (tiendas gourmet, tiendas de conveniencia y por último en supermercados)

¿Quiénes serán los proveedores? (máximo 600 caracteres)

1. Proveedores de materias primas.

- Quínoa, Ingrid Von Baer
- Verduras, Proverde

2. Maquila

Planta TopChef

3. Fabricación e impresión envases

Alusa

¿Cómo se generarán los costos del negocio? (máximo 1.000 caracteres)

Iniciación de actividades

Actividades y gastos en mkt para difusión (ferias y eventos)

Recursos Humanos

A través de la manufactura y venta de los productos.

Gastos administrativos

Logística y distribución

6. Modelo de transferencia y sostenibilidad (responder sólo para bienes públicos)

- 6.1. Elaborar el modelo de transferencia del bien público, que permita que éste llegue efectivamente a los beneficiarios usuarios identificados en el punto 3.7.

Para elaborar el modelo de transferencia, responda las siguientes preguntas:

¿Quiénes son los beneficiarios usuarios? (máximo 600 caracteres)
¿Quiénes realizarán la transferencia? (máximo 600 caracteres)
¿Qué herramientas y métodos se utilizarán para realizar la transferencia? (máximo 1.000 caracteres)
¿Cómo evaluará la efectividad de la transferencia? (máximo 1.000 caracteres)
¿Con qué mecanismos se financiará el costo de mantención del bien/servicio público una vez finalizado el proyecto? (máximo 2.000 caracteres)

7. Indicadores de impacto

7.1. Seleccionar el o los indicadores de impacto que apliquen al proyecto y completar el siguiente cuadro:

Selección de indicador ¹⁸	Indicador	Descripción del indicador ¹⁹	Fórmula de indicador	Línea base del indicador ²⁰	Meta del indicador al término del proyecto ²¹	Meta del indicador a los 3 años de finalizado el proyecto ²²
X	Ventas	Ventas en pesos	\$/18 meses duración proyecto	0		
X	Costos	Costo medio unitario de producto	\$/unidad	x unidad	Reducir los costos a x unidad	Reducir los costos a: x unidad
X	Empleo	Empleados	Número de empleados	2 personas full time y un part time	3 personas full time y 2 part time	6 personas full time y 2 part time

8. Costos totales consolidados

8.1. Estructura de financiamiento.

		Monto (\$)	%
FIA			
Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	Total Contraparte		
Total			

¹⁸ Marque con una X, el o los indicadores a medir en el proyecto.

¹⁹ Señale para el indicador seleccionado, lo que específicamente se medirá en el proyecto.

²⁰ Completar con el valor que tiene el indicador al inicio del proyecto.

²¹ Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar, al final del proyecto.

²² Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar, al cabo de 3 años de finalizado el proyecto.

8.2. Costos totales consolidados.

Conforme con Costos Totales Consolidados
Firma por Ejecutor
(Representante legal o Coordinador Principal)

II. Detalle administrativo (Completado por FIA)

- Los Costos Totales de la Iniciativa serán (\$):

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

- Período de ejecución.

Período ejecución	
Fecha inicio:	01 de diciembre de 2013
Fecha término:	31 de mayo de 2015
Duración (meses)	18 meses

- Calendario de Desembolsos

N°	Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
1		Firma de Contrato		
2	10/01/2014	Aprobación Informe de Saldo N°1		
3	07/02/2014	Aprobación Informe de Saldo N°2		
4	05/06/2014	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°1		
5	02/09/2014	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°2		
6	12/01/2015	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°3		
7	05/05/2015	Aprobación informes de avance técnico y financiero N°4		
8	09/09/2015	Aprobación informes de avance técnico y financiero final	hasta *	
Total				

(*) El informe financiero final debe justificar el gasto de este aporte

- Calendario de entrega de informes

Informes Técnicos	
Informe Técnico de Avance 1:	14-03-2014
Informe Técnico de Avance 2:	13-06-2014
Informe Técnico de Avance 3:	17-10-2014
Informe Técnico de Avance 4:	13-02-2015

Informes Financieros	
Informe Financiero de Saldo 1	03-01-2014
Informe Financiero de Saldo 2	31-01-2014
Informe Financiero de Avance 1:	14-03-2014
Informe Financiero de Avance 2:	13-06-2014
Informe Financiero de Avance 3:	17-10-2014
Informe Financiero de Avance 4:	13-02-2015

Informe Técnico Final:	19-06-2015
Informe Financiero Final:	19-06-2015

- Además, se deberá declarar en el Sistema de Declaración de Gastos en Línea los gastos correspondientes a cada mes, a más tardar al tercer día hábil del mes siguiente.

Conforme con Detalle Administrativo
Firma por Ejecutor
(Representante legal o Coordinador Principal)

9. Anexos

Anexo 1. Cuantificación e identificación de beneficiarios directos²³ de la iniciativa

Género	Masculino		Femenino		
Etnia	Pueblo Originario	Sin Clasificar	Pueblo Originario	Sin Clasificar	Subtotal
Productor micro-pequeño					
Productor mediano-grande					
Subtotal					
Total					

Anexo 2. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Bocali Spa	
Giro / Actividad	Elaboración de otros productos alimenticios no clasificados en otra parte	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	x
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Banco y número de cuenta para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	www.bocali.com	
Nombre completo representante legal	Xaviera Ignacia Encina Labra	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Directora Ejecutiva	
Firma representante legal		

²³ Se entiende por beneficiarios directos quienes reciben los recursos del proyecto y/o se apropian de los resultados de este. Estos pueden ser empresas del sector agroalimentario y forestal u otros.

Anexo 3. Ficha identificación de los asociados. Esta ficha debe ser llenada para cada uno de los asociados al proyecto.

Nombre completo o razón social		
Giro / Actividad		
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

Anexo 4. Ficha identificación coordinador y equipo técnico. Esta ficha debe ser llenada por el coordinador y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	Xaviera Ignacia Encina Labra
RUT	
Profesión	Diseñadora Industrial, Universidad Diego Portales.
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Bocali SpA
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	Pedro Leopoldo Iriberry Carbonell
RUT	
Profesión	Ingeniero Comercial, Universidad Adolfo Ibañez y Administrador de Artes Culinarias y Servicios, Instituto Profesional Culinary
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Bocali SpA
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	Héctor Alfredo Láscar Zúñiga
RUT	
Profesión	Ingeniero Comercial
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Bocali SpA
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Anexo 5. Currículum Vitae (CV) de los integrantes del Equipo Técnico

Presentar un currículum breve, de no más de 3 hojas, de cada profesional integrante del equipo técnico (punto 4.3), exceptuando los N° Cargo 4, 5 y 6. La información contenida en cada currículum deberá poner énfasis en los temas relacionados al proyecto y/o a las responsabilidades que tendrá en la ejecución del mismo. De preferencia el CV deberá rescatar la experiencia profesional de los últimos 10 años.

CV Xaviera Encina

ANTECEDENTES PERSONALES		
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres
Encina	Labra	Xaviera Ignacia

ANTECEDENTES ACADÉMICOS			
Post Títulos	Institución	País	Año obtención
Títulos Profesionales	Institución	País	Año obtención
Diseñadora Industrial	Universidad Diego Portales	Chile	2013
Grados Académicos	Institución	País	Año obtención
Diplomados y otros	Institución	País	Año obtención
Educación Básica y Media	Institución	País	Año obtención
Pre kinder – IV Medio	Trehwela's English School	Chile	2006

ANTECEDENTES LABORALES			
Institución	Cargo	Desde - Hasta	Descripción principales tareas
Free Lance	Diseñadora	Oct-Nov 2009	Desarrollo de campaña publicitaria y piezas gráficas para evento fin de año en Osorno.
CyF	Diseñadora	Agosto 2010	Desarrollo de presentaciones y piezas gráficas para diversos proyectos.
Remade	Diseñadora	Sep-Dic 2011	Práctica profesional. Encargada tanto de la gestión como el diseño. En esta oportunidad se llevó a cabo la exposición <i>REMADE</i> en Galería Animal de Alonso de Córdoba, también se pudo abordar proyectos de emprendimiento social conjunto a Desafío levantemos Chile y Sernam. Se trabajó la planificación, organización, dirección y control en los diferentes proyectos integrando siempre al diseño y la innovación para agregar valor a las propuestas.
Minka	Diseño y Gestión	Jul-Dic 2012	Emprendimiento social. En esa instancia se desarrollaron herramientas para impulsar a través del diseño sustentable sectores desfavorecidos de nuestra sociedad. El sector abordado fue el Centro Penitenciario Femenino de San Joaquín.

ESTUDIOS, CONSULTORIAS Y RELATORIAS RELEVANTES PARA EL PROYECTO			
Temas	Institución Contratante	Desde	Hasta
Comercialización de productos	SERCOTEC	Octubre 2013	Diciembre 2013
Gestión Integral de la Microempresa	SERCOTEC	Octubre 2013	Diciembre 2013
Contabilidad y Finanzas	SERCOTEC	Noviembre 2013	Diciembre 2013

CV Pedro Iriberry

ANTECEDENTES PERSONALES		
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres
Iriberry	Carbonell	Pedro Leopoldo

ANTECEDENTES ACADÉMICOS			
Post Títulos	Institución	País	Año obtención
Magister en Ciencias de la Administración	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	2010
Títulos Profesionales	Institución	País	Año obtención
Ingeniería Comercial	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	2010
Grados Académicos	Institución	País	Año obtención
Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	2009
Cocina Internacional y Servicios, Mención Administración	Instituto Culinary	Chile	2004
Diplomados y otros	Institución	País	Año obtención
Educación Básica y Media	Institución	País	Año obtención
Kinder a 4to Medio	Colegio Sagrados Corazones de Maquehue	Chile	2001

ANTECEDENTES LABORALES			
Institución	Cargo	Desde - Hasta	Descripción principales tareas
L'Oreal Chile	Trademarketing para desodorantes y shampoos	Marzo 2012-Abril 2013	A cargo de categorías Capilar y Desodorantes para todo los canales de venta y para la división de Gran Público (Masivo). Responsable de establecer estrategias promocionales, incluyendo su evaluación, puesta en práctica y análisis de resultados.
Proteus Management Consulting	Analista de proyectos	Febrero 2011 – Marzo 2012	Trabaja en variados proyectos, como por ejemplo el desarrollo de Gobierno Familiares, Gobiernos Corporativos y proyectos de Planificación Estratégica para empresas en Chile como en Perú.

ESTUDIOS, CONSULTORIAS Y RELATORIAS RELEVANTES PARA EL PROYECTO			
Temas	Institución Contratante	Desde	Hasta

CV Héctor Láscar

ANTECEDENTES PERSONALES		
Apellido Paterno Láscar	Apellido Materno Zúñiga	Nombres Héctor Alfredo

ANTECEDENTES ACADÉMICOS			
Post Títulos	Institución	País	Año obtención
Magíster en Dirección Estratégica de Ventas.	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	2010
Títulos Profesionales	Institución	País	Año obtención
Ingeniero Comercial	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	2010
Grados Académicos	Institución	País	Año obtención
Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	2009
Diplomados y otros	Institución	País	Año obtención
Babson Entrepreneurship Program	Babson College	USA	2011
Diploma en Dirección Estratégica de Ventas.	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	2010
Curso Liderazgo Estratégico	Universidad Adolfo Ibáñez	Chile	2009
Educación Básica y Media	Institución	País	Año obtención
Kinder a 4to Medio	Instituto Sagrado Corazón	Chile	2004

ANTECEDENTES LABORALES			
Institución	Cargo	Desde - Hasta	Descripción principales tareas
Universidad Adolfo Ibáñez	Profesor Taller de Diseño y Evaluación de Negocios I	Marzo 2013 - Actualidad	Taller que busca mostrar y ambientar el mundo de los negocios para los estudiantes, buscando soluciones a desafíos reales de importantes empresas.
Universidad Adolfo Ibáñez	Profesor Taller de Emprendimiento	Julio 2012 - Actualidad	Taller para alumnos de primer año de Ingeniería Comercial, busca que los estudiantes desarrollen un proyecto de emprendimiento a trabajar por un mes de verano.
Innorus – Fundación Chile - Endeavor	Coordinador Programa y Profesor Emprendimiento	Marzo 2011 – Junio 2012	Programa dictado a más de 800 estudiantes en 7 liceos técnicos municipales, realizando clases de Emprendimiento y Liderazgo.
Cintazul	Jefe Gestión Comercial	Septiembre 2010 – Enero 2011	Encargado de canal Tradicional en la Región Metropolitana a cargo de un equipo de 6 supervisores, 46 vendedores y 8 ejecutivas de call center.
CMPC Tissue	Estudiante en Práctica	Octubre 2009 – Febrero 2010	Área de marketing de las marcas Babysec y Ladysoft. Realización de informes, análisis de ventas y participaciones de mercado. Estudio de punto de venta. Apoyo en campañas de marketing.

ESTUDIOS, CONSULTORIAS Y RELATORIAS RELEVANTES PARA EL PROYECTO			
Temas	Institución Contratante	Desde	Hasta