

GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

OFICINA DE PARTES - FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	12 AGO 2009
Hora	
N° Ingreso	0559

PLAN OPERATIVO P UFF 73 01

Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

NOMBRE INICIATIVA:	COLECCIÓN GOURMET HUERTO AZUL 2009-2010
EJECUTOR:	Patricia Alejandra Martini Tiznado
CODIGO:	IMA-2009-0353
FECHA:	30/07/2009

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL

CODIGO (Uso interno)	IMA-2009-0353
----------------------	---------------

I. ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1. LINEA(S) DE FINANCIAMIENTO:

PLAN DE MARKETING	X	SONDEO DE MERCADO		DISEÑOS	X
-------------------	---	-------------------	--	---------	---

2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

COLECCIÓN GOURMET HUERTO AZUL 2009-2010

3. SECTOR:

AGROINDUSTRIAL

4. PRODUCTO(S):

En general la empresa está dedicada al procesamiento de HORTALIZAS, BERRIES, FRUTOS ETNICOS. Para el presente proyecto, los productos a trabajar pertenecen a una nueva línea Gourmet a lanzar al mercado nacional e internacional durante 2009-2010. Se priorizan 11 productos que se clasifican como mermeladas agrídulces y son las siguientes:

- 1.- JALEA DE SIDRA A LA MENTA
- 2.- CONFITURA DE CEBOLLAS EN SIDRA
- 3.- JALEA DE MORAS AL MERQUEN
- 4.- PATE VEGETARIANO DE PIÑONES CON BERENJENAS
- 5.- PATE VEGETARIANO DE PIÑONES CON TOMATES
- 6.- PATE VEGETARIANO DE PIÑONES CON MERQUEN
- 7.- CONFITURA AZUL (MAQUI Y ARANDANOS)
- 8.- CONFITURA ROJA I (Sauvignon blanc y rosas)
- 9.- CONFITURA ROJA II (Frambuesa a la menta)
- 10.- CONFITURA DE TOMATES AHUMADOS Y ALBAHACA
- 11.- JALEA DE SIDRA AL MERQUEN

La totalidad de estos productos se presentan en envases de vidrio de 210 grs. Los ingredientes de estos nuevos productos son todos originarios de la Región de la Araucanía (a excepción del vino sauvignon blanc), los cuales son adquiridos a recolectores y/o pequeños productores.

5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

REGION	LOCALIDAD
IX Región de la Araucanía	Localización de Producción: Villarrica. Puntos de ventas: Villarrica, Pucón, Concepción, Santiago.

6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	1° de Agosto 2009
FECHA DE TÉRMINO	31 de Enero 2010
DURACIÓN (Máximo 6 meses)	6 meses

7. RESUMEN DE COSTOS Y APORTES:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

8. IDENTIFICACION DE LAS EMPRESAS POSTULANTES (Completar Anexos I y II)

NOMBRE EMPRESA	GIRO / ACTIVIDAD	RUT EMPRESA	REPRESENTANTE LEGAL	FIRMA
PATRICIA ALEJANDRA MARTINI TIZNADO	Dulces, Mermeladas, Jaleas, Fábrica de chocolates y helados.		PATRICIA ALEJANDRA MARTINI TIZNADO	

9. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE (En el caso de postulaciones de más de una empresa, identifique la responsable):

NOMBRE EMPRESA	PATRICIA ALEJANDRA MARTINI TIZNADO
----------------	---

10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

NOMBRE	PATRICIA ALEJANDRA MARTINI TIZNADO
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

11. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA INICIATIVA (Completar Anexo III)

NOMBRE	PATRICIA ALEJANDRA MARTINI TIZNADO
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

12. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

General:
Innovar la producción e introducir al mercado una nueva Línea de Productos gourmet Huerto Azul 2009-2010 , que son productos creados a partir del rescate de ingredientes naturales, propios de esta Región, sub valorados, de bajo costo, de gran producción y poco atractivos, pero con un gran potencial gastronómico (Manzanas silvestres, Maqui, Mora, Piñones, etc.) que, con adecuadas recetas y con una presentación diferenciadora elevan su calidad a productos gourmet, para el mercado nacional e internacional, teniendo el sello de productos exóticos y de alto nivel de calidad.
Específicos: (Máximo 3)
1. Contar con un Plan de Marketing que reúna todas las potencialidades de la empresa y de la nueva Línea Gourmet 2009-2010, que permita que este crecimiento sea orgánico y consecuente con las condiciones de mercado que, dada la situación contingente es necesario tener como referencia una guía, un Plan a seguir, diseñado para mediano y largo plazo. 2. Contar con diseños atractivos de envases y etiquetados, tablas nutricionales, códigos de barra, para la nueva línea gourmet, con la finalidad de acceder a mercados cada vez más competitivos y exigentes. 3. Diseñar y producir material publicitario de productos gastronómicos técnicamente promocionables, que cumplan con los requerimientos del mercado nacional e internacional, en cuanto a normas, diseños, empaque, información de origen e identidad.

PARA CADA LINEA DE FINANCIAMIENTO

II.1 PLAN DE MARKETING

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	1º de Agosto 2009
FECHA DE TÉRMINO	31 de Octubre 2009
DURACIÓN	3 meses

3. OBJETIVOS:

General:

Desarrollar un Plan de Marketing estratégico que reúna todas las potencialidades de la empresa y de la nueva Línea Gourmet 2009-2010, que permita que este incremento de la oferta sea orgánico y consecuente con las condiciones y requerimientos de los mercados que se analicen y prioricen como destino.

Específicos: (Máximo 3)

1. Análisis estratégico de las potencialidades de la empresa con su nueva oferta, respecto a los mercados que se desean abordar, con la finalidad de diseñar un Plan a seguir a mediano y largo plazo.
2. Determinar los Planes de acción de una nueva estrategia comercial, consecuente con la nueva oferta a promocionar y las características de los mercados.
3. Determinación de la factibilidad técnica y económica del proyecto de lanzamiento de una nueva línea de productos gourmet 2009-2010.

4. METODOLOGÍA (Detalle el proyecto de Plan de Marketing a desarrollar)

Para el diseño del Plan de Marketing, se hará uso de técnicas de análisis de mercado, planificación estratégica, segmentación de mercado, análisis de factibilidad económica-financiera.

Se desarrollará un análisis FODA, que permitirá un claro entendimiento de las fuerzas, tanto externas como internas, que intervendrán en la empresa durante el proceso de posicionamiento en el mercado. Analizando separadamente la empresa y su oferta.

Luego, basado en el mercado potencial y mercado objetivo, éste se segmentará de tal manera que permita determinar las variables críticas que sentarán las bases de las estrategias de posicionamiento adecuadas a utilizar para fijar el producto en el mercado.

Finalmente, se enunciarán las propuestas y estrategias para la captura, explotación, mantención y fidelización de clientes a lo largo del tiempo, valorizando cada iniciativa y proyectando planes a corto, mediano y largo plazo.

Es importante señalar que el Plan de Marketing que se elaborará contendrá una completa planificación de los pasos a seguir durante la implementación del plan, así como la identificación de las variables que se deberán controlar, para lograr la consecución de los objetivos trazados.

Una vez concluido los Estudios, se confeccionará un Informe Final de este instrumento.

La Asesoría y los servicios planteados serán aplicados en la Empresa, a través de Reuniones de trabajo, previamente programadas, tanto para recabar información, como para diseñar las propuestas de los temas que se irán trabajando en la Empresa.

En cada una de las visitas se llenará una *Ficha de Visitas*.

La Metodología requerirá la nominación de interlocutores válidos, por parte de la Empresa, que participarán activamente en la Asesoría, tanto en su totalidad como en algunos temas específicos. En todo caso, se requiere que estos participantes tengan la capacidad de socializar dentro de la empresa los temas tratados, con la finalidad de facilitar la posterior aplicación de las propuestas que resulten de la Asesoría.

La temática será desarrollada de acuerdo a una guía de temas, consistente en un *Cuaderno de Trabajo*, de secuencia lógica desde el punto de vista técnico-productivo y de gestión, los que podrán ser intensificados de acuerdo a los requerimientos de la empresa, con la finalidad que este desarrollo tenga un alto grado de compromiso y satisfacción para los participantes de la Asesoría.

Los temas en que es necesario hacer un análisis conducente a obtener conclusiones y/o acuerdos, se hará uso de cuadros de análisis en los que sea posible la cuantificación de las variables que se manejen, de tal forma que su conclusión sea objetiva y de consenso.

En cada uno de los temas tratados, dentro del contexto del desarrollo de la Asesoría, se estipulará por escrito las conclusiones, acuerdos y resultados que se obtengan de cada uno de los análisis temáticos y que quedarán registrados en la Ficha : "*Acuerdos y Compromisos*" Este aspecto es importante, toda vez que se estima que el Diseño del Plan de Marketing es un trabajo en conjunto con los integrantes de la empresa y a medida que se avanza en el diseño, se van detectando necesidades de ajustes y adaptaciones consecuentes con las conclusiones que se logran en cada uno de los temas.

El trabajo con formularios o Fichas tiene por objeto el considerar los diferentes factores o variables que intervienen en cada una de las temáticas a desarrollar. Su diseño permite trabajar con estas variables y ponderarlas de acuerdo a la importancia o peso que cada una de ellas tiene en la empresa, de tal forma que se obtienen valores finales de estas variables, que permiten tomar decisiones respecto a cada uno de los temas en estudio, en forma objetiva y con base cuantitativa. (*"Análisis de Factores"*)

Se elaborará un *Informe Final* al cierre de la Asesoría. El Informe Final recogerá el conjunto de los antecedentes, el total de conclusiones y acuerdos que se hayan adoptado y formularios utilizados, durante el desarrollo de la Asesoría (Ficha de *"Análisis de Factores"* y *"Acuerdos y Compromisos"*) Ellos serán los Protocolos de trabajo y en conjunto, constituirán el Plan de Marketing de la Empresa, siendo la base de información y el soporte necesario, para la implementación de este Plan.

Sin perjuicio de lo anterior, el Plan de Marketing entregará las bases para etapas posteriores de desarrollo de adaptaciones de la oferta a los mercados destino definidos, como ser el diseño o rediseño de envases, presentaciones, etiquetado, folletería, PágWeb, etc. De tal forma que tanto los productos, como la estrategia de comunicación, se adapten a los requerimientos del mercado y sean consecuentes con las demandas detectadas.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Diagnóstico estratégico de la empresa y de su nueva oferta gourmet 2009-2010.		1
2	Determinación y priorización de mercados destino.		1
3	Estrategia de Plan de marketing.		2
4	Factibilidad del proyecto de lanzamiento de nueva línea gourmet 2009-2010		3

6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Patricia Martini T.	Coordinadora(A)	Coordinación general de la propuesta
Osvaldo Anwandter A.	Consultor Externo (B)	Plan de Marketing
Luis Navarrete S.	Consultor Externo (B)	Factibilidad Técnica y financiera de la implementación del Plan.
Roxana Salas	Administrativo (B)	Asistente administrativa Traductora

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

PLAN DE MARKETING:

ACTIVIDADES /Meses	1	2	3	4	5	6
Diagnóstico de Potencialidades						
Análisis de Mercado						
Análisis Estratégico						
Estrategias del Plan de Marketing						
Plan de Acción						
Factibilidad Técnica y Financiera						
Métodos de Control						

II. 2 SONDEO DE MERCADO

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	
FECHA DE TÉRMINO	
DURACIÓN	

3. OBJETIVOS

General:
Específicos: (Máximo 3)
1. 2. 3.

4. METODOLOGÍA

--

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde

6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- Coordinador
- Asesor o consultor externo
- Técnico de apoyo
- Administrativo
- Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

III.3 DISEÑOS

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	1º de Noviembre 2009
FECHA DE TÉRMINO	31 de Enero 2010
DURACIÓN	3 meses

3. OBJETIVOS

General:
Transformación de imagen y presentación innovativa de productos agroalimentarios sub valorados (línea 2009-2010), en productos gourmet de alto impacto, para mercado nacional y norteamericano.
Específicos: (Máximo 3)
Objetivo 1: Diseño de marca gráfica colección 2009-2010 e identificación de origen para frutos sub valorados, dándole un carácter de productos gourmet.
Objetivo 2: Diseño de envase individual para cada producto (11 productos), atractivo, práctico bilingüe, con código de barra, con tablas nutricionales, funcional, de alta calidad y diferenciador de alto impacto visual.
Objetivo 3: Material publicitario de productos gastronómicos que cumplan con los requerimientos del mercado nacional e internacional, en cuanto a normas, diseños, empaque, información de origen e identidad. Preparación de material de promoción, para participar en Paulagourmet y Feria Gastronómica de Colchagua en Santa Cruz.

4. METODOLOGÍA

Diseño: Consecuente con el análisis del mercado y de los productos que se realizará en el desarrollo del Plan de Marketing, se contará con la información estratégica, para confeccionar los diseños de los envases y etiquetado de cada uno de los componentes de esta nueva **Línea de productos gourmet Huerto Azul 2009-2010**.

Análisis comparativo con la presentación de los productos de la competencia, en pos de una diferenciación.

Confección de prototipos de envases y de etiquetas: Como resultado de los diseños, del análisis técnico y logístico del packaging y análisis crítico de costos versus precios, se confeccionarán prototipos de envases y etiquetas.

Realización de Focus Group: Que permita, a través de un análisis crítico determinar y validar los envases y etiquetas definitivos; a través de factores de identificación, vinculación, recordación, capacidad de comunicación, etc.

Este Focus Group se realizará durante las presentaciones que se haga de los productos en dos importantes eventos gastronómicos a los que la empresa ha sido invitada: Paulagourmet en Santiago y la Feria costumbrista de Colchagua en la ciudad de Santa Cruz.

Trabajo en conjunto con Diseñadores y Consultores: Con la finalidad de alcanzar objetivos comunicacionales y de cumplimiento de normas vigentes de etiquetado y rotulación. Este trabajo en equipo también incluirá a Consultores y/o prestadores de servicios (imprentas).

La empresa cuenta con un Estudio de la Normativa vigente de envases y etiquetado del mercado de EE.UU. que se realizó al amparo del IMA 2007.-

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Diseño de Marca gráfica		1
2	Diseño de envase por productos		2
3	Envases individuales que conforman la nueva Línea Gourmet		2
4	Confección de Envases		2
5	Publicidad		1 y 3

6. ESTRUCTURA DE COSTOS Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Patricia Martini T.	Coordinadora (a)	Coordinación general de la propuesta
Patricio Radovan	Empresa de servicios (e)	Diseñador Gráfico
Patricio Yurjevic	Empresa de Servicio (e)	Desarrollo de Recetas para Recetario
Fabiola Barrientos	Empresa de Servicio (e)	Fotografías de productos
Impresos San José	Empresa de Servicio (e)	Material Publicitario
AMF	Empresa de Servicio (e)	Imprenta
Soc. Encar	Empresa de Servicio (e)	Cajas embalaje

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- Coordinador
- Asesor o consultor externo
- Técnico de apoyo
- Administrativo
- Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

DISEÑO:

ACTIVIDADES /Meses	1	2	3	4	5	6
Diseño Marca Gráfica						
Diseño envases individuales						
Diseño de etiquetado						
Diseño de material publicitario						
Prototipo de envases						
Focus group						
Confección de envases y etiquetas						
Confección de material Publicitario						

ANEXOS

ANEXO I: FICHA DE DATOS DE LA(S) EMPRESA(S) POSTULANTE(S)

Ficha Empresa(s) Postulante(s)

NOTA. Si participan varias empresas, cada una deberá llenar su ficha de datos.

Nombre de la organización, institución o empresa	PATRICIA ALEJANDRA MARTINI TIZNADO		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	☐	Privada ☒
Dirección			
País	CHILE		
Región	IX REGION DE LA ARAUCANIA		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web	www.huertoazul.cl		
Tipo entidad (A)	Sin clasificar		

(A) Ver notas al final de este anexo

(A) Tipo de entidad

Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas
Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores pequeños
Organización o Asociación de Productores mediano-grande
Empresas productivas y/o de procesamiento
Sin clasificar

ANEXO II: FICHA DE DATOS PERSONALES REPRESENTANTE LEGAL

Ficha Representante(s) Legal(es)

NOTA: Se deberá completar esta ficha tantas veces como números de representantes legales participen.

Nombres	PATRICIA ALEJANDRA		
Apellido Paterno	MARTINI		
Apellido Materno	TIZNADO		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	PATRICIA ALEJANDRA MARTINI TIZNADO		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	☐	Privada ☒
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	De la Araucanía		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	www.huertoazul.cl		
Género	Masculino ☐	☐	Femenino ☒
Etnia (A)			
Tipo (B)	Profesional		

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO III: FICHA DE DATOS PERSONALES COORDINADOR

Ficha Coordinador

Nombres	PATRICIA ALEJANDRA			
Apellido Paterno	MARTINI			
Apellido Materno	TIZNADO			
RUT Personal				
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	PATRICIA ALEJANDRA MARTINI TIZNADO			
RUT de la Organización				
Tipo de Organización	Pública	☐	Privada	☒
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente			
Profesión	ASISTENTE SOCIAL			
Especialidad				
Dirección (laboral)				
País	Chile			
Región	De la Araucanía			
Ciudad o Comuna				
Fono				
Fax				
Celular				
Email				
Web	www.huertoazul.cl			
Género	Masculino	☐	Femenino	☒
Etnia (A)				
Tipo (B)	PRODUCTOR INDIVIDUAL PEQUEÑO			

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO IV: FICHAS EQUIPO TECNICO

Complete esta ficha para cada integrante del Equipo Técnico por línea de financiamiento.

ANEXO V: CURRICULUM VITAE Y COTIZACIONES DE CONTRATACION DE SERVICIOS A TERCEROS.

CURRICULUM VITAE

DATOS PERSONALES

Nombre Completo : **OSVALDO ANWANDTER ARAÜZ**

Nacionalidad : Chilena

CALIFICACIONES CLAVES

Después una larga trayectoria en funciones Académicas en la Universidad de Chile y Universidad Técnica del Estado (1971 a 1982), este profesional del área de Administración, se dedica a actividades de Consultoría de Empresas en Gestión (Administración, Marketing, Finanzas), asesorando a gran cantidad de empresas de la IX Región, facilitando el uso de instrumentos de fomento, como son FAT y PROFO, en su calidad de Consultor externo de CORFO.

Estas actividades se han ampliado y especializado en asesorías en Comercio Exterior, a través del Programa INTERPYME de ProChile, en su calidad de Tutor Fase II., participando en diferentes actividades de Asesoría, promoción y de sondeos de mercados en diferentes países. Actualmente, manteniendo estas actividades, se ha ampliado la oferta de asesoría a la consultoría privada de empresas que deseen participar en mercados externos, incluyendo la intermediación de comercio exterior, a través de la dirección de INTERNOVA CONSULTORES DE EMPRESAS LTDA.

Especialización en Planificación Estratégica, Administración de Finanzas, Marketing, como así también en Comercio Exterior, dada la capacitación entregada por ProChile y la dilatada experiencia profesional adquirida en este tema.

ESTUDIOS PROFESIONALES

1967 a 1970	INSTITUTO SUPERIOR DE COMERCIO	Temuco, Chile
	Título: CONTADOR GENERAL	

1968 a 1971	UNIVERSIDAD DE CHILE (Sede Temuco)	Temuco, Chile
	Título: TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	

EXPERIENCIA DOCENTE Y ACADEMICA

1972 –1974 : **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL ESTADO**
(Docente por horas)

- Administración General de Empresas.

1971 – 1982 : **UNIVERSIDAD DE CHILE (Temuco)**
(Docente Jornada Completa)

- Línea de Contabilidad (Básica, Costos, Financiera, Auditoría).
- Línea de Administración (Administración General, Marketing,

Comercialización, Organización y Métodos).

- Metodología para la Formulación y evaluación de Proyectos.
- Introducción a los Sistemas de Información.

1972 a 1973 : **ACADEMICO-COORDINADOR DE CARRERA TECNICOS ADMINISTRACIÓN.**
Universidad de Chile - Temuco.

1974 a 1979 : **ACADEMICO-JEFE DE CARRERA TECNICOS EN COOPERATIVAS.**
Universidad de Chile - Temuco.

DETALLE DE LA EXPERIENCIA EN FORMULACION DE PROYECTOS, MARKETING Y COMERCIALIZACION:

Nota: Se detallan solamente las actividades realizadas en Empresas Silvoagropecuarias y Agroalimentarias desde 2000 a la fecha. Otras actividades profesionales se listan en Anexo de Asesorías.

Experiencia 1:

Octubre 2000 a Diciembre 2000

Contratante: INDEX SALUS LTDA. (Fat-Corfo) **Villarrica, Chile**
Proyecto : “SONDEO DE MERCADO PARA EXPORTACIÓN DE TÉ DE HIERBAS”

Participación: Jefe de Proyecto

Contacto para referencias: Peter Brunner – Gerente General

Descripción y metodología:

Frente a la expectativa de producción de Té de Hierbas y Frutas, la empresa solicitó este Estudio que se centralizó en sondear los mercados Norte, Centro y Sud América. Los objetivos del estudio se cumplieron al obtener antecedentes de: Precios, comportamiento de los mercados, análisis comparativo de productos, canales de distribución, factibilidad de competir y competencias, etc.

Este sondeo se realizó a través de la recopilación de información remota, la que fue tabulada, jerarquizada y evaluada, permitiendo con ello tener una visión estratégica del mercado.

Mercados destino: Norte, Centro y Sud América

Experiencia 2:

Marzo a Julio 2001

Contratante: SOC. COMERCIAL Y MOLINERA QUILLEN LTDA. Quillen, Chile

Proyecto : “PLANIFICAC. ESTRATEGICA Y EVALUACION ECONOMICA-FINANCIERA” (Fat-Corfo)

Lugar de realización: Quillen, IX Región

Participación: Jefe de Proyecto

Contacto para referencias: Ligia I. Schurch T. – Gerente General

Descripción y metodología:

Análisis de viabilidad de la empresa y proyección de actividades. Se emplearon técnicas de Planificación Estratégica y se formuló un Proyecto de Factibilidad Económica-Financiera.

Experiencia 3:

Agosto a Octubre 2001

Contratante: SOC. COMERCIAL Y MOLINERA QUILLEN LTDA. Quillen, Chile

Proyecto : “ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION”

Lugar de realización: Quillen, IX Región

Participación: Jefe de Proyecto

Contacto para referencias: Ligia I. Schurch T. – Gerente General

Descripción y metodología:

Análisis de Mercado y diseño de la Estrategia Comercial consecuente con la evaluación de la empresa y del mercado.

Experiencia 4:

Noviembre 2001 a Diciembre 2001

Contratante: INTERNOVA CONSULTORES DE EMPRESAS LTDA. Chile

Proyecto : “SONDEO DE MERCADO PARA EXPORTACIÓN DE HIERBAS MEDICINALES”

Lugar de realización: Sydney, Australia

Participación: Jefe de Proyecto

Descripción y metodología:

El sondeo de mercado, estuvo focalizado principalmente a detectar demandas posibles de atender y conocer los canales de distribución de Hierbas medicinales. Conocer los hábitos de consumo, también fue un importante motivo del Estudio. Se hicieron visitas a diferentes

puntos de ventas y entrevistas con consumidores potenciales. Reunión con Jefe Oficina ProChile-Sydney.
Mercado destino: Sydney, Australia.

Experiencia 5:

Enero a Marzo 2002

Contratante: ROLANDO HIDALGO PINKAS. (Fat.Corfo) **Temuco, Chile**

Proyecto : “FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTO”

Lugar de realización: Temuco, IX Región

Participación: Jefe de Proyecto

Contacto para referencias: Rolando Hidalgo P. – Gerente General

Descripción y metodología:

Se formuló un Proyecto de Factibilidad Económica-Financiera, para crédito bancario por ampliación de la Empresa.

Experiencia 6:

Agosto a Noviembre 2002

Contratante: LLAMAS DEL SUR S.A. (Fat-Corfo) **Huichahue, Chile**

Proyecto : “ESTRATEGIA DE MARKETING, FIBRAS FINAS”

Participación: Jefe de Proyecto

Contacto para referencias: Dolly A. Hepp K. Gerente General.

Descripción y metodología:

Diseño de una Estrategia productora y comercializadora para productos derivados de Fibras de Llamas y Alpacas, con destino al mercado nacional y exportación.

Mercado destino: Chile y Europa.

Experiencia 7:

Mayo 2003 a Diciembre 2003

Contratante: AGROMIT S.A. **Perquenco, Chile**

Proyecto : “PROGRAMA INTERPYME” (ProChile)

Participación: Jefe de Proyecto (Tutor Fase II)

Contacto para referencias: Pamela Morales B., Gerente General.

Descripción y metodología:

El Programa INTERPYME implica una metodología que permite que el empresario, con la asesoría del Tutor, desarrollar una Estrategia Exportadora, al amparo de la cual la empresa adecua sus recursos, organización y políticas en pos de una internacionalización. Mercado destino: Centroamérica.

Experiencia 8:

Mayo 2003 a Diciembre 2003

Contratante: FORESTAL LAS MARIAS LTDA. **Temuco, Chile**

Proyecto : “PROGRAMA INTERPYME” (ProChile)

Participación: Jefe de Proyecto (Tutor Fase II)

Contacto para referencias: Jaime Maldonado Z., Gerente General.

Descripción y metodología:

El Programa INTERPYME implica una metodología que permite que el empresario, con la asesoría del Tutor, desarrollar una Estrategia Exportadora, al amparo de la cual la empresa adecua sus recursos, organización y políticas en pos de una internacionalización. Mercado destino: México, España.

Experiencia 9:

Julio 2003 a Octubre 2003

Contratante: PRE-PROFO SEMILLAS PLANTAS (Fat-Corfo) Temuco, Chile

Proyecto : “ESTUDIO DE MERCADO PARA EXPORTACIÓN DE SEMILLAS DE PLANTAS PERENNE”

Participación: Jefe de Proyecto

Contacto para referencias: Mónica Mechsner, Gerente Codesser.

Descripción y metodología:

Inicialmente se realizó un análisis de las potencialidades productivas de los participantes del Pre-Profo, para luego sondear diferentes mercados del rubro de semillas de plantas perennes, a través de recopilación de información de mercados remotos. Este primer estudio, permitió priorizar algunos mercados, definiendo para los empresarios los mercados factibles de abordar, jerarquizados y evaluados, desde el punto de vista de: precios y cantidades demandados, variedad de productos, logística y cadenas de distribución.

Como corolario, se les entregaron listados de empresas importadoras, con las cuales pudieron tener los primeros contactos. Mercado destino: Alemania.

Experiencia 10:

Junio 2004 a Abril 2005

Contratante: PANDORA S.A.

Villarrica, Chile

Proyecto : “PROGRAMA INTERPYME” (ProChile)

Participación: Jefe de Proyecto (Tutor Fase II)

Contacto para referencias: Mathias von Leyser, Gerente General.

Descripción y metodología:

El Programa INTERPYME implica una metodología que permite que el empresario, con la asesoría del Tutor, desarrollar una Estrategia Exportadora, al amparo de la cual la empresa adecua sus recursos, organización y políticas en pos de una internacionalización. Mercado destino: Alemania, España.

Experiencia 11:

Junio 2004 a Marzo 2005

Contratante: FORESTAL ANDES LTDA.

Freire, Chile

Proyecto : “PROGRAMA INTERPYME” (ProChile)

Participación: Jefe de Proyecto (Tutor Fase II)

Contacto para referencias: Bernardo Acuña, Gerente General.

Descripción y metodología:

El Programa INTERPYME implica una metodología que permite que el empresario, con la asesoría del Tutor, desarrollar una Estrategia Exportadora, al amparo de la cual la empresa adecua sus recursos, organización y políticas en pos de una internacionalización. Mercado destino: España.

Experiencia 12:

Julio a Noviembre 2006

Contratante: INDEX SALUS LTDA. (Fat-Corfo) Villarrica, Chile

Proyecto : “ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION DE FRUTAS DESHIDRATADAS CON VALOR AGREGADO (Frutas POP Dry)”

Participación: Jefe de Proyecto

Contacto para referencias: Peter Brunner - Gerente Gral.

Descripción y metodología:

Sondeo de Mercado y Diseño de Estrategia de Comercialización de Frutas deshidratadas POP Dry.

Experiencia 13:

Junio a Julio 2007

Contratante: SOFO A.G. Temuco, Chile

Proyecto : “MISION DE CAPTURA TECNOLOGICA A NORTEAMERICA”

Participación: Organizador de la Misión

Contacto para referencias: Gastón Caminando – Presidente Asociación Gremial

Descripción y metodología:

Se organizó en conjunto con Nereus Green Group, empresa representada de Canadá y Sofo A.G. una misión de captura Tecnológica a Norteamérica en el tema Biodiesel, con la participación de 10 empresarios agrícolas de la IX Región. Se visitaron empresas, Institutos Tecnológicos y Ministerio de Agricultura en las ciudades de Houston, El Paso (EE.UU.), Calgary y Edmonton (Canadá). Proyecto co-financiado por CORFO-INNOVA.

Experiencia 14:

Noviembre 2007 a Enero 2008

Contratante: TERRASOL LTDA. (Fat-Corfo) Pucón, Chile

Proyecto : “ESTRATEGIA COMERCIAL DE PRODUCTOS NATURALES, HARINAS DE SEMILLAS” (Avellana, Almendra, etc.)

Participación: Jefe de Proyecto

Contacto para referencias: Cristian Bozzo- Gerente Gral.

Descripción y metodología:

Sondeo de Mercado y Diseño de Estrategia de Comercialización de semillas de Avellanas, Nuez, Almendras, etc.

Experiencia 15:

Agosto 2007 a Diciembre 2008

Villarrica

Contratantes: PATRICIA MARTINI T. ARAUCANIA PRODUCTOS GOURMET

Proyecto : IMA 2007 (FIA)

Participación: - Confección de Propuesta = Aprobada sin observaciones.

- Programa de Trabajo (PdT)
- Estrategia de Marketing Innovativo
- Implementación de Marketing Innovativo

Productos: Productos Gourmet de la Araucanía

Contacto para referencias: Patricia Martini- Gerente Gral.

Experiencia 16:

Agosto a Octubre 2007

Villarrica

Contratantes: SALUS FLORADIX CHILE

Proyecto : IMA 2007 (FIA)

Participación: - Participante en Equipo Confección de Propuesta = Aprobada sin observaciones.

- Programa de Trabajo (PdT)

Productos: Frutas deshidratadas POP Dry

Contacto para referencias: Peter Brunner - Gerente Gral.

Experiencia 17:

Mayo a Agosto 2008

Carahue

Contratantes: JORGE EDUARDO ORELLANA ULLOA (Murtillas Carahue)

Proyecto : DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN

Participación: Consultor

Productos: Murtilla

Contacto para referencias: Carlos Inostroza – Gerente Comercial

Descripción y metodología: A través de tutoría de 64 Hrs. se trabajó con una metodología presentada a ProChile y aprobada dentro del programa PIAC. Esta metodología consistió en un análisis crítico de las UEN de la empresa, con la finalidad de lograr una oferta exportable, definir los mercados destinos y adecuar la gestión y los productos a los requerimientos del mercado, logrando que la empresa internalice los aspectos de internacionalización que le permitan abordar mercados externos en forma exitosa.

Experiencia 18:

Junio 2008 a Septiembre 2008

Loncoche

Contratantes: GUTSAL LTDA.

Proyecto : DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN

Participación: Consultor

Productos: Cueros de vacuno salados.

Contacto para referencias: Adolfo Gutiérrez C. – Gerente Comercial

Descripción y metodología: A través de tutoría de 64 Hrs. se trabajó con una metodología presentada a ProChile y aprobada dentro del programa PIAC. Esta metodología consistió en un análisis crítico de las UEN de la empresa, con la finalidad de lograr una oferta exportable, definir los mercados destinos y adecuar la gestión y los productos a los requerimientos del mercado, logrando que la empresa internalice los aspectos de internacionalización que le permitan abordar mercados externos en forma exitosa.

Experiencia 19:

Septiembre 2008 a Diciembre 2008

Villarrica

Contratantes: AGROINDUSTRIAL JULIO TOMAS SALUM E.I.R.L. RAYEN LEMU

Proyecto : DISEÑO DE PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN

Participación: Consultor

Productos: Hongos Ostra

Contacto para referencias: Julio Tomas Salum

Descripción y metodología: A través de tutoría de 64 Hrs. se trabajó con una metodología presentada a ProChile y aprobada dentro del programa PIAC. Esta metodología consistió en un análisis crítico de las UEN de la empresa, con la finalidad de lograr una oferta exportable, definir los mercados destinos y adecuar la gestión y los productos a los requerimientos del mercado, logrando que la empresa internalice los aspectos de internacionalización que le permitan abordar mercados externos en forma exitosa.

Experiencia 20:

Diciembre 2008 a Febrero 2009

Labranza

Contratantes: DELIGHTBERRIES

Proyecto : DISEÑO DE ESTRAT. COMERCIAL PARA MERCADO DE EE.UU.

Participación: Consultor

Productos: Murtilla procesada

Contacto para referencias: Carlos Inostroza – Gerente General

Descripción y metodología: Diseño de Estrategia Comercial de Murtilla salsa, para el mercado estadounidense. Incluye normativa de envasado y etiquetado.

OTRAS ACTIVIDADES PROFESIONALES:

1992 a la fecha.

Temuco, Chile

EMPLEADOR: INTERNOVA CONSULTORES DE EMPRESAS LTDA.

CARGO: Director-Socio

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

Dirección de la Consultora (Reg. Nac. De Consultores CORFO N° 599), realización de Asesorías en diferentes temas, como Jefe de Proyectos o coordinador de Equipos profesionales multidisciplinarios. www.consultoresempresas.cl

Enero 2002 a Mayo 2005.

Villarrica, Chile

EMPRESA: INDEX SALUS LTDA.

CARGO: Commercial Manager

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:

Responsable del Comercio Exterior de la empresa, para los mercados de U.S.A, Europa y Japón. Países a los cuales actualmente se está exportando en forma continua y sostenida a clientes captados en estos mercados y en franca ampliación de demandas y de ofertas, de acuerdo a los requerimientos de los clientes, por tanto también ha debido participar en las gestiones de Desarrollo de Productos y coordinación de producción. Visita a mercados de Estados Unidos, Australia y Japón.

Este cargo se ha desempeñado Part Time con permanencia parcial en la empresa contratante.

2006, 2007 y 2008

RELATOR: Curso de Comercio Internacional y Exportaciones.

Organizado por ProChile y Universidad de la Frontera, para empresarios.
(30 Hrs. en cada curso.)

Usuario de computación: Word, Excel, Power point y Acces.

2º Idioma: Inglés nivel intermedio.

Osvaldo Anwandter Araüz

Temuco, Junio 2009.

ANEXO: OTRAS ASESORÍAS REALIZADAS CLASIFICADAS POR ÁREA

Consultor: Osvaldo Anwandter Araüz

INTERNOVA CONSULTORES DE EMPRESAS LTDA.

AREA MARKETING:

Fabrica de confecciones "Snail" - **Temuco**
Cemento polpaico S.A. - **Santiago**
Indusmetal Construcciones Ltda. - **Temuco**
Vibrometal Ltda.

Taller de Confecciones Juan Aguila-

Pto.Domínguez

Federación de Artesanos de la Araucanía

Taller de Confecciones La Araucana-**Pto.**

Saavedra

Comercial Arfel Ltda.

Rustic Art Nouveau L.

Flores y Parra Ltda.

Conec Industrial

Agrofor

Madmass

Agrofor

Rustic Art Nouveau L.

R & M Alimentos Concentrados Ltda.

Profo - Papas Comuy

Profo - Papas Dichas

Ladrilleras Melus S.A. - **Quepe**

Esteban Bersezio O.

Julián García G. Fábrica de Muebles -

Villarrica

S. Agrícola Manzun Ltda. - **Gral. López**

Rafael Fonseca V. - **Temuco**

Alex Valle Phillipi

Soc. Agrícola Quintrilpe Ltda.

R & M Alimentos Concentrados Ltda.

Industrias Kai- kai S.A.

Pandora S.A

Fidel Canseco G.

Pandora S.A

Pre-profo - **Cunco**

Vicki Johnson - **Pto. Varas**

mayo 1993 industria
octubre 1993 industria
diciembre 1993 constructora
jul / agost 1994 industria
octubre 1994 industria

octubre 1994 artesanía
marzo 1996 comercio
marzo / abril 1996 industria
septiembre 1996 industria
septiembre 1996 constructora
octubre 1996 comercio
diciembre 1996 industria
diciembre 1996 comercio
diciembre 1996 industria
enero 1997 industria
febrero 1997 agrícola
febrero 1997 agrícola
junio 1997 industria
junio 1997 agrícola
septiembre 1997 industria
octubre 1997 inmobiliaria
diciembre 1997 agrícola
febrero 1998 turismo
mayo 1998 agrícola
julio 1998 industria
julio 1998 industria - turismo
abril 1999 industria –
mayo 1999 industria
julio 1999 industria
agosto 1999 turismo
septiembre 2000 industria

MARKETING

Maestranza Bolomey - **Temuco**
Wada Enterprise - **Temuco**
Wada Enterprise - **Temuco**
Fribranova S.A. - **Santiago**
Chocolatería Holzapfel - **Pucón**
Mall Mirage - **Temuco**
Proingraf Ltda. Ilsiás Gutierrez P.
Edigra Ltda. Patricio Ormeño
Nissan Horta Cía.
Vibrometal Ltda.
Ingemec Ltda.
Turismo Sur América
Proingraf Ltda.
Chocolatería Holzapfel - **Pucón**
Electrónica Electroservic - **Nueva Imperial**
Fca. Muebles Rustic Art - **Temuco**
Supermercados Acuarela - IX región
Ladrilleras Melus S.A. - **Quepe**
FAT Colectivo - **Pucón**
Casas Bozzo Sur L.

agosto 1992industria
noviembre 1992agrícola
noviembre 1993agrícola
abril 1993industria
diciembre 1993industria
marzo 1994comercio
junio / julio 1994industria
julio 1994comercio
abril/mayo/junio 1994comercio
agosto 1994industria
agosto 1994industria
agosto 1994turismo
septiembre 1994industria
septiembre 1994industria
sept / oct 1995comercio
oct / nov 1995industria
oct / nov 1995comercio
agosto 1997industria
enero 1998turismo
marzo 1999industria

AREA FINANZAS:

Fca. De Muebles "Sodersform" - **Temuco**
Constructora Rucantú - **Temuco**
Soc. Escobillera La Estrella Ltda. - **Temuco**
Fca. De Cinturones "Cintos" - **Temuco**
Indusmetal Construcciones Ltda. - **Temuco**
Fca. Muebles "Kinder Mobil" - **Temuco**
Servicentros "Del Canto y Merino Ltda. - **Temuco**
Soc. Escobillera La Estrella Ltda. - **Temuco**
Fca. De Vibrados Juan Navarrete - **Temuco**
Corporación Metodista El Vergel - **Angol**
Vibrometal Ltda. Miguel A. Melo
Ingemec Ltda. Jorge Huenchunir
Fca. de Muebles Jaime Grandón - **Nueva Imperial**
Aviagro Ltda. Raúl Ramírez
Servitrán Ltda. Francisco Melo S
Distribuidora Avicola Helia Brevis F.
Corporación metodista el Vergel - **Angol**
Agencia Lit - **Temuco**
Fca. Muebles Domingo Villa - **Nueva Imperial**
Fca. Muebles Araucanía Ltda.
Fca. Artículos de Protección, Víctor Bórquez
Comercial Arfel Ltda.
Anabalón y compañía Ltda.
Distribuidora Nazal L
Esteban Bersezio U.
Pablo Augsburg
PFP - **Nueva Imperial**
Cabañas Quiño - **Lafquen**

noviembre 1992industria
marzo 1993constructora
junio 1993industria
julio 1993industria
septiembre 1993industria
septiembre 1993industria
octubre 1993comercio
noviembre 1993industria
marzo 1994industria
junio 1994agrícola
junio 1994agrícola
agosto 1994industria
septiembre 1994industria
septiembre 1994comercio
septiembre 1994transporte
septiembre 1994comercio
octubre 1994agrícola
julio / agosto 1995transporte
julio / septiembre 1995industria
nov / dic 1995industria
nov / dic 1995industria
febrero / marzo 1996comercio
marzo 1996industria
marzo / abril 1996comercio
abril / mayo 1996agrícola
mayo / junio 1996agrícola
junio 1996comercio
octubre 1996turismo

R & M Alimentos Concentrados Ltda.
 Conec Industrial
 Alejandro Jiménez D - **Pucón**
 Eleazar Cid
 Caltronics Ingenieros Ltda. - **Temuco**
 Wilder y Cia. Ltda
 R & M Alimentos Concentrados Ltda.
 Alejandro Jiménez D - **Pucón**
 José Luis Meier - **Púa**
 José López M.
 Soc. Agrícola La Esperanza Ltda.
 Soc. Ind. Y Exp. Salus Futacoyán L
 León Bedecarratz C.
 Soc. Ind. Y Exp. Salus Futacoyán L
 Agri. Quinquenco L
 Soc. Ind. Y Exp. Salus Futacoyán L
 Agri. Quinquenco L
 Centro de Acopio Tranahuillín
 Soc. Ind. Y Exp. Salus Futacoyán L
 Forestair Ltda.
 Soc. Agrícola Lechera Suiza S.A. - **Lautaro**

diciembre 1996industria
 enero 1997industria
 febrero 1997turismo
 febrero 1997agrícola
 abril 1997comercio
 junio 1997comercio
 septiembre 1997industria
 noviembre 1997turismo
 noviembre 1997agrícola
 abril 1998agrícola
 julio 1997agrícola
 noviembre 1998industria
 diciembre 1998industria
 enero 1999industria
 junio 1999agrícola
 junio 1999industria
 agosto 1999agrícola
 diciembre 1999agrícola
 dic 1999 a la fechaindustria
 mayo 2000servicios aereos
 agosto 2000industria

AREA ADMINISTRACIÓN GENERAL:

Imprenta Saravia - **Temuco**
 Constructora Rucantú Ltda. - **Temuco**
 Fca. de tejidos "Jota y Ese" - **Temuco**
 Sercotec - **Temuco**
 Grupo de Fabricantes Textiles - **Temuco**
 Sercotec - **Temuco**
 Agrofor Ltda.
 Conec Industrial
 Conec Industrial
 Conec Industrial
 Soc. Ind. Y Exp. Salus Futacoyán L
 Transfer y Turismo de la Araucanía
 Transfer y Turismo de la Araucanía

noviembre 1992industria
 junio 1993constructora
 agosto 1993industria
 septiembre 1993servicios
 noviembre 1993industria
 enero 1994servicios
 nov / dic 1995comercio
 diciembre 1997industria
 enero 1998industria
 julio 1998industria
 noviembre 1998industria
 septiembre 1999transporte
 noviembre 1999transporte

AREA TURISMO :

Municipalidad de Pucón
 Municipalidad de Pucón
 Municipalidad de Pucón
 Cámara de Turismo - **Pucón**
 Municipalidad de Curarrehue
 Slide Water Park, Jorge Martinez
 Municipalidad de Curarrehue
 Soc. Turística Playa Blanca Ltda. - **Caburga**
 Municipalidad de Curarrehue
 Mónica Sabugal del Solar
 Pre-Profo - **Cunco**
 Soc. Ind. Y Exp. Salus Futacoyán L
 Profo Comercio - **Pto. Varas**

febrero 1993servicios y turismo
 agosto 1993servicios y turismo
 octubre 1993servicios y turismo
 diciembre 1993servicios y turismo
 abril / mayo 1994servicios y turismo
 agosto 1994turismo
 oct 1994 a enero 1995servicios y turismo
 febrero / marzo 1995turismo
 mayo 1994servicios y turismo
 agosto 1997turismo
 agosto 1999turismo
 octubre 1999turismo
 octubre 2000comercio y turismo

AREA CAPACITACIÓN:

Sercotec
Sercotec
Universidad de La Frontera – ProChile
Universidad de La Frontera - ProChile

junio 1993servicios
julio 1993servicios
Agost-Octubre 2006Capacitación
Noviembre-Diciembre 2007Capacitación

AREA COMERCIO EXTERIOR:

Index Salus Ltda
Indusmetal Construcciones Ltda.
Fábrica de Cocinas Yunque
Max Service Ltda.
Agromit S.A.
Forestal Las Marías Ltda.
Fábrica de Zuecos Pandora S.A.
Forestal Andes Ltda.
Murtillas Carahue
Gutsal Ltda..
Salus Floradix Ltda.

2000 a la fecha	Agroindustria
2002-2003	Industria
2002-2003	Industria
2002-2003	Industria
2003-2004	Agrícola
2003-2004	Forestal
2004-2005	Industria
2004-2005	Forestal
2008	Agrícola
2008	Pecuario
2008	Agroindustria

CURRICULUM

LUIS AUGUSTO NAVARRETE SOTO
INGENIERO COMERCIAL – PROFESOR

INFORMACION PERSONAL

Nacionalidad : Chilena

TITULOS ACADEMICO

2002 Universidad San Sebastián de Concepción.

Titulado de Ingeniería Comercial

1982 Pontificia universidad Católica de Chile

Titulado de Profesor de Pedagogía General Básica

PERFECCIONA MIENTO

2008 Universidad Tecnológica de Chile INACAP

Diplomado Gestión Integral de la Capacitación

1995 - 2006 Varios Institutos

Se realizan diferentes cursos en el área de la Supervisión y Liderazgo, Dirección de Personal, Atención de Clientes, Calidad de Servicio, Técnicas de Ventas, Formación auditores de Sistemas de Gestión de Calidad y Capacitación en Inocuidad Apícola y Control de Residuos de Miel.

1988 – 1990 Universidad Católica de Temuco

Ciclo Básico de Biología, conducente al grado académico de Licenciatura en Biología.

1986 – 1989 C.P.E.I.P. Ministerio de Educación

Perfeccionamiento para Directivos de Establecimientos Educacionales

1984

C.P.E.I.P. Ministerio de Educación

Mención en Ciencias Naturales.

Mayo 2005 a la Fecha

Independiente

FACILITADOR EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Se apoya a diversas empresas públicas y privadas de la Región de la Araucanía en la gestión y ejecución de programas de capacitación para sus trabajadores en diferentes áreas, como computación, administración, recursos humanos, atención a clientes, planificación estratégica, etc.

EXPERIENCIA

LABORAL

CAPACITACIÓN A EMPRESAS

Consultora Pet Quinta

Relatoría curso de Formulación de Proyectos Sociales a dirigentes vecinales pertenecientes al programa de Fortalecimiento de las Organizaciones Sociales.

Empresa AUTOS CASTILLO

Relatoría curso de Servicio y Atención al Cliente, para las sucursales de Temuco y Concepción.

ONG CORPROA

Relatoría curso de Servicio y Atención al Cliente a microempresarias del programa de SENCE MYPE, de la comuna de Lumaco.

Empresa CRECIC

Relatoría curso Gestión Integral de la Microempresa, dictado a 20 microempresarios del programa de SENCE MYPE, de la comuna de Teodoro Schmidt.

Empresa Diario Austral de Temuco y El Llanquihue de Pto. Montt

Relatoría curso de Servicio y Atención al Cliente.

Empresa Hormigones Maquehue.

Relatoría curso de Trabajo en Equipo, Motivación Laboral y Resolución de Conflictos.

Capacitaciones Varias

Se realizan relatorías en Marketing, Servicio y Atención a clientes a empresas como Salfa, Cooperativa Oriencoop, Cooperativa Temuco, Cooperativa de Odontólogos de Talca, Max-Service, etc.

Se realizan relatorías en Marketing para diplomados dictados por la Facultad de Ciencias Sociales de La Universidad de Chile, obteniendo evaluación sobresaliente por la docencia realizada.

Se dictan cursos de Atención y Servicio al Usuario y Administración a los funcionarios del área de la Salud del Hospital de Temuco.

Se dicta Curso de Administración a alumnos de la Carrera de Ingeniería ejecución en Prevención de Riesgos, de la Universidad Arturo Prat.

Formulación Proyecto FIA Temuco

Se Trabaja en la formulación de un proyecto FIA para Comité de Agricultores da la comunidad de Cunco Chico, Novena región.

Consultora ASYCAL Chillán

Se trabaja en proyecto PROFO para 7 empresas cecineras de la ciudad de Chillán. Desarrollando e Implementando Plan de negocio, Planificación Estratégica y Plan de Marketing.

Formulación de Proyecto de Prefactibilidad de construcción de Parque Industrial de la carne, en la ciudad de San Carlos.

2003 mayo 2005 Telefónica CTC Chile Temuco

Supervisor Comercial Segmento PYME

Se confeccionaron nuevos procedimientos, agilizando y haciendo más eficiente la gestión de ventas.

1993 – 2002 VTR Global COM Concepción

Capacitador Zona Sur

Desarrollé e implemente curso de Inducción, Ventas y Atención de Clientes a todo el personal de la empresa

Supervisor de Ventas

Apoyé a la Gerencia Zonal en la planificación y dirección estratégica de la venta de nuevos productos (Telefonía, Premium, Internet).

Se realiza la selección y reclutamiento de ejecutivos de ventas durante los 6 años.

Ejecutivo de ventas

Estuve en los primeros lugares de venta durante varios meses.

1983–1993 Magisterio de la Araucanía Temuco

Director y Profesor de Educación General Básica

Desarrollé e implementé moderno sistema de autofinanciamiento de la alimentación de los alumnos.

CURRICULUM VITAE

Roxana Elena Salas Muñoz

Secretaria Bilingüe- Intérprete inglés-español

ANTECEDENTES ACADÉMICOS

*Entre los años 1992 y 1995 cursé enseñanza media en el Liceo Camilo Henríquez en la ciudad de Temuco.

*Entre los años 1997 y 1999 cursé la carrera de Secretariado Ejecutivo Bilingüe, en el Instituto Chileno Norteamericano de Cultura de Temuco; obteniendo distinción máxima.

*Entre los años 2005 y 2008 cursé la carrera Traductor-Intérprete Inglés-español, en la Universidad del Mar en la ciudad de Temuco; obteniendo distinción máxima.

EXPERIENCIA LABORAL

*Desde Marzo a Julio del año 1999 , realiza práctica profesional en la Casa Central de la “Universidad Católica de Temuco”, aquí realicé trabajos de confección de formularios comerciales, base de datos computacionales, atención de público.

*Desde Enero a Febrero del año 2000, realizó trabajo part-time en el Instituto de Informática Educativa, sección biblioteca, aquí realicé trabajos de confección de formularios en sistemas computacionales a nivel usuario: Programas: word, planillas excell, power point.

*Desde Marzo a Julio del año 2000, realizó trabajo de reemplazo de docencia del idioma inglés, en el jardín infantil “Mundo Mágico”.

*Desde Septiembre a Febrero del año 2001, realizó trabajo administrativo en el Ministerio de Obras Públicas, en el departamento de Expropiaciones regionales de Temuco.

*Desde Marzo 2002 a Diciembre del año 2004, realizó trabajo de secretaria bilingüe, en “Internova Consultores de Empresas Ltda. en la ciudad de Temuco.

*Desde Enero a Febrero de los años (2004-2005-2006-2007), realizó trabajos en el “Complejo Turístico Brisas del Mar” en la ciudad de Chaitén (x) región. Efectuando trabajos principalmente de recepcionista y de intérprete de inglés , atención a turistas.

*Desde Marzo 2005 a Julio 2006 , realizó trabajos de inspectora y docencia de inglés en el Liceo Montessori de Temuco, efectuando trabajos por turno e impartiendo clases a enseñanza básica y media.

*Desde Octubre 2006 a Diciembre 2006, realizó trabajos de reemplazo de docencia en inglés en los Liceos: “Monseñor Guillermo Hartl” de (Pitrufquén) y en el Liceo “Juan Bosco” de (Cunco).

*Desde Marzo 2007 a Diciembre 2007, realizó trabajos de docencia en inglés, en el Liceo “Monseñor Guillermo Hartl” de Pitrufquén. (jornada completa).

*En Noviembre 2008 realizó reemplazo docente en el Liceo “Juan Bosco” de Cunco.

*Desde Marzo 2008 a la fecha: realiza trabajos particulares en el área de Traducción escrita de documentos y libros del Inglés-español; y realiza clases de conversación en inglés (norteamericano y británico) a empresarios y estudiantes.

OTROS CONOCIMIENTOS

Manejo de programas computacionales: Microsoft Word 2007, Power Point, Planillas Excel , Outlook., Microsoft Office, internet nivel avanzado.

Nivel de Inglés: (avanzado “hablado y escrito”)

ROXANA ELENA SALAS MUÑOZ

CURRICULUM VITAE

1. ANTECEDENTES PERSONALES

NOMBRE: Patricio Manuel Radován Oviedo

NACIONALIDAD: Chilena

PROFESION: Diseñador Grafico y Publicitario

2. ANTECEDENTES ACADEMICOS

Liceo Manuel Barros Borgoño, Santiago

EDUCACION PRIMARIA

Liceo 11, Las Condes, Santiago

EDUCACION MEDIA

1971-Carrera: Instrumentación Industrial

Universidad Técnica del Estado

1973-Carrera: Bellas Artes

Universidad de Chile-transfiere

1971-Carrera: Diseño Grafico

Univers. de Chile Egreso 1980.

2003-2005 Magister en Administración de Negocios MBA
Universidad Mayor

POST TITULO

3. ANTECEDENTES LABORALES

- * Diseño y Construcción Locales Comerciales Santiago, Casa Barros, Rene Fath, Joyería Rolex.

- * Proyectos Stands Pabellón Suizo FISA

- * Imagen Corporativa Centro de Ski "La Parva"
1980-1982

- * Jefe Arte "Diario 24 horas" sucursal Temuco

- * Alumno Ayudante carrera de Diseño Grafico, U. De la Frontera, Proyecto de Título Diseño Exhibición.

- * Diseñador Publicitario Diario La Tercera de la Hora, Agencia Temuco.

- * Profesor Carrera Diseño Grafico U. De la Frontera

- * Proyectos de Remodelación y Construcción, Locales Comerciales, Temuco.
1983-1984

- * Inicio y Coordinación Carrera de Diseño Publicitario, Centro de Formación Técnica CIDEC Temuco.

- * Profesor Instituto Profesional de la Araucanía, para Diseño Grafico y Publicidad.

- * Proyectos de Imagen Corporativa y Equipamiento interior, 22 locales, cadena de supermercados Multimarket.

- * Socio Propietario Agencia de Publicidad Nexus, Temuco
1989-1991

- * Coordinador Carrera de Publicidad, Instituto Profesional de la Araucanía.

- * Profesor Carrera Diseño Grafico, Instituto Profesional de la Araucanía.

- * Profesor Part Time, Carrera Diseño, Universidad de Temuco.

- * Proyectos de Remodelación y Construcción, Locales Comerciales e institucionales, Temuco.
1992-1994

* Profesor Media Jornada y tres cuartos jornada, Carrera
Diseño Grafico, Universidad de Temuco.(Asignaturas
Taller y Creatividad)

* Proyectos de Remodelación y Construcción, Locales
Comerciales e institucionales, Temuco.

1994-1998

* Dicta Curso para Licenciatura en Diseño Universidad
Católica de Temuco.

* Profesor Media Jornada, Universidad Católica de
Temuco.(Asignaturas Taller, TPP)

1998-1999

* Director Escuela de Diseño Universidad Mayor,
Temuco.

* Diseño de Interior y Gráfico, diversas
organizaciones:
Confecciones Corona Tco., Corparaucanía, Quincallería
Cowe, (Enela, Corparaucanía), , Chocolatería Malicias,
Pro Chile,.Diseño identidad visual: Tecnológico Protec,
Liceo Comenius, Liceo La Frontera , Productos
gourmet“HuertoAzul”
1999 -2009

PATRICIO M. RADOVAN OVIEDO

D i s e ñ a d o r

Temuco 2008-02-04

COTIZACIONES



DESARROLLO DE PLAN DE MARKETING

I. Propuesta Técnica:

1.- DESARROLLO TEMÁTICO Y SERVICIOS:

El objetivo del desarrollo temático que se presenta a continuación es: Desarrollar el Plan de Marketing para la empresa, según oferta de productos y mercado de destino.

Dentro de los temas a tratar se incluyen revisiones de temas posiblemente ya abordados en desarrollos previos, como es el caso del Diagnóstico, pero que se retoman con la finalidad de afianzar los aspectos detectados o ajustarlos al momento en que se realiza la presente Temática, lo que permitirá al Consultor trabajar con antecedentes actualizados y ajustados a la realidad de la empresa.

Los Temas y Actividades a desarrollar a través de la Asesoría propuesta son los siguientes:

I. Diagnóstico de Potencialidades:

- I.1. Historia empresarial.
- I.2. Análisis del Proceso Productivo.
- I.3. Unidades Estratégicas de Negocios.
- I.4. Determinación y Análisis de los productos.
- I.5. Análisis de Imagen, recursos, entorno.
- I.6. Análisis FODA de la Oferta actual.
- I.7. Conclusiones del Diagnóstico de Potencialidades productivo-comercial

II. Análisis de Mercado:

- II.1. Mercados Objetivos.
- II.2. Selección de la Vía de Acceso al Mercado
- II.3. Estrategia de Acceso al Mercado
- II.4. Búsqueda y Análisis crítico de Información de Mercados.
- II.5. Selección de Mercados Destinos.
- II.6. Demanda Potencial versus Oferta Real y Proyectada.
- II.7. Segmentación de mercado.
- II.8. Competencia.

III. Análisis Estratégico:

- III.1. Misión, Visión y Objetivos.
- III.2. Análisis FODA de la Empresa
- III.3. Estructura Organizacional
- III.4. Recursos requeridos.

IV. Estrategias del Plan de Marketing:

- IV.1. Estrategia de Producto
- IV.2. Estrategia de Precios
- IV.3. Estrategia de Distribución.
- IV.4. Estrategia de Comunicación (Promoción y Publicidad).

V. Plan de Acción:

- VI.1. Adaptabilidad de la oferta.
- VI.2. Readecuación de costos y precios.
- VI.3. Distribución y comunicación.
- VI.4. Programación de actividades

VI. Factibilidad Económica y Financiera:

- VI.1. Valorización de los aspectos técnicos.
- VI.2. Inversión requerida.
- VI.3. Flujo de Caja.
- VI.4. Estado de resultados proyectados.
- VI.5. Indicadores Financieros.

VII. Métodos de control:

- VII.1. Resultados esperados.
- VII.2. Indicadores de logros de objetivos.

2.- METODOLOGIA E INSTRUMENTOS:

Para el diseño del Plan de Marketing, se hará uso de técnicas de análisis de mercado, planificación estratégica, segmentación de mercado, análisis de factibilidad económica-financiera.

Se desarrollará un análisis FODA, que permitirá un claro entendimiento de las fuerzas, tanto externas como internas, que intervendrán en la empresa durante el proceso de posicionamiento en el mercado. Analizando separadamente la empresa y su oferta.

Luego, basado en el mercado potencial y mercado objetivo, éste se segmentará de tal manera que permita determinar las variables críticas que sentarán las bases de las estrategias de posicionamiento adecuadas a utilizar para fijar el producto en el mercado.

Finalmente, se enunciarán las propuestas y estrategias para la captura, explotación, mantención y fidelización de clientes a lo largo del tiempo, valorizando cada iniciativa y proyectando planes a corto, mediano y largo plazo.

Es importante señalar que el Plan de Marketing que se elaborará contendrá una completa planificación de los pasos a seguir durante la implementación del plan, así como la identificación de las variables que se deberán controlar, para lograr la consecución de los objetivos trazados.

Una vez concluido los Estudios, se confeccionará un Informe Final de este instrumento, contemplándose una actividad de capacitación, para los integrantes de la empresa, con la finalidad de socializar los acuerdos y conclusiones del Plan de Marketing.

La Asesoría y los servicios planteados serán aplicados en la Empresa, a través de Reuniones de trabajo, previamente programadas, tanto para recabar información, como para diseñar las propuestas de los temas que se irán trabajando en la Empresa.

En cada una de las visitas se llenará una *Ficha de Visitas* (Ver Modelo 1)

La Metodología requerirá la nominación de interlocutores válidos, por parte de la Empresa, que participarán activamente en la Asesoría, tanto en su totalidad como en algunos temas específicos. En todo caso, se requiere que estos participantes tengan la capacidad de socializar dentro de la empresa los temas tratados, con la finalidad de facilitar la posterior aplicación de las propuestas que resulten de la Asesoría.

La temática será desarrollada de acuerdo a una guía de temas, consistente en un *Cuaderno de Trabajo*, de secuencia lógica desde el punto de vista técnico-productivo y de gestión, los que podrán ser intensificados de acuerdo a los requerimientos de la empresa, con la finalidad que este desarrollo tenga un alto grado de compromiso y satisfacción para los participantes de la Asesoría.

Los temas en que es necesario hacer un análisis conducente a obtener conclusiones y/o acuerdos, se hará uso de cuadros de análisis en los que sea posible la cuantificación de las variables que se manejen, de tal forma que su conclusión sea objetiva y de consenso.

En cada uno de los temas tratados, dentro del contexto del desarrollo de la Asesoría, se estipulará por escrito las conclusiones, acuerdos y resultados que se obtengan de cada uno de los análisis temáticos y que quedarán registrados en la Ficha: "*Acuerdos y Compromisos*" (Ver Modelo 2). Este aspecto es importante, toda vez que se estima que el Diseño del Plan de Marketing es un trabajo en conjunto con los integrantes de la empresa y a medida que se avanza en el diseño, se van detectando necesidades de ajustes y adaptaciones consecuentes con las conclusiones que se logran en cada uno de los temas.

El trabajo con formularios o Fichas tiene por objeto el considerar los diferentes factores o variables que intervienen en cada una de las temáticas detalladas en el Desarrollo de Actividades planteado en el punto anterior. Su diseño permite trabajar con estas variables y ponderarlas de acuerdo a la importancia o peso que cada una de ellas tiene en la empresa, de tal forma que se obtienen valores finales de estas variables, que permiten tomar decisiones respecto a cada uno de los temas en estudio, en forma objetiva y con base cuantitativa. (Ver modelo 3 Ficha de “*Análisis de Factores*”)

Se elaborará un *Informe Final* al cierre de la Asesoría. El Informe Final recogerá el conjunto de los antecedentes, el total de conclusiones y acuerdos que se hayan adoptado y formularios utilizados, durante el desarrollo de la Asesoría (Ficha de “*Análisis de Factores*” y “*Acuerdos y Compromisos*” Ellos serán los Protocolos de trabajo y en conjunto, constituirán el Plan de Marketing de la Empresa, siendo la base de información y el soporte necesario, para la implementación de este Plan.

Sin perjuicio de lo anterior, el Plan de Marketing entregará las bases para etapas posteriores de desarrollo de adaptaciones de la oferta a los mercados destino definidos, como ser el diseño o rediseño de envases, presentaciones, etiquetado, folletería, PágWeb, etc. De tal forma que tanto los productos, como la estrategia de comunicación, se adapten a los requerimientos del mercado y sean consecuentes con las demandas detectadas.

PROGRAMACIÓN:

ACTIVIDADES	/Meses	1	2	3	4	5	6
Diagnóstico de Potencialidades							
Análisis de Mercado							
Análisis Estratégico							
Estrategias del Plan de Marketing							
Planes de Acción							
Factibilidad Técnica y Financiera							
Métodos de Control							

II. Propuesta Económica:

Las actividades, detalladas en el punto anterior, correspondientes al desarrollo del **PLAN DE MARKETING**, están presupuestadas a realizarse en un tiempo de 3 meses.

Este valor incluye trabajo de Asesoría con la empresa, para la implementación del **PLAN DE MARKETING**, orientado a abordar el mercado nacional e internacional con la nueva línea 2009-2010 de productos gourmet objetos del presente Proyecto.

Estos honorarios serán cancelados en un al momento de firmar el Convenio de Honorarios correspondientes y el al momento de hacer entrega del informe Final.

III. Equipo Profesional:

a) OSVALDO ANWANDTER A.

DIRECTOR: INTERNOVA CONSULTORES DE EMPRESAS LTDA.
Jefe de Proyecto

b) LUIS NAVARRETE S.

Ingeniero Comercial

c) ROXANA SALAS M.

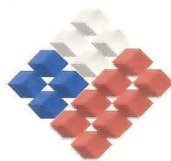
Traductora Inglés-Español
Administrativa

INTERNOVA CONSULTORES DE EMPRESAS LTDA.

Oswaldo Anwandter Araúz
JEFE DE PROYECTO

TEMUCO

Junio 2009.-



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

III. DETALLES ADMINISTRATIVOS

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

Costo total de la Iniciativa	
Aporte FIA	
Total Contraparte	

Período ejecución	
Fecha inicio:	01 de agosto de 2009
Fecha término:	31 de enero de 2010
Duración (meses)	6 meses

- Calendario de Desembolsos

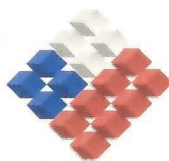
Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
03/08/2009	Firma de Contrato		
21/12/2009	Aprobación informes técnico y financiero N°1		
07/04/2010	Aprobación Informes téc. y financiero finales		
Total			

* El Informe Financiero Final debe justificar el gasto de este aporte

- Calendario de Entrega de Informes

Informes Técnicos	
Informe Técnico de Avance 1:	10 de noviembre de 2009

Informes Financieros	
Informe financiero de avance 1	10 de noviembre de 2009



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

INFORME TECNICO FINAL:	15 de febrero de 2010
INFORME FINANCIERO FINAL:	15 de febrero de 2010

CONFORME CON PLAN OPERATIVO

EJECUTOR O COORDINADOR PRINCIPAL