

PLAN OPERATIVO P UFF 73 01

Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

NOMBRE INICIATIVA:	MERKÉN, EL CONDIMENTO NATURAL DE LA ASOCIATIVIDAD, ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y COMERCIAL DE COMUNIDADES MAPUCHES DE LA ZONA DE TRAIGUÉN.
EJECUTOR:	Cristian San Miguel Pino
CODIGO:	IMA-2009-0341
FECHA:	17 de agosto de 2009

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL

CODIGO (Uso interno)	IMA-2009-0341
----------------------	---------------

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:

MERKÉN, EL CONDIMENTO NATURAL DE LA ASOCIATIVIDAD, ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y COMERCIAL DE COMUNIDADES MAPUCHES DE LA ZONA DE TRAIGUÉN.

3. SECTOR:

Agroindustrial

4. PRODUCTO(S):

El Merkén es un producto originario del Pueblo Mapuche, el cual hace muchos años produce este condimento para sus grandes fiestas. En la actualidad se ha masificado su producción debido al interés del mercado por abastecerse de productos naturales y ricos en sabor, originales y fuera de lo común, ya clasificados como productos Gourmet.

La producción del Merkén, para el presente proyecto, se realiza en su totalidad en la comuna de Traiguén, ubicada en la provincia de Malleco, en la Región de la Araucanía, y en donde se trabaja en conjunto con comunidades Mapuches con el fin de mantener el origen del producto ya sea en la presentación, sabor, proceso productivo y uso de los recursos naturales para el proceso de elaboración (ají, semilla de cilantro, leña, mano de obra autóctona).

Gracias a la gestión de la empresa postulante, en su calidad de coordinadora y supervisora de las etapas de cultivo y cosecha, actualmente se ha logrado una producción de alta calidad, con un producto que reúne los requisitos que imponen los organismos sanitarios y el mercado nacional, contando con la siguiente variedad de condimentos:

- a) Merkén tradicional,
- b) Merkén con Orégano,
- c) Merkén con Comino y
- d) Pasta de Merkén.

Cada uno de ellos tiene diferente uso y recetas específicas como aderezo.

Este producto está principalmente orientado al mercado nacional, en el que se comercializa en los siguientes formatos:

- * 20 grs. en bolsa etiquetada
- * 75 grs. en bolsa etiquetada
- * 500 grs. en bolsa etiquetada
- * 1.000 grs. en bolsa etiquetada
- * 70 grs. en frasco etiquetado
- * 30 grs. en frasco etiquetado

5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

REGION	LOCALIDAD
Araucanía	Traiguén, Santiago, Valdivia, Temuco, Concepción, Santa Cruz, Villarrica, San Fernando, Victoria, La Serena.

6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	1° de Agosto 2009
FECHA DE TÉRMINO	31 de Diciembre 2009
DURACIÓN (Máximo 6 meses)	5 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
Razón Social: Cristian San Miguel Pino Nombre de Fantasía: Trallenko = Río que suena	Producción y Venta de Merkén y condimentos		Cristian San Miguel Pino	

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

NOMBRE EMPRESA	CRISTIAN SAN MIGUEL PINO
----------------	--------------------------

10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

NOMBRE	Cristian San Miguel Pino
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

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

NOMBRE	Cristian San Miguel Pino
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

12. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

General:
Consolidar la marca Trallenko en el mercado de productos gourmet, como un Merkén de mezcla original, típico de la zona de Traiguén, además de otros productos originarios de la Región de la Araucanía y que permitan diversificar las alternativas de comercialización de comunidades Mapuches con las cuales se trabaja, haciendo crecer su capacidad de producción, para cumplir con la demanda que tiene un crecimiento sostenido.
Específicos: (Máximo 3)
<ol style="list-style-type: none">1. Formular un Plan de Marketing orientado a rescatar un producto regional como lo es el Merkén y sus derivados, para un proyecto que incorpora a comunidades Mapuches del sector de Traiguén a una cadena de valor de productos autóctonos, resaltando sus orígenes y contribuyendo a la imagen regional.2. Fortalecer la imagen y marca (Trallenko) de un producto típico de la Región de la Araucanía (Merkén y derivados) para el mercado nacional.3. Adecuar la presentación de la variedad de condimentos en base a Merkén, logrado por la empresa, a los requerimientos del mercado nacional y a un nivel de categoría Gourmet.

II. 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	1° de Agosto 2009
FECHA DE TÉRMINO	30 de Septiembre 2009
DURACIÓN	2 meses

3. OBJETIVOS:

General:
Formular un Plan de Marketing orientado a contar con una estrategia que permita posicionar un producto regional como lo es el Merkén y sus derivados, incorporando a comunidades Mapuches del sector de Traiguén a una cadena de valor de productos autóctonos, resaltando sus orígenes y contribuyendo a la imagen regional.
Específicos: (Máximo 3)
1. Análisis de las potencialidades de la empresa y formulación de una oferta innovadora y competitiva.
2. Formulación de Planes de acción orientados al posicionamiento de los productos derivados del Merkén en el mercado nacional.
3. Factibilidad técnico-económica del proyecto en base a los productos priorizados y al mercado nacional.

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 destinos 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	Análisis estratégico de la empresa y su oferta.		1
2	Estrategia orientada al posicionamiento del producto y su marca en el mercado nacional.		2
3	Formulación de actividades y su programación, conducentes a lograr los objetivos del proyecto.		2
4	Factibilidad Técnica-económica del Proyecto.		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
Cristian San Miguel	Coordinador	Coordinación general de la propuesta
Oswaldo Anwandter A.	Consultor Externo	Desarrollo de Plan de Marketing Factibilidad Técn-Económico de Implementación del plan de Marketing
Luis Navarrete S.	Consultor Externo	Capacitación
Roxana Salas	Administrativo	Asistente administrativa

(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 la Empresa							
Análisis de Mercado							
Análisis Estratégico							
Estrategias del Plan de Marketing							
Planes de Acción							
Factibilidad Técnica y Financiera							
Métodos de Control							

II.3 DISEÑOS

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	1° de Octubre 2009
FECHA DE TÉRMINO	31 de Diciembre 2009
DURACIÓN	3 meses

3. OBJETIVOS

General:
Adecuar la presentación de la variedad de condimentos en base a Merkén, logrado por la empresa, en sus diversas presentaciones a los requerimientos del mercado nacional y a un nivel de categoría Gourmet.
Específicos: (Máximo 3)
1. Crear imagen corporativa de la empresa en su calidad de plataforma de oferta de productos naturales y autóctonos.
2. Mejoras y rediseño de las etiquetas y empaque, para cada uno de los condimentos en base a Merkén. Mejorar el envase.
3. Creación de página web y de material publicitario. (dípticos, pendones, etc.) , para promoción y posicionamiento de los productos en base a merkén, en el mercado nacional.

4. METODOLOGÍA

Con el apoyo de especialistas en el área del diseño, abordaremos la idea que tenemos de replantearse la imagen, recalcando el hecho de trabajar con comunidades Mapuches y que el producto es originario y de excelente calidad.
Se realizarán diferentes diseños, los cuales serán testeados con los representantes de las comunidades participantes en el proyecto, con la finalidad de lograr una imagen representativa,

tanto del sector de origen (Traiguén), como de las características del producto. Estos diseños también serán comparados con los utilizados por la competencia, con la finalidad de llegar a diseños diferenciadores y que den una identidad al producto.

En este proceso creativo, se hará participar también a los clientes potenciales, a través de un Focus Group, con la finalidad que hagan aportes de opinión que permitan un diseño de mayor calidad comunicacional y atractivo que lo que se está usando actualmente.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Imagen corporativa		1
2	Diseño de etiquetas y envases		2
3	Página Web y material publicitario		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
Cristian San Miguel P.	Coordinador	Supervisión de Diseños
Agencia Topp y Brand	Diseñadores Gráficos, Publicistas	Diseños de Imagen, Etiquetas y material Publicitario.
ZT Ingenieros	Diseñadores Gráficos	Diseño de Pág. Web
Siochile	Empresa Servicios	Imprenta

(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 Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

DISEÑO:

ACTIVIDADES /Meses	1	2	3	4	5	6
Diseño Imagen Corporativa			■			
Diseño de Etiquetas			■	■		
Diseño Dóptico			■	■		
Producción Pendón				■		
Diseño Página Web					■	■
Confección envases				■		
Impresión Etiquetas				■		
Impresión Dóptico				■		

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	CRISTIAN ALEJANDRO SAN MIGUEL PINO		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	CHILE		
Región	IX REGION DE LA ARAUCANIA		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
Tipo entidad (A)	Empresas productivas y/o de procesamiento		

(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	CRISTIAN ALEJANDRO		
Apellido Paterno	SAN MIGUEL		
Apellido Materno	PINO		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	TRALLENKO		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	DUEÑO Y ADMINISTRADOR		
Dirección (laboral)			
País	CHILE		
Región	ARAUCANÍA		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
Etnia (A)			
Tipo (B)	PRODUCTOR INDIVIDUAL PEQUEÑO - 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	CRISTIAN ALEJANDRO		
Apellido Paterno	SAN MIGUEL		
Apellido Materno	PINO		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	TRALLENKO		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	DUEÑO Y ADMINISTRADOR		
Profesión	Ingeniero Comercial		
Especialidad			
Dirección (laboral)			
País	CHILE		
Región	ARAUCANÍA		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
Etnia (A)			
Tipo (B)			

(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 Leysner, 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 y 2007

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.

2° Idioma: Inglés nivel intermedio.

Oswaldo Anwandter Araüz

Temuco, Junio 2009.

ANEXO: OTRAS ASESORÍAS REALIZADAS CLASIFICADAS POR ÁREA

Consultor: Osvaldo Anwandter Araúz

INTERNOVA CONSULTORES DE EMPRESAS LTDA.

AREA MARKETING:

Fabrica de confecciones "Snail" - Temuco	mayo 1993industria
Cemento polpaico S.A. - Santiago	octubre 1993industria
Indusmetal Construcciones Ltda. - Temuco	diciembre 1993constructora
Vibrometal Ltda.	jul / agost 1994industria
Taller de Confecciones Juan Aguila- Pto.Domínguez	octubre 1994industria
Federación de Artesanos de la Araucanía	
Taller de Confecciones La Araucana- Pto. Saavedra	octubre 1994artesania
Comercial Arfel Ltda.	marzo 1996comercio
Rustic Art Nouveau L.	marzo / abril 1996industria
Flores y Parra Ltda.	septiembre 1996industria
Conec Industrial	septiembre 1996constructora
Agrofor	octubre 1996comercio
Madmass	diciembre 1996industria
Agrofor	diciembre 1996comercio
Rustic Art Nouveau L.	diciembre 1996industria
R & M Alimentos Concentrados Ltda.	enero 1997industria
Profo - Papas Comuy	febrero 1997agrícola
Profo - Papas Dichas	febrero 1997agrícola
Ladrilleras Melus S.A. - Quepe	junio 1997industria
Esteban Bersezio O.	junio 1997agrícola
Julián García G. Fábrica de Muebles - Villarrica	septiembre 1997industria
S. Agrícola Manzun Ltda. - Gral. López	octubre 1997inmobiliaria
Rafael Fonseca V. - Temuco	diciembre 1997agrícola
Alex Valle Phillipi	febrero 1998turismo
Soc. Agrícola Quintrilpe Ltda.	mayo 1998agrícola
R & M Alimentos Concentrados Ltda.	julio 1998industria
Industrias Kai- kai S.A.	julio 1998industria - turismo
Pandora S.A	abril 1999industria -
Fidel Canseco G.	mayo 1999industria
Pandora S.A	julio 1999industria
Pre-profo - Cunco	agosto 1999turismo
Vicki Johnson - Pto. Varas	septiembre 2000industria

MARKETING

Maestranza Bolomey - Temuco	agosto 1992	industria
Wada Enterprise - Temuco	noviembre 1992	agrícola
Wada Enterprise - Temuco	noviembre 1993	agrícola
Fribranova S.A. - Santiago	abril 1993	industria
Chocolatería Holzapfel - Pucón	diciembre 1993	industria
Mall Mirage - Temuco	marzo 1994	comercio
Proingraf Ltda. Ilsiás Gutierrez P.	junio / julio 1994	industria
Edigra Ltda. Patricio Ormeño	julio 1994	comercio
Nissan Horta Cía.	abril/mayo/junio 1994	comercio
Vibrometal Ltda.	agosto 1994	industria
Ingemec Ltda.	agosto 1994	industria
Turismo Sur América	agosto 1994	turismo
Proingraf Ltda.	septiembre 1994	industria
Chocolatería Holzapfel - Pucón	septiembre 1994	industria
Electrónica Electroservic - Nueva Imperial	sept / oct 1995	comercio
Fca. Muebles Rustic Art - Temuco	oct / nov 1995	industria
Supermercados Acquarela - IX región	oct / nov 1995	comercio
Ladrilleras Melus S.A. - Quepe	agosto 1997	industria
FAT Colectivo - Pucón	enero 1998	turismo
Casas Bozzo Sur L.	marzo 1999	industria

AREA FINANZAS:

Fca. De Muebles "Sodersform" - Temuco	noviembre 1992	industria
Constructora Rucantú - Temuco	marzo 1993	constructora
Soc. Escobillera La Estrella Ltda. - Temuco	junio 1993	industria
Fca. De Cinturones "Cintos" - Temuco	julio 1993	industria
Indusmetal Construcciones Ltda. - Temuco	septiembre 1993	industria
Fca. Muebles "Kinder Mobil" - Temuco	septiembre 1993	industria
Servicentros "Del Canto y Merino Ltda. - Temuco	octubre 1993	comercio
Soc. Escobillera La Estrella Ltda. - Temuco	noviembre 1993	industria
Fca. De Vibrados Juan Navarrete - Temuco	marzo 1994	industria
Corporación Metodista El Vergel - Angol	junio 1994	agrícola
Vibrometal Ltda. Miguel A. Melo	junio 1994	agrícola
Ingemec Ltda. Jorge Huenchufir	agosto 1994	industria
Fca. de Muebles Jaime Grandón - Nueva Imperial	septiembre 1994	industria
Aviagro Ltda. Raúl Ramírez	septiembre 1994	comercio
Servitrán Ltda. Francisco Melo S	septiembre 1994	transporte
Distribuidora Avícola Helia Brevis F.	septiembre 1994	comercio
Corporación metodista el Vergel - Angol	octubre 1994	agrícola
Agencia Lit - Temuco	julio / agosto 1995	transporte
Fca. Muebles Domingo Villa - Nueva Imperial	julio / septiembre 1995	industria
Fca. Muebles Araucanía Ltda.	nov / dic 1995	industria
Fca. Artículos de Protección, Víctor Bórquez	nov / dic 1995	industria
Comercial Arfel Ltda.	febrero / marzo 1996	comercio
Anabalón y compañía Ltda.	marzo 1996	industria
Distribuidora Nazal L	marzo / abril 1996	comercio
Esteban Bersezio U.	abril / mayo 1996	agrícola
Pablo Augsburguer	mayo / junio 1996	agrícola
PFM - Nueva Imperial	junio 1996	comercio
Cabañas Quiño - Lafquen	octubre 1996	turismo

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

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. Reajuste 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, mantenimiento 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 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 destinos 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 la Empresa		■					
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 2 meses.

Este valor incluye trabajo de Asesoría con la empresa, para la implementación del **PLAN DE MARKETING**, orientado a abordar el mercado nacional con los condimentos gourmet en base a Meryén, 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.-

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 diciembre de 2009
Duración (meses)	5 meses

- Calendario de Desembolsos

Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
21/08/2009	Firma de Contrato		
20/11/2009	Aprobación informes técnico y financiero N°1 (Plan de Marketing)		
08/03/2010	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:	12 de octubre de 2009

Informes Financieros	
Informe financiero de avance 1	12 de octubre de 2009

INFORME TECNICO FINAL:	11 de enero de 2010
INFORME FINANCIERO FINAL:	11 de enero de 2010

CONFORME CON PLAN OPERATIVO

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL