



INFORME FINAL LÍNEA 1: ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN PARA PROYECTOS CAPITAL SEMILLA

**PROYECTO: PRODUCCIÓN DE "JIBIA DESHIDRATADA
DESFIBRADA Y SAZONADA" PARA SU INTRODUCCIÓN
COMERCIAL AL MERCADO ORIENTAL**

NOVIEMBRE 2007

EMPRENDEDOR: COMEX LIMITADA
PATROCINADOR: CODESSER
CODIGO PROYECTO: 07PCS-1398



INDICE

I. Introducción	3
II. Actividades programadas en el proyecto su desarrollo y adicionales	5
III. Resultados Obtenidos / No obtenidos.	10
IV. Síntesis de la gestión y logros del proyecto	12
V. Labor del Patrocinador	14
VI. Rendiciones	



I. Introducción.

La Empresa beneficiaria COMEX Ltda., ha desarrollado el estudio de Preinversión para su producto JIBIA DESHIDRATADA DESFIBRADA Y SAZONADA, que buscaba validar los supuestos utilizados en la elaboración del perfil y la postulación a la Línea 2 de Capital Semilla y cuyos resultados se exponen en el presente informe.

El producto innovador será desarrollado a partir del recurso hidrobiológico Jibia, bajo el formato/ tipo Sazonado, Deshidratado y Desfibrado. El producto definido contempla una secuencia que incluye lo siguiente:

Sazonado: Concentración al 10% de Cloruro de Sodio incorporado en proceso de cocción. Se investiga actualmente adición de especias originarias, tales como Merkén. En forma alternativa se puede incorporar Cloruro de Sodio antes de ingresar a proceso de secado, facilitando este último proceso.

Deshidratado: Este se inicia una vez que el producto es colocado en las parrillas e ingresado al secador, luego se inyecta calor (vapor) por medio de serpentines que están ubicados en la parte superior del secador, luego se encienden los ventiladores que permiten que el calor sea distribuido circularmente por toda la cámara. El proceso de secado dura aproximadamente 8 – 10 horas con un golpe de temperatura de 80°C por 50 minutos hasta llegar en promedio a los 40°C al cabo del tiempo de finalización.

Desfibrado: El desfibrado es realizado en una primera instancia de forma manual, desprendiéndolas en el mismo sentido de la fibra del producto.

Los objetivos planteados para esta primera etapa del proyecto son:

Objetivo General: Realizar el estudio de preinversión para el proyecto Producción de Jibia Deshidratada, Desfibrada y Sazonada que permitan validar los supuestos utilizados en la elaboración del perfil y postular a la Línea 2 de Capital Semilla.

Objetivos Específicos:

- 1.- Fortalecer la formulación del Proyecto, a través de la ejecución de actividades de validación comercial, estudios y prospección de mercado.
- 2.- Reforzar la definición del Plan de Negocios del proyecto, estableciendo los lineamientos estratégicos que guiarán el nuevo negocio.

Las actividades propuestas y sus resultados esperados son los siguientes:



1- ESTUDIO DE MERCADO

Resultado esperado: Se obtendrá información que permita determinar los requerimientos de la demanda, cuantificación potencial de esta misma, productos sustitutos (competencia), participación de mercado, niveles de abastecimiento de materia prima (temporalidad) y se tendrá elaborada y definida la estrategia comercial del producto.

2 - FORTALECIMIENTO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Resultado esperado: Se contará con la información específica del producto, proyección de venta, estructura organizacional y de operación, modelo de negocio con el que contará la empresa y plan financiero, evaluación técnica económica del proyecto.

3 - VALIDACIÓN COMERCIAL

Resultado esperado: Se tendrá la información técnica- comercial para poder ejecutar el negocio, desde los aspectos legales operativos hasta la retroalimentación de mercado

4 – PROSPECCIÓN

Resultado esperado: Permitirá contar con información respecto a potenciales clientes, nuevos mercados y requerimientos para potenciales alianzas estratégicas.



II. Actividades programadas en el proyecto su desarrollo y adicionales

A continuación se detallan cada una de las actividades programadas:

1) Estudio de Mercado:

De acuerdo a lo programado la actividad comprendía:

- 1.- Análisis de las fortalezas: comerciales (tratados), culturales y poblacionales, del mercado objetivo (CHINA), que permitan que el producto tenga aceptación comercial (Precio-Calidad).
- 2.- Cuantificación de la demanda para determinar y clasificar el mercado objetivo, la participación esperada y nivel de venta escalado (crecimiento potencial).
- 3.- Análisis de la oferta del producto a nivel local (CHINA), proveedores, volúmenes, periodicidad y precio. Por otra parte productos sustitutos, complementarios y de competencia directa de otros países, identificando volúmenes, periodos de exportación, precio y canales de distribución.
- 4.-Análisis del abastecimiento de materia prima, con ello se determinara proveedores, temporalidad, volúmenes y precios.
- 5.- Definición de la estrategia comercial, con la información obtenida de los puntos anteriores se determinara: formato de producto, empaque, mercado objetivo, volúmenes, precio, estacionalidad, publicidad y promoción.

Lo efectivamente realizado:

Esta actividad fue desarrollada por el Consultor Señor Xavier Arenas y se trabajó levantando información sobre el mercado internacional de la Jibia Deshidratada, el Análisis de Atributos de la Demanda, Análisis de la Oferta Internacional, Exportaciones chilenas, Mapa Arancelario y Barreras de entrada a diferentes mercados de destino; en la segunda parte se abordaron los temas de caracterización de la Materia prima nacional y Definición de la Estrategia Comercial, finalizando con una matriz FODA.

Para el desarrollo de la actividad se comenzó con un levantamiento de información estadística de diversas fuentes respecto del mercado de la Jibia, se estableció la participación de mercado esperada, precio, formato, volumen, publicidad y promoción.



Se adjunta copia del Informe de Estudio de Mercado en documentos de respaldo mes de julio.

2) Fortalecimiento del plan de negocios:

Lo comprometido inicialmente respecto de esta actividad fue:

- 1.- La determinación del formato y producto en base a los requerimientos del estudio de mercado.
- 2.- La determinación del nicho o segmento de mercado.
- 3.- La determinación de las ventas esperadas y el potencial de crecimiento.
- 4.- El fortalecimiento y grado de diferenciación del producto.
- 5.- El estudio organizacional, funciones, procedimientos, control de calidad, número de trabajadores.
- 6.- El análisis de costo, implementación de sistemas de información y simulación.
- 7.- La determinación de la partida de inversión, los activos fijos necesarios, instalaciones, maquinarias y herramientas. Capital de trabajo.
- 8.- La evaluación económica, determinación de VAN, TIR, periodo de recupero y análisis de sensibilidad.
- 9.- La determinación de la estrategia comercial (precio, canal de distribución, promoción y difusión).
- 10.- La determinación de asociatividad a nivel de proveedores y comercial.

Lo realizado fue:

Para la ejecución de esta actividad se contrató a la Empresa Consultora Bitecma Ltda. En conjunto con el aporte del emprendedor se elaboró el Plan de Negocios durante los meses de septiembre y noviembre de 2007. Inicialmente el trabajo se había programado en tres etapas, es decir tres entregas parciales con el consultor, sin embargo se logró terminar en dos meses.

Durante el primer mes se trabajó en el Estudio Técnico del Plan de Negocios, el cual incluyó la selección del proceso, selección de equipos, descripción del proceso, definición de productos y subproductos, lay-out,



rendimientos esperados, programa de trabajo, estimación de costos y organización funcional de la empresa.

Durante la segunda etapa de ejecución los temas que se desarrollaron dentro de esta actividad fueron: Estudio Comercial y Financiero. Dentro del Estudio Comercial se definió el segmento de mercado que se abordará, la determinación del nivel de ventas y potencial de crecimiento, se afinó la estrategia comercial según la información levantada en el Estudio de Mercado, finalmente se trabajó sobre la potencial asociatividad con proveedores y clientes. Se realizó también el estudio económico-financiero del proyecto, dentro del cual se revisaron aspectos como: elaboración de flujos, cálculo de VAN y TIR, período de recupero de la inversión y análisis de sensibilidad.

Se adjuntan copias de los informes de esta actividad en los respaldos del mes de octubre (fecha en la que fueron cancelados al consultor).



3) Validación comercial:

En la ejecución de esta actividad se esperaba desarrollar los siguientes puntos:

- 1.- Determinar los aspectos regulatorios y ambientales, aspectos normativos nacionales y extranjeros que afecten tanto la producción como la comercialización.
- 2.- Determinar si el producto requiere el uso de patentes.
- 3.- Elección de clientes pilotos a los que se enviara muestras del producto.
- 4.- Testeo y retroalimentación de los clientes pilotos.
- 5.- Determinar formato e imagen corporativo del producto.

Lo que se realizó:

La ejecución de la actividad se dividió en dos partes: la primera buscaba determinar los requerimientos normativos y regulatorios impuestos por el mercado y la segunda la validación por parte de clientes pilotos.

Dentro de la primera parte se establecieron los aspectos regulatorios y ambientales, aspectos normativos nacionales y extranjeros que afectan tanto la producción como la comercialización.

Respecto del testeo con clientes pilotos, se logró contar con la visita a las instalaciones de una delegación China, encabezada por el vicepresidente de la empresa Nexo Global, quedando un compromisote palabra de establecer lazos comerciales una vez que la planta esté en funcionamiento. Otros de los contactos establecidos fue con la empresa norteamericana Implmentacion Services, LLC, esto a través de su representante en Chile, la empresa Vicon Chile Ltda. Finalmente el contacto más importante establecido fue con la empresa Lomward Trading Co., Ltd. (www.lomward.com.cn) Es filial de Aprilia S.A. y tiene sede en Guangzhou, China, representada por el señor Ricardo Chio, quien ha mostrado interés en realizar un estudio de mercado en China y con ello poder posicionar el producto en los puntos pertinentes de venta, determinados por el estudio, concertando una visita a la planta para el mes de Diciembre.

Dentro de las conclusiones más relevantes luego de realizar las entrevistas con los clientes pilotos se encuentran la posibilidad de evaluar un nuevo formato para el producto, pensando en la llegada al consumidor final, respecto de esto se avanzó en el diseño preliminar del formato e imagen corporativa del producto. También se consideró un análisis químico realizado en dos muestras en el Laboratorio de la Universidad del Mar para determinar la información nutricional.



A partir de las entrevistas con clientes y de la prospección de mercado realizada se estableció la necesidad de contar con la certificación del producto y de la planta, ambas actividades se esperan desarrollar durante la ejecución de la Línea 2 de Capital Semilla.

Se adjuntan copias de los informes de esta actividad en los respaldos del mes de octubre (fecha en la que fueron cancelados al consultor).

4) Prospección:

De acuerdo a lo programado esta actividad consideraba:

- 1.- Realizar un análisis de mercados futuros ya sea dentro de China como en otros países tales como India, con el objetivo de abrir nuevos mercados a mejores precios.
- 2.- Cuantificación y conclusiones de la demanda esperada para nuevos mercados.

Lo que se realizó:

Esta actividad, al igual que las anteriores fue desarrollada por la Consultora Bitecma Ltda., durante el mes de octubre. Comprendió en el análisis cuantificación del mercado futuro, potenciales mercados.

Se trabajó específicamente sobre la posibilidad de llegar al consumidor final o a los “wet markets” en China, de esta forma el producto no se comercializará a granel, como en una primera instancia. Se evaluaron dos posibilidades de proyección de la demanda en este mercado: Consumo interno y consumo externo, es decir, la que se produce desde China en sus exportaciones.

Por otra parte, es de importancia mencionar la consolidación de la empresa en el rubro de jibia a nivel nacional, principalmente con empresas conserveras de la décima región (Fiordo Austral y Trans Antartic).

Se evaluaron además alternativas más rentables de mercados que tienen una relación de bajo consumo y alto precio, como España, Tailandia, EE.UU, Corea y Australia.

Más detalle de estos resultados se presentan en el punto IV Síntesis de la Gestión y Logros del Proyecto.

Se adjunta copia del informe entregado por el consultor en documentos de respaldo mes de octubre.



III. Resultados Obtenidos / No obtenidos.

En general se logró cumplir a cabalidad los objetivos propuestos en un comienzo, alcanzándose a cumplir cada uno de los resultados esperados por actividad programada. El retraso sufrido se debió a desacuerdos producidos entre el consultor inicialmente contratado para la ejecución del proyecto y el emprendedor, lo cual obligó a realizar el procedimiento de Término Anticipado de Contrato entre ambos y buscar una nueva empresa consultora capaz de ejecutar las actividades pendientes. Este procedimiento demoró más de un mes por lo que se vio seriamente afectada la ejecución del proyecto de acuerdo a lo planificado inicialmente y obligó a solicitar una prórroga para cierre del proyecto y entrega del informe final.

Se detalla a continuación todos los resultados obtenidos por actividad.

1) Fortalecimiento de plan de negocio: Documento que cuenta con la información relevante del proceso productivo, definición de requerimientos (equipos, diseño de planta), caracterización de insumos necesarios, determinación de la cantidad de personas (nº de trabajadores); estudio organizacional, para determinar la organización necesaria, funciones; análisis de costos, con el objeto de implementar un sistema de costeo de productos; determinación de las partidas de inversión, los activos fijos necesarios, instalaciones, maquinarias y herramientas, capital de trabajo; flujos de fondos proyectados; evaluación económica, determinación de VAN, TIR, período de recupero y análisis de sensibilidad. (Se adjuntan Informes en Documentos de Respaldo mes de octubre 2007). Esta actividad se canceló en dos pagos uno al informe de avance y otro al informe final.

2) Estudio de mercado: El estudio entrega información respecto de atributos de la Demanda; Análisis de la Oferta; Análisis del Mercado de Insumos; Cuantificación de la Demanda y Participación de Mercado a que se Aspira; Definición de la Estrategia Comercial. El estudio fue dividido en dos partes. (Se adjuntan Informes en Documentos de Respaldo mes de octubre).

3) Prospección: El estudio incluye una caracterización de mercados alternativos distintos al definido inicialmente; Alianzas Estratégicas Potenciales, donde se analizó la oportunidad de generar alianzas con tres empresas. Además se establecieron contactos con dos empresas conserveras de la décima región, con las cuales se espera cerrar dos contratos en el mes de noviembre.

(Se adjunta informe de prospección en Documentos de Respaldo mes octubre 2007).



4) Validación comercial:

A) Aspectos normativos: se levantó información respecto de toda la normativa aplicable a la empresa y la secuencia necesaria para obtener la patente municipal. (Respaldos Documentos mes octubre 2007).

B) Selección de clientes pilotos: Se establecieron contactos con tres empresas dos con negocios en China y una con presencia en EE.UU. (Respaldos Documentos mes octubre 2007)

C) Testeo de Producto: A los clientes pilotos definidos en el punto anterior se les presentaron muestras del producto y se les mostró la planta, excepto al último de ellos cuya visita a la planta fue postergada hasta el mes de diciembre, fecha en la cual viaja a Chile la asesora comercial quien trabaja en China. Es importante mencionar que una variable clave para poder ingresar a otros mercados es la certificación de producto y una ficha técnica, ambos aspectos deberán considerarse durante la ejecución de la Línea 2. (Se adjunta copia de los informes en Documentos de Respaldo mes octubre 2007)



IV. Síntesis de la gestión y logros del proyecto

I) Síntesis Comercial:

Con el término de las actividades, y con los estudios de mercado, validación comercial y prospección se logró contactar a tres empresas: dos con negocios en China y una en EE.UU

Del contacto con las empresas con negocios en China, en ambos casos los entrevistados estarían dispuestos a comercializar el producto, convirtiéndose por tanto en potenciales clientes. Es importante señalar que el contacto con la empresa Lomward Trading Co., Ltd. (www.lomward.com.cn), filial de Aprilia S.A. y tiene sede en Guangzhou, China, representada por el señor Ricardo Chio, ha mostrado interés en realizar un estudio de mercado en China y con ello poder posicionar el producto en los puntos pertinentes de venta, determinados por el estudio, concertando una visita a la empresa para el mes de diciembre.

A partir de la prospección de mercado realizada se analizaron alternativas de llegar al consumidor final y no sólo la venta a granel planificada inicialmente, además se evaluó la posibilidad de llegar a otros mercados a través de las exportaciones de China.

De la evaluación de otros mercados de destino, la principal debilidad que presenta Comex es la falta de certificación PAC exigida, lo cual se pretende abordar en la Línea 2 de Capital Semilla.

Finalmente se debe destacar la consolidación de la empresa en el rubro de jibia a nivel nacional, principalmente con empresas conserveras de la décima región (Fiordo Austral y Trans Antartic).



II) La cartera de potenciales clientes para Comex son:

Cientes:

China	Chile	EE.UU
Nexo Global	Fiordo Austral	Implementation Services LLC
Lomward Trading Co., Ltd.	Trans Antartic	

Con la empresa Nexo Global, encabezada por el señor Wei Wang Quoing, Vicepresidente, como resultado una visita a la planta quedó un compromiso de palabra de establecer lazos comerciales cuando la planta este en funcionamiento.

Con la empresa Lomward Trading Co., Ltd. (www.lomward.com.cn), representada por el señor Ricardo Chio, quien ha mostrado interés en realizar un estudio de mercado en China y con ello poder posicionar el producto en los puntos pertinentes de venta, determinados por el estudio, se ha concertado una visita a la empresa para el mes de diciembre

Con las empresas conserveras de la décima región Fiordo Austral y Trans Antartic, se espera cerrar en el mes de Noviembre contratos por 120 toneladas de filete y tentáculos de jibia congelados, 1,5 toneladas de pulpo y 17,5 toneladas de langostinos; los que se suman a una serie de propuestas para el año 2008.

Con la empresa norteamericana Implementation Services, LLC, a cargo del señor Víctor Contreras que por intermedio de su representante en Chile (Vicon Chile Ltda.), se está evaluando una alianza estratégica.



V. Labor del Patrocinador

I) Detalle de las actividades realizadas y su acreditación:

La labor de CODESSER desde un principio, fue el desarrollo y apoyo del perfil línea 1 del proyecto capital semilla, una vez presentado y adjudicado por Comex Ltda., comenzaron las actividades entre el patrocinador y el emprendedor. En primera instancia se suscribió el contrato de ejecución del proyecto capital semilla con CORFO, a través del comité INNOVA CHILE.

Existieron reuniones con el emprendedor para la coordinación de las distintas actividades programadas en el proyecto. Se definió en conjunto el alcance de cada una de las actividades a desarrollar durante la Línea 1. Se solicitaron cotizaciones y se seleccionó al consultor que ejecutaría los estudios. Una vez seleccionado, se suscribió el los contrato entre las partes, el cual fue redactado en conjunto entre el emprendedor y CODESSER. Se estableció con el consultor una metodología de entrega de resultados y se acordó la fecha de entrega de los mismos.

Se realizaron reuniones periódicas con el emprendedor y consultores para realizar el seguimiento del avance en la ejecución de la actividades.

Se revisaron y analizaron los informes de avance y finales autorizando el pago correspondiente a cada asesoría según programa de actividades.

Se debió solicitar a INNOVA modificación del plazo de cierre de proyecto y entrega de informe final, ya que se presentó un conflicto con el consultor que se había contratado inicialmente, lo cual obligó a realizar el procedimiento de Término Anticipado de Contrato entre ambos y buscar una nueva empresa consultora capaz de ejecutar las actividades pendientes. Este procedimiento demoró más de un mes por lo que se vio seriamente afectada la ejecución del proyecto de acuerdo a lo planificado inicialmente. Este cambio se solicitó formalmente a INNOVA.

Con respecto al pago de las actividades al emprendedor, se estableció un mecanismo de control, cancelando las actividades según programa y contra entrega de los correspondientes informes por parte del consultor.

Se entregaron las garantías en tiempo y forma para la concesión de anticipo del proyecto.



II) Carta del Patrocinador, con la evaluación del proyecto y del emprendedor.



III) Carta del Emprendedor respecto a la significancia del apoyo del Patrocinador.



IV) Actas de reuniones realizadas con el emprendedor.



VI. Rendiciones

I) Tabla consolidada con los gastos realizados y presupuesto, por ítem, fuente de financiamiento y total.

Cuentas	Presupuestado			Real		
	Innova	Emprendedor	Total	Innova	Emprendedor	Total
Recursos Humanos	0	750.000	750.000	0	750.000	750.000
Subcontratos	4.930.000	750.000	5.680.000	4.930.000	750.000	5.680.000
Capacitación	0	0	0	0	0	0
Difusión	0	0	0	0	0	0
Gastos de Operación	70.000	0	70.000	66.147	0	66.147
Gastos de Inversión	0	0	0	0	0	0
Gastos de Admo. y OH	0	0	0	0	0	0
Giras Tecnológicas	0	0	0	0	0	0
Patrocinador	1.000.000	0	1.000.000	1.000.000	0	1.000.000
Total	6.000.000	1.500.000	7.500.000	5.996.147	1.500.000	7.496.147

II) Listado por Ítem, con el detalle de los gastos ordenados cronológicamente y total

Items	Período	Fuente Financiamiento	Total
Recursos Humanos			
- Coordinador	Mayo/2007	Comex Ltda.	150.000
T O T A L			150.000

Items	Período	Fuente Financiamiento	Total
Recursos Humanos			
- Coordinador	Junio/2007	Comex Ltda.	150.000
T O T A L			150.000

Items	Período	Fuente Financiamiento	Total
Recursos Humanos			
- Coordinador	Julio/2007	Comex Ltda.	150.000
Gastos de Operación			
- Costo de Garantía	Julio/2007	Comité Innova Chile	66.147
Subcontratos			
- Estudio de Mercado	Julio/2007	Comité Innova Chile	1.000.000
- Estudio de Mercado	Julio/2007	Comex Ltda.	300.000
Patrocinador			
- Patrocinio	Julio/2007	Comité Innova Chile	200.000
T O T A L			1.716.147

Items	Período	Fuente Financiamiento	Total
Recursos Humanos			
- Coordinador	Agosto/2007	Comex Ltda.	150.000
Patrocinador			
- Patrocinio	Agosto/2007	Comité Innova Chile	200.000
T O T A L			350.000

Items	Período	Fuente Financiamiento	Total
Recursos Humanos			
- Coordinador	Septiemb/2007	Comex Ltda.	150.000
Patrocinador			
- Patrocinio	Septiemb/2007	Comité Innova Chile	200.000
T O T A L			350.000



Items	Período	Fuente Financiamiento	Total
Subcontratos			
- Fort. Plan Negocios	Octubre/2007	Comité Innova Chile	500.000
- Fort. Plan Negocios	Octubre/2007	Comité Innova Chile	1.000.000
- Validación Comercial	Octubre/2007	Comité Innova Chile	950.000
- Validación Comercial	Octubre/2007	Comité Innova Chile	950.000
- Prospección	Octubre/2007	Comité Innova Chile	530.000
- Prospección	Octubre/2007	Comex Ltda.	450.000
Patrocinador			
- Patrocinio	Octubre/2007	Comité Innova Chile	400.000
T O T A L			4.780.000



III) Documentos de Respaldo ordenados por ítem y cronológicamente.