

# FORMULARIO PROGRAMA DE TRABAJO

---

OFICINA DE PARTES - FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	10 ABR 2008
Hora	10:45
Nº Ingreso	1692

## CONVOCATORIA 2007

## **TABLA DE CONTENIDOS**

### **A. GENERAL DE LA PROPUESTA**

- I. ANTECEDENTES GENERALES**
- II. OBJETIVOS**
- III. CARTA GANTT**
- IV. HITOS**
- V. PRESUPUESTO CONSOLIDADO**

### **B. PARA CADA INSTRUMENTO**

#### **B1. PROYECTO**

- I. TIPO**
- II. ANTECEDENTES GENERALES**
- III. OBJETIVOS**
- IV. METODOLOGIA**
- V. RESULTADOS E INDICADORES**
- VI. COSTOS Y APORTES**
- VII. EQUIPO PROFESIONAL**
- VIII. APORTES VALORADOS DE LA EMPRESA**
- IX. COTIZACIONES DE MATERIALES E INSUMOS**

FOLIO BASES:		CÓDIGO (Uso interno)	FIA-	-C-2007-1		
--------------	--	----------------------	------	-----------	--	--

## A. GENERAL DE LA PROPUESTA

### I. ANTECEDENTES GENERALES

#### 1. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

Mejora técnica y comercial de la empresa Agroindustria RGR mediante la implementación de una nueva Estrategia de Marketing

#### 2. SECTOR:

Agroindustria

#### 3. PRODUCTO:

Encurtidos

#### 4. REGIÓN:

Araucanía

#### 5. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	10 de marzo
FECHA DE TÉRMINO	30 de septiembre
DURACIÓN	7 meses

#### 6. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA POSTULANTE (Anexos I y II)

NOMBRE EMPRESA	Agroindustria RGR E.I.R.L.
REPRESENTANTE LEGAL:	Ramos Oseas Guillermo Romo Concha
FIRMA	

**II. OBJETIVOS****Objetivo general**

Reposicionar marcas y productos de la empresa a través de una estrategia de marketing, con el propósito de incrementar el potencial comercial del negocio gracias a la mejora de las características técnicas y comerciales de esta.

**III. CARTA GANTT (Presentar en Anexo III)****IV. HITOS****Instrumento 2: Proyecto****1. Testeo de percepción de marca y productos – Mes 2**

Focus Group: Percepción/ Satisfacción / Branding

**2. Evaluación de Canales de Distribución – Mes 4**

Puntos de venta / Ventas duras

**Evaluación de Acciones de Marketing Directo – Mes 4**

Volanteo / Puerta a puerta / Sampling / Promotoras/ Stand / Ventas

**3. Evaluación de resultados del Plan de Marketing – Mes 6**

**Precio:** Interpretación estados de venta/ reflejar aumentos positivos - negativos

**Plaza:** Comportamiento del mercado objetivo medido en ventas / posicionamiento productos nuevos/ reposicionamiento productos antiguos.

**Producto:** Medir nivel de reconocimiento Marca / Degustaciones / Ventas.

**Promoción:** Medir resultados de acciones promocionales: Encuestas / Ventas.

**Consumidores:** Objetivos y Potenciales.

**V. PRESUPUESTO CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA**

Presupuesto consolidado Instrumento 2: PROYECTO

(En M\$ = Millones de pesos chilenos)

ITEM	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	% (1)	M\$	% (1)	M\$	% (1)
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
<b>TOTAL</b>						
<b>%</b>						

**B. PARA CADA INSTRUMENTO****B1. PROYECTO****I. TIPO**

Proyecto

**II. OBJETIVOS****Objetivo Instrumento 2: PROYECTO**

Reposicionar marcas y productos de la empresa a través de una estrategia de marketing, con el propósito de incrementar el potencial comercial del negocio gracias a la mejora de las características técnicas y comerciales de esta.

Nº	Instrumento	Objetivos específicos
1	Proyecto	Elaborar e implementar de un Plan de Marketing
2	Proyecto	Refresh de imagen corporativa, productos y branding
3	Proyecto	Elaborar y lanzar nuevos productos al mercado
4	Proyecto	Difundir campaña publicitaria de promoción y posicionamiento de la empresa

**III. METODOLOGIA****Instrumento 2: PROYECTO**

Para concretar el cumplimiento de cada uno de los objetivos, se propone la siguiente metodología:

**Objetivo Nº1: Elaborar e Implementar un Plan de Marketing**

Durante los dos primeros meses del proyecto, se elaborará el plan de marketing para la empresa, para lo que será necesaria la contratación de una empresa consultora experta en el diseño de planes de marketing, la que implementará una metodología probada en la cual interviene activamente la empresa postulante, además de información de fuentes primarias y secundarias.

Cabe señalar, que previa a la implementación del plan de marketing, el equipo de la empresa debe contar con una capacitación y talleres de trabajo en Gestión de Ventas y Negociación, necesarias para la implementación del plan, ya que se pretende no sólo cambiar la estrategia comercial de la empresa, sino que además las capacidades y el espíritu de los empleados con ésta.

Una vez que el plan de marketing sea presentado a la empresa, deberá comenzar su implementación (tercer mes), momento en el cual se ejecutarán, entre otras actividades, el lanzamiento de la nueva imagen corporativa de la empresa y de los nuevos productos desarrollados, además de aplicar las estrategias diseñadas para los canales de distribución y negociación, producir las piezas y soportes publicitarios y promocionales, implementar un Sistema de Control de Base de Datos de distribuidores, canales, hacer controles de la estrategia de precio/plaza/mercado objetivo y promoción propuestos, entre muchas otras.

Durante este proceso, se propone realizar una evaluación permanente de las acciones de marketing propuestas, con el objetivo de asegurar la efectiva ejecución de las actividades y replantear la estrategia, si así fuese necesario. Para el cierre del plan de marketing (último mes del proyecto) se contará con un informe de Evaluación de la Implementación del Plan de Marketing, el cual lo realizará la empresa consultora.

Cabe destacar que durante los procesos de elaboración e implementación del plan de marketing, la empresa consultora paralelamente supervisará y asesorará a la empresa postulante en todas las actividades a realizar durante el proyecto (diseño sitio web, replanteamiento de marca, compra de equipos, lanzamiento de campaña publicitaria, entre otras).

**Objetivo N°2: Refresh de imagen corporativa, productos y branding.**

De forma paralela a la elaboración del plan de marketing, es necesario implementar una conversión de la imagen corporativa y branding de la empresa, incluyendo su propuesta de valor y oferta productiva. Para el cumplimiento de esto se propone contratar a una empresa o publicista experto, el cual debe hacer un replanteamiento de la marca CREMOS, incluyendo el diseño de etiquetas, envases, regalos corporativos, entre otros. Para la aprobación de la nueva imagen corporativa, productos y branding, se realizará un Testeo de la percepción de expertos mediante un Focus Group, donde evaluará el potencial comercial de los temas en cuestión.

Paralelamente, se diseñará el sitio web de la empresa, como una fuente de información e interacción con los clientes, convirtiéndose incluso en un nuevo canal de distribución para los diferentes productos y ofertas de la empresa. Complementariamente, se desarrollará la nueva papelería, logo, etiqueta, envases, empaques, merchandising, stand, puntos de venta, además de la organización y ejecución del lanzamiento del sitio web, entre otras.

**Objetivo N°3: Elaborar y lanzar nuevos productos al mercado.**

Para la elaboración de los nuevos productos, la empresa requerirá la compra de nuevos equipos e insumos, tales como envases, etiquetas, papelería, entre muchos otros. Para esto, se realizarán actividades de prospección comercial con proveedores de maquinarias, con el objetivo de buscar la alternativa más conveniente para la empresa.

Durante el proceso de lanzamiento de los nuevos productos (en paralelo a las actividades del objetivo N°2) se propone realizar actividades de prospección comercial con potenciales clientes, donde se dará a conocer el portafolio de productos que ofrece la empresa, esperando concretar nuevos acuerdos comerciales con potenciales clientes, que en la actualidad no se pueden satisfacer con las ofertas de la empresa.

**Objetivo N°4: Difundir campaña publicitaria de promoción y posicionamiento de la empresa.**

Una vez desarrollado el plan de marketing, la imagen corporativa, y obtenidos los nuevos productos, se difundirá la campaña publicitaria de promoción y posicionamiento de la empresa. Para esto es necesaria la producción de las distintas piezas y soportes publicitarios y promocionales que se utilizarán en esta actividad. Además de la realización de actividades de promoción puerta a puerta, volanteo, sampling, stand, promotoras en supermercados, restaurantes, ferias y exposiciones (si se realizará alguna durante los meses del proyecto), e-mailing, entre muchos otros.

**IV. RESULTADOS E INDICADORES**

Resultado o producto		Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
Nº	Nombre			
1	<b>Plan de Marketing</b>	Elaboración de un documento detallado con lineamientos estratégicos de la empresa, y la cronología de ejecuciones y acciones que debe desarrollar.	Documento Plan de Marketing	1
2	<b>Imagen Corporativa</b>	Desarrollo de un manual de identidad de marca corporativa, diseño etiquetas, envases, productos y distintos documentos de gestión.	Libro de Marca y Respaldo Digital	2
3	<b>Nuevos Productos</b>	Lanzamiento de nuevos productos y entrega de envases corpóreos con etiqueta y textos legales	Al menos 2 productos corpóreos	3
4	<b>Campaña Publicitaria</b>	Implementar campaña publicitaria de promoción y posicionamiento de la empresa	Batería de piezas impresas de todos los soportes gráficos y corpóreos a utilizar	4

**V. ESTRUCTURA DE COSTOS Y APORTES**

En el archivo Excel que se adjunta, "Estructura de Costos y Aportes.xls" deben completarse los siguientes cuadros:

**Flujo mensual de Aportes FIA de cada instrumento**

Flujo mensual de Aportes FIA Instrumento 2: PROYECTO (En M\$ = Millones de pesos chilenos)

ITEM	Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
RRHH							
EQUIPAMIENTO							
INFRAESTRUCTURA							
VIATICOS/MOVILIZACION							
MATERIALES E INSUMOS							
SERVICIOS DE TERCEROS							
CAPACITACION							
DIFUSION							
GASTOS GENERALES							
GASTOS DE ADMINISTRACION							
IMPREVISTOS							
<b>TOTAL</b>							

**Flujo mensual de Aportes Empresa de cada instrumento**

Flujo mensual de Aportes Empresa Instrumento 2: PROYECTO (En M\$ = Millones de pesos chilenos)

ITEM	Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
RRHH							
EQUIPAMIENTO							
INFRAESTRUCTURA							
VIATICO/S/MOVILIZACION							
MATERIALES E INSUMOS							
SERVICIOS DE TERCEROS							
CAPACITACION							
DIFUSION							
GASTOS GENERALES							
GASTOS DE ADMINISTRACION							
IMPREVISTOS							
<b>TOTAL</b>							

**Flujo mensual total (Aportes FIA y Empresa) de cada instrumento**

Flujo mensual total (Aportes FIA y Empresa) Instrumento 2: PROYECTO (En M\$ = Millones de pesos chilenos)

ITEM	Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
RRHH							
EQUIPAMIENTO							
INFRAESTRUCTURA							
VIATICOS/MOVILIZACION							
MATERIALES E INSUMOS							
SERVICIOS DE TERCEROS							
CAPACITACION							
DIFUSION							
GASTOS GENERALES							
GASTOS DE ADMINISTRACION							
IMPREVISTOS							
<b>TOTAL</b>							

**Presupuesto consolidado del instrumento**

Presupuesto consolidado Instrumento 2: PROYECTO (En M\$ = Millones de pesos chilenos)

ITEM	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	% (1)	M\$	% (1)	M\$	% (1)
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
<b>TOTAL</b>						
<b>% (2)</b>						

**NOTAS:**

- Parte del aporte de la empresa para los **ITEM EQUIPAMIENTO e INFRAESTRUCTURA** es valorado, ya que existen en la actualidad. Para el primer ITEM el aporte es de y para el segundo de El detalle de estos se encuentra en el anexo VIII.
- Para el **ITEM MATERIALES E INSUMOS** es necesaria la compra de envases, etiquetas, entre otros. Este ITEM depende de manera fundamental de otras actividades o etapas del proyecto. Las estimaciones en cuanto al costo se calcularon en base a contactos con algunas empresas proveedoras, las cuales como requisitos requieren de ciertas cantidades mínimas de compra de productos. Además como se espera contar con nuevos diseños de envases, etiquetas, entre otros, por lo que comprar en pequeñas cantidades no es factible. En el Anexo IX se adjuntan cotizaciones de algunos insumos necesarios para la elaboración de los actuales productos.
- Para el **ITEM RRHH** se requiere de 3 puestos de trabajo: 2 operarios y un vendedor. Las funciones de los primeros son todas las actividades necesarias para producir los productos de la empresa, las que se pueden resumir en recepción y preparación de los insumos para elaborar los productos, embalaje y despacho. Para el caso del vendedor este cumple las actividades relacionadas con la venta de los productos como coordinación de ventas, búsqueda de clientes, entre otras.

- Para el **ITEM CAPACITACION A TERCEROS** se solicitó una cotización para diseño de imagen corporativa la cual tiene un costo de + IVA, es decir, un valor total de (En la planilla de costos y aportes se puede observar que su valor es de
- Dentro del **ITEM DIFUSIÓN** se espera realizar actividades como Degustaciones, Focus Group para captar percepciones tanto de productos como nueva imagen corporativa, lanzamiento en medios publicitarios, promociones puerta a puerta, volanteo, stand en supermercados, entre otras. Algunos de los insumos necesarios para la ejecución de estas actividades serian impresión de material promocional, mesón araña, papelería, folletería, tarjetas, trípticos, impresión de imagen para vehículo corporativo, pendones, poleras, entre otros.

**VI. EQUIPO PROFESIONAL**

<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Función o tarea a desarrollar</b>	<b>Instrumento</b>
INCUBATEC – Incubadora de Negocios de la Universidad de la Frontera	Consultor	Elaboración de Plan de Marketing y supervisión de este.	Proyecto
Schleyer Publicidad y Diseño	Diseñador Gráfico	Replanteamiento de Marcas y diseño de imagen corporativa de la empresa	Proyecto
Diseño de Sitio Web	Empresa de servicios informáticos	Desarrollo de sitio web corporativo de la empresa	Proyecto
Consultora Genesis	Consultor	Empresa dictará capacitación en Gestión de Ventas y Trabajo en Equipo	Proyecto
SurModel	Productora de eventos	Contratación de promotoras para distintos eventos (degustaciones, publicidad, entre otras)	Proyecto
Carla Pineda Soto	Chef	Preparación de platos para degustaciones de productos	Proyecto

NOTA: Los Currículum Vitae de las empresas y/o personas naturales a contratar para Servicios de Terceros se adjuntan en cada cotización.

## **ANEXOS**

## ANEXO I: FICHA DE DATOS INSTITUCIONALES

**Ficha Empresa Postulante**

<b>Nombre de la organización, institución o empresa</b>	RAMON OSEAS GUILLERMO ROMO CONCHA E.I.R.L		
<b>RUT de la Organización</b>			
<b>Tipo de Organización</b>	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Dirección</b>			
<b>País</b>	Chile		
<b>Región</b>	Araucanía		
<b>Ciudad o Comuna</b>			
<b>Fono</b>			
<b>Fax</b>			
<b>Email</b>			
<b>Web</b>			
<b>Tipo entidad (C)</b>	Empresa Productiva y/o Procesamiento		

## ANEXO II: FICHA DE DATOS PERSONALES

**Ficha Representante(s) Legal (es)**

(Esta ficha debe ser llenada tanto por el Representante Legal de la Empresa que postula)

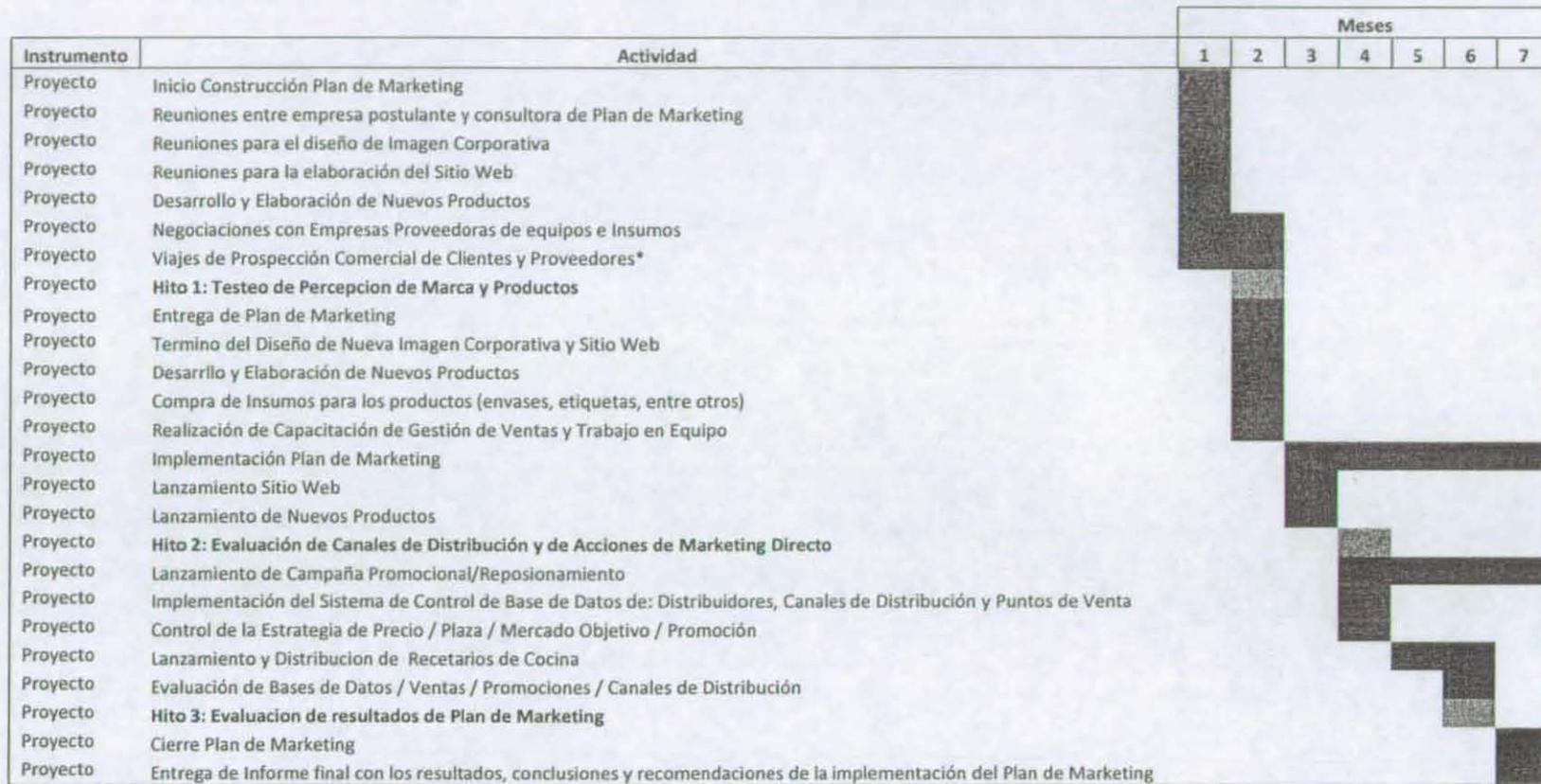
<b>Nombres</b>	Ramón Oseas Guillermo		
<b>Apellido Paterno</b>	Romo		
<b>Apellido Materno</b>	Concha		
<b>RUT Personal</b>			
<b>Nombre de la Organización o Institución donde trabaja</b>	Agroindustria RGR E.I.R.L		
<b>RUT de la Organización</b>			
<b>Tipo de Organización</b>	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Cargo o actividad que desarrolla en ella</b>	Gerente		
<b>Dirección (laboral)</b>			
<b>País</b>	Chile		
<b>Región</b>	Araucanía		
<b>Ciudad o Comuna</b>			
<b>Fono</b>			
<b>Fax</b>			
<b>Celular</b>			
<b>Email</b>			
<b>Web</b>			
<b>Género</b>	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
<b>Etnia (A)</b>			
<b>Tipo (B)</b>	Productor individual pequeño		

**Ficha Coordinador**

(Esta ficha debe ser llenada tanto por el Coordinador de la propuesta)

<b>Nombres</b>	Ramón Oseas Guillermo		
<b>Apellido Paterno</b>	Romo		
<b>Apellido Materno</b>	Concha		
<b>RUT Personal</b>			
<b>Nombre de la Organización o Institución donde trabaja</b>	Agroindustria RGR E.I.R.L		
<b>RUT de la Organización</b>			
<b>Tipo de Organización</b>	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Cargo o actividad que desarrolla en ella</b>	Gerente		
<b>Profesión</b>	Comerciante		
<b>Especialidad</b>			
<b>Dirección (laboral)</b>			
<b>País</b>	Chile		
<b>Región</b>	Araucanía		
<b>Ciudad o Comuna</b>			
<b>Fono</b>			
<b>Fax</b>			
<b>Celular</b>			
<b>Email</b>			
<b>Web</b>			
<b>Género</b>	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
<b>Etnia (A)</b>			
<b>Tipo (B)</b>	Productor individual pequeño		

**ANEXO III: CARTA GANTT GENERAL DE LA PROPUESTA**



\*Es necesaria una evaluación final de la Implementación del Plan de Marketing, para chequear el estado de los objetivos propuestos.

**ANEXO IV. COTIZACIONES Y CURRICULUM VITAE DE CONTRATACION DE SERVICIOS DE TERCEROS**



**incubatec**  
business innovation

INCUBATEC

# PROPUESTA PLAN DE MARKETING

- Enero 2008 -



Señor

Guillermo Romo

Presente

La Universidad de La Frontera nace como institución autónoma el 10 de marzo de 1981, a través de la fusión de las sedes locales de la Universidad Técnica del Estado y de la Universidad de Chile. Es una Corporación de Derecho Público, de carácter autónomo y con patrimonio propio. Su condición de estatal indica su pertenencia a toda la comunidad regional y nacional, su deber al bien común y al desarrollo de ésta. Ello le impone un compromiso ineludible con la equidad, la pluralidad y la democracia.

La Universidad de La Frontera se ubica en la Novena Región de La Araucanía, su casa central está en la ciudad de Temuco, y cuenta con dos Sedes, en las ciudades de Angol y Pucón. Esta ubicación agrega a su misión genérica de Universidad de aportar al mejoramiento en la educación, cultura, ciencia y tecnología, su compromiso con el desarrollo regional.

La Universidad de La Frontera es la única Universidad Estatal Derivada ubicada en la IX Región de La Araucanía, lo que significa la oportunidad de asumir cabalmente la responsabilidad social inherente a esta condición, constituyéndose en la principal entidad de referencia para la actividad universitaria regional, lo que se ratifica con la cantidad y calidad de postulaciones a sus carreras, el sostenido crecimiento de su producción en investigación y más recientemente con la obtención de la Acreditación Institucional, por la CNAP, en los ámbitos de Gestión, Docencia de Pregrado e Investigación, por un período de cuatro años.

La Universidad cuenta con cinco Institutos Interdisciplinarios de Desarrollo: Agroindustria, Medio Ambiente, Estudios Indígenas, Informática Educativa, y el de Desarrollo Local y Regional; cuyo objetivo es estimular grupos de trabajo multidisciplinarios, con énfasis en investigación aplicada, en prestaciones de servicio, capacitación y asistencia técnica. Además, dependientes de las facultades están los Centros de Excelencia, que orientan su labor prioritariamente a la investigación científica y al desarrollo tecnológico en torno a un área temática específica. Actualmente existen tres Centros de Excelencia, el Centro de Biotecnología de la Reproducción y el Centro de Excelencia en Capacitación, Investigación y Gestión para la Salud basada en Evidencias, ambos en la Facultad de Medicina; y el Centro Modelación y Computación Científica, en la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración.

## MISIÓN

La Universidad de La Frontera es una institución de Educación Superior estatal y autónoma, socialmente responsable, ubicada en la Región de La Araucanía. Tiene como misión contribuir al desarrollo de la región y del país mediante la generación y transmisión de conocimiento, la formación de profesionales y postgraduados, el cultivo de las artes y de la cultura. Asume compromiso con la calidad y la innovación, con el respeto por las personas, con el respeto por entorno y la diversidad cultural, con la construcción de una sociedad más justa y democrática.



### Antecedentes Institucionales

- N° total de funcionarios de la Universidad  
Se incluye el Estamento Directivo, Académico y Administrativo

Funcionarios Universidad : 1.272

- Cantidad de proyectos MECESUP adjudicados y ejecutados, y la cantidad de dinero que han aportado a la Universidad.

La Universidad de La Frontera desde el año 1998, se ha adjudicado 2 proyectos de Convenio de Desempeño y 24 proyectos MECESUP, los cuales han permitido a la institución la captura de

De los cuales 3 han sido en la línea de apoyo al Postgrado, 1 en la línea de apoyo a la Gestión Institucional, 17 en la línea de apoyo al Pregrado y 3 en la línea de apoyo a la Formación de Técnicos de Nivel Superior.

Los proyectos se han desarrollado con un importante apoyo financiero de la Institución, el cual asciende a

La totalidad de los recursos involucrados en los proyectos MECESUP asciende a la suma de

- Proyectos de Investigación

La investigación científica y el desarrollo tecnológico constituyen la función académica básica que más distingue y diferencia a la Universidad de La Frontera de otras instituciones de educación superior de la región. La misión Institucional consiste en realizar un aporte efectivo a la generación e incremento del conocimiento, tanto en el ámbito de la investigación pura como aplicada, lo que se reflejará en una docencia actualizada, basada en los últimos adelantos científicos y tecnológicos, como también en una participación significativa de su cuerpo académico en eventos, publicaciones y otros instrumentos de difusión científica.

La Universidad de La Frontera a través de la Vicerrectoría de Investigación y Postgrado (VRIP) estimula la generación de conocimiento, promoción y transferencia científico tecnológica y difusión efectiva a la comunidad científica regional, nacional e internacional. En el presente año se encuentran en ejecución 35 proyectos FONDECYT (Concurso Regular e Incentivo a la Cooperación Internacional); 7 becas CONICYT de Doctorado en el programa de Recursos Naturales, 3 becas CONICYT de Magíster; 8 proyectos FONDEF; 2 Proyectos Bicentenario para Inserción de Investigadores/as Postdoctorales en la Academia; y 101 proyectos con financiamiento interno. Esta actividad da origen a una importante cantidad de publicaciones científicas en revistas especializadas nacionales e internacionales; teniendo desde el año 2004 un total de 145 publicaciones ISI registradas en la base ISI Web of Science.



## Proyectos de ciencia y tecnología

### Programa Bicentenario de ciencia y Tecnología:

- Consorcio de Investigación Tecnológica en Salud. Centro de Tecnología e Innovación para el Cáncer – CTI-Salud, 2005.

### Proyectos FONDEF como Institución Principal y coejecutora:

- D00I1177 Modelo de Educación para el Desarrollo en Liceos de Localidades Pequeñas y Economía Marginal
- D00I1179 Desarrollo de un Portal De Telecentros Para Redes Comunitarias
- D02I1024 Productos Terapéuticos para la Disfunción Eréctil e Insuficiencia Cardíaca a partir del Veneno de *Latrodectus Mactans* de Chile.
- D97I1002 Desarrollo Agroindustrial de la Hortofruticultura en la IX Región: Producción y Procesamiento.
- D97F1006 Laboratorio Integrado de Sistemas de Información Geográfica, Diseño de Procesos de Manufactura y Sistemas Informáticos para la Gestión.
- D97I2005 Mejoramiento del Sistema de Producción y Calidad de Semillas Forrajeras y Césped para Exportación.
- D99I1025 Desarrollo de Prebióticos, Cofactores y Prebióticos (Mezcla Simbiótica) para Alimentación Animal.
- D02I1024 Sist. de ahorro de energía eléctrica de tracción para trenes urbanos como plataforma de exportación de servicios Tecnológicos.
- D03I1034 Aeroplataformas Globo-Antena como base de un sistema de radiocomunicación digital para redes inalámbricas IP
- D03I1106 Desarrollo de sistemas de control en equipos de combustión mediante análisis fónico en línea de la llama
- AQ04I1025 Diseño de una estrategia de control integrado del piojo de mar, *Caligus rogercresseyi*, mediante uso semioquímicos
- DO4T2012 Promoción y comercialización de servicios tecnológicos a partir de productos naturales de avellana por medio de una unidad estratégica de negocios.
- D02I1024 Productos Terapéuticos para la Disfunción eréctil e insuficiencia cardíaca a partir del veneno purificado de *Latrodectus mactans* de Chile.
- D03I1079 *Deschampsia* antártica desv prospección de Genes y agentes fotoprotectores ultravioleta para su uso en la industria farmacéutica
- SA04I2082 Planificación familiar desarrollo y aplicación de una escala de percepción de las usuarias sobre elección informada en la planificación familiar
- D04I1177 Diseño, desarrollo, evaluación y empaquetamiento en ciencias y matemáticas para la enseñanza primaria que integran recursos educativos digitales y no digitales, vinculando las experiencias
- D00I1026 Redes Ópticas para Internet del Futuro.
- D01I1027 Infraestructura de Redes de Nueva Generación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología.
- D01I1139 Desarrollo de Productos Orgánicos y Funcionales en Base a la Avellana (*Gevuina Avellana Mol*) y Creación de Mercados para su Consumo.
- D02I1054 Servicios y Aplicaciones de Alto Rendimiento sobre Redes de Tercera Generación.
- D96I1014 Producción de Fructosa y Oligosacáridos a partir del cultivo de Topinambur (*Helianthus Tuberosa*) en la novena y décima regiones.



## CORFO

- Proyecto 01CR3FT-01 Aumento de la productividad en las plantaciones de Eucalyptus glóbulos en las IX y X Regiones por la obtención de árboles elite tolerantes a ataques de hongos defoliantes (Mycosphaerella spp)  
Nombre Director : Dra. Ana Gutiérrez
- Proyecto 01CR3IC-01 Incubación de Negocios en Tecnologías de La Información y las Comunicaciones desde la Región de la Araucanía.  
Director: Mg. Carlos Fernando Cares
- Proyecto ID-01 Difusión Multimedial Inalámbrica.  
Director: IP Sandra Jaque
- Proyecto 05CT5TIP-04 Red Inalámbrica IX Región  
Director : Raul Burgos
- Proyecto 05PFC01X-18 CENTRO DE INTELIGENCIA DE SISTEMAS PRODUCTIVOS  
Director : Carlos Isaacs
- Proyecto 05INCUBA-006 Fortalecimiento INCUBATEC  
Director : Carlos Isaacs



## INCUBATEC, INCUBADORA DE NEGOCIOS

Teniendo en consideración los objetivos institucionales básicos de la Universidad de La Frontera, que se encuentran consagrados en la Ley Orgánica Constitucional de Educación Superior y en su texto legal fundacional, los que se relacionan con el impulso, apoyo y desarrollo de las ciencias y tecnología que requieran las micro, pequeñas y medianas empresas de la Novena Región, constituye un objetivo especial fomentar las actividades que cumplen dicha finalidad, entre las que se encuentra la creación y desarrollo de empresas en el ámbito de las tecnologías de la información y las comunicaciones, basadas en las motivaciones de la comunidad académica y estudiantil de la Universidad de la Frontera, para fortalecer su capacidad emprendedora que, finalmente, permita desde el inicio de un proyecto sólido y sustentable, convertirlo en una empresa desarrollada, con personalidad jurídica propia que se desempeñe independientemente en el mundo de los negocios y de su giro, con serias probabilidades de mantenerse en el tiempo.

Para desarrollar tales objetivos, la Universidad de la Frontera, postuló al llamado de la CORFO en el Comité de Fondo de Desarrollo e Innovación (FDI) en el III Concurso Nacional de Proyectos IX y X Regiones FDI 2001, con el Proyecto "INCUBATEC: Incubación de negocios en tecnologías de la información y de las comunicaciones desde la Región de la Araucanía Chile" obteniendo el subsidio de dicho llamado a Concurso el 3 de Diciembre el año 2001.

El Convenio-Subsidio, celebrado entre CORFO y la Universidad de La Frontera, tiene por objeto generar una Incubadora de Negocios que apoye e incentive la creación y desarrollo de empresas, en el ámbito de las tecnologías de la información y comunicaciones, basadas en las fortalezas de la comunidad académica y estudiantil de la Región de la Araucanía, y en particular de la UFRO, para fomentar un sector productivo emergente.

Puesto en ejecución el Proyecto referido, dentro de la Universidad, se creó una unidad funcional, sin formalidad orgánica, denominada "INCUBATEC", Programa de Creación de Empresas de Base Tecnológica de la Universidad de La Frontera, la cual tiene como objetivo dar respuesta a la necesidad de generar las estructuras y acciones de apoyo a la creación y consolidación de iniciativas empresariales innovadoras, integrando los esfuerzos del sector público, académico y privado.

En esta unidad y con el fin de apoyar a la creación de empresas innovadoras con acceso a fuentes de financiamiento, INCUBATEC se inscribe en Octubre de 2005 en el registro de ENS que le permite patrocinar líneas de financiamiento Capital Semilla CORFO. Desde la fecha INCUBATEC ha postulado 23 PERFILES DE CAPITAL SEMILLA, de los cuales se ha adjudicado 21 proyectos, siendo uno de estos el "Apoyo a la elaboración de proyectos capital semilla para nuevos e innovadores emprendimientos de la IX región de la araucanía"



PROYECTOS INNOVA CORFO

ADJUDICADOS DESDE OCTUBRE 2005

Nº	Proyecto	Beneficiaria
1	Sabores Bokka	Cristian Bockanegra
2	Unidad Wireles para la implementación de redes inalámbricas de última milla	Raúl Burgos
3	TELO; Teléfono móvil desarrollado para ser usado en vehículos de transporte público	Gonzalo Isaacs
4	Kit de inducción de estímulo musical para activación de estructuras cerebrales en la gestión y primera infancia	Fernando Romero
5	Cervezas Pehuén	Rodrigo Clavijo
6	Elaboración de productos gourmet de murtillas nativa del sur del mundo	Carlos inostroza
7	Desarrollo de contenidos multimedia para educación	Leonardo lopez
8	Taller y Laboratorio Móvil Autónomo de Asistencia en Seguridad y Protección contra Incendios	Álvaro Pino
9	Filtro para efluentes de limpiezas de redes (Filtro 8a-T)	Nataniel Malebran
10	Modelo de Gestión Integral de Odontología	Damarys Aeschlimann
11	Aditivo para alimentos a base de hongo lactarius	Sociedad los coigües ltda
12	Busca pensión	Leonardo Andrés Barrientos Cofré
13	Cabi-carro para transporte de niños	Marco Antonio Zirottl Kehr
14	Comercio ambiental y ecocultural	Jaime Leonardo Jofré Pardo
15	Cosméticos funcionales y terapéuticos de arandanos	Gerhard Heinrich Vorpahl López
16	Elaboración de insumos para embutidos	Sociedad Los Coigües Ltda.
17	Estufa a kerosén por mecha de baja potencia	Jorge Brand Deisler Industrial y Comercial e.i.r.l.
18	Estufa a parafina, económica - no contaminante	Jorge Alberto Brand Deisler
19	Indaga Ciencias	Indaga Ciencias
20	JaSem, jugando a ser empresario	Entretenimientos Queulat e.i.r.l.
21	Planta de tratamiento industrial de residuos sólidos	TrygerItda.
22	Rebotador de radiación ultravioleta	Cesar Antonio Morales Guiñez
23	Servicio de captura remota de datos de cosecha	Tide S.A. (Tecnología Integración y Desarrollo S.A)
24	Venta de plantas de tratamiento industrial de rsd	Tryger Itda.
25	Water tulips tulipanes todo el año	Ramón Andrés Cartes Peña



incubatec  
business innovation

## PROPUESTA TÉCNICA

- 1. OBJETIVO:** Elaborar un Plan de Marketing para la empresa Agroindustria RGR E.I.R.L definiendo los lineamientos estratégicos para redefinir y reposicionar el negocio. Además Incubatec, asesorará a la empresa durante el proceso de implementación del plan, supervisando el cumplimiento de los objetivos y estrategias propuestas en el plan.
- 2. PLAN DE TRABAJO:** Para la elaboración del Plan de Marketing se propone periodo de 35 días hábiles, 10 días para recolectar información de distintas fuentes (primarias y secundarias) y 25 para la construcción del plan. Dentro de este periodo se espera realizar al menos 3 reuniones con el cliente, para ir revisando los avances del plan. El comienzo de la implementación del plan no debe ser más allá de los 10 días de finalizado el Plan de Marketing, donde Incubatec asesorará a el empresario al cumplimiento de los objetivos y las actividades a desarrollar propuestas en el plan.
- 3. PLAN DE MARKETING:** A continuación de detallan los puntos a desarrollar en la propuesta:

PLAN DE MARKETING	
1.	INTRODUCCION
2.	DEFINICION DE IDENTIDAD DE MARCA
3.	SITUACION ACTUAL
3.1.	Análisis de Tendencias de Mercado
3.2.	Descripción Cualitativa del Producto
	i. Línea Cremos
	ii. Línea Dimel
4.	INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA
4.1	Conclusiones Investigación Exploratoria
	i. Mercado
	ii. Competencia
5.	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA
5.1.	Segmentación de Mercado
5.2.	Cálculo de tamaño de muestra para investigación descriptiva
5.3	Competidores
	i. Naturaleza de la competencia actual/probable
	ii. Competidores Actuales y Potenciales (y/o rivales)
	iii. Barreras competitivas por superar y fuentes de posible ventaja competitiva
6.	OBJETIVOS
6.1.	Proyecciones Financieras
6.2.	Objetivos de Marketing
7.	MARKETING ESTRATEGICO
8.	MARKETING OPERATIVO
8.1.	Plan de Posicionamiento
8.2	Estrategia de Precio
8.3	Estrategia de Producto
8.4	Estrategia Publicitaria
8.5	Estrategia de Distribución
8.6	Estrategia de Personas
9.	CONCLUSIONES PLAN DE MARKETING
	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN



4. **EVALUACION DE IMPLEMENTACION:** Durante el proceso de implementación del plan de marketing se realizarán dos evaluaciones. La primera al segundo mes de implementación con el objetivo de evaluar si las acciones propuestas son óptimas. Una segunda evaluación y final, se realizará al término del proyecto con el objetivo de definir algunos lineamientos estratégicos a seguir en el futuro.

### PROPUESTA ECONÓMICA

En consideración de los puntos tratados anteriormente la propuesta económica que se presenta es la siguiente:

PROPUESTA ECONÓMICA	
• ELABORACIÓN DE PLAN DE MARKETING	
• SUPERVISIÓN DE IMPLEMENTACIÓN DE PLAN DE MARKETING	

\*Periodo de ejecución y supervisión 6 meses

La forma de pago es:

- por la elaboración del documento **Plan de Marketing**. Este pago se realizará en 2 cuotas iguales, la primera por adelantado y la segunda una vez entregado el documento.
- divididos en 4 cuotas mensuales por el periodo de supervisión de la implementación del plan, el cual tendrá una duración aproximada de 4 meses.

Este servicio lo llevará a el equipo de la incubadora de negocios – Incubatec, donde se encuentran los Curriculum Vitae en el **Anexo 1**.

EQUIPO INCUBATEC  
31 de enero de 2008



## ANEXO 1.

### RESUMEN CURRICULAR

**Carlos Enrique Isaacs Bornand (38)**, es Ingeniero Civil Industrial (Universidad de La Frontera), Magister en Administración de Empresas (Universidad Austral de Chile) y Diplomado en Gestión de Empresas (Universidad Austral de Chile). Cuenta además con estudios presenciales avanzados en:

"Gestión de Proyectos". IESE, Universidad de Navarra, España (2003)

"Driving Strategic Innovation". IMD (Suiza) - MIT(USA) (2006)

"Leading Innovative Enterprises". MIT (USA) (2007).

En la actualidad es **Director de Innovación y Transferencia Tecnológica** de la Universidad de La Frontera y académico del Departamento de Ingeniería Química. Entre sus participaciones relevantes se cuenta:

- Presidente del directorio de la empresa de base tecnológica CTI-Salud S.A. adjudicataria de fondos consorcios tecnológicos del PBCT (2007 a la fecha).
- Director ejecutivo de la Incubadora de Negocios de la Universidad de La Frontera, **INCUBATEC**, 2006 a la fecha. [www.incubatec.cl](http://www.incubatec.cl)
- Miembro del Directorio del Centro de Genómica Nutricional Agroacuícola (CONICYT-PBCT-Gobierno Regional de La Araucanía). 2006 a la fecha.
- Miembro del Directorio de la Fundación FUDEA, 2005 a la fecha.
- Miembro del directorio de la **Red de la Madera IX región** (programa Chilecalifica), 2003 a la fecha.
- Representante institucional **FONDEF** (Conicyt), 2001 a la fecha. [www.fondef.cl](http://www.fondef.cl)
- Participante del **Comité Relator de la Agenda Procrecimiento IX Región** 2003.

#### Proyectos Relevantes (5 últimos años):

- Consultor Senior del estudio PTI "Etapa de diseño, programa territorial integrado de proteínas vegetales para la industria agroalimentaria de la región de La Araucanía". CORFO 2007
- Director del proyecto "Incubatec, Incubadora de Negocios de base Tecnológica para la Región de La Araucanía", Financiado por INNOVACHILE, 2005.
- Director del Estudio "Centro de Inteligencia de Sistemas productivos", INNOVA 2006.
- Director del proyecto "Innovación en la creación de modelos de negocio. Análisis de mejores prácticas, aplicables a la industria nacional y regional de exportación" PBCT, 2006
- Consultor responsable del Estudio "Identificación y Elaboración de Planes de acción de Clusters Exportadores en la IX Región de La Araucanía", Prochile 2005.
- Director del estudio desarrollado por Instituto de Agroindustria Universidad de La Frontera: **Estrategia Nacional de Exportación de Miel**. Prochile, 2004.



- Director del estudio desarrollado por Instituto de Agroindustria Universidad de La Frontera 2004: **Potencial Exportador del Pequeño y Mediano Productor Agropecuario de la IX región.** Gobierno Regional de La Araucanía. 2004.
- Co-investigador en el proyecto de Investigación y Desarrollo " **Productos Terapéuticos para disfunción eréctil e insuficiencia cardíaca a partir del veneno purificado de *latrodectus mactans* de Chile**". Fondef D0211024, (3 años) 2003 -2006.
- Co-investigador del proyecto de investigación y desarrollo "Fondef D9712005, **Producción de Semillas Forrajeras y de Césped para Exportación**"(3 años) 1999-2001.
- Co-investigador del proyecto de innovación tecnológica "Fontec **producción de Tulipanes con Calidad de Exportación en la IX Región**", 1996-1999
- Co-investigador en el proyecto "Fondef D97T1014, **Centro de Gestión y Transferencia Tecnológica**", 1998.



CLAUDINA TERESA URIBE BÓRQUEZ

---

Nacionalidad: Chilena

## EDUCACIÓN

---

1998-2003      Universidad      Austral      de      Chile      (UACH),  
Valdivia.

Ingeniería Comercial, Mención en Administración, Licenciatura en Administración.

2003-2006      Universidad      Austral      de      Chile      (UACH),  
Valdivia.

Magíster en Economía y Gestión Regional.

## EXPERIENCIA LABORAL

---

Septiembre 2006 a la  
Fecha

**UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA**  
Sub Gerente Emprendimiento INCUBATEC

Docente de Fortalecimiento del Espíritu Empresarial- 1er. Año Ingeniería Ejecución en Administración- UFRO.

Planificación Estratégica de implementación de nuevos procesos y formas de trabajo para el incentivo del emprendimiento regional.



Coordinación de actividades del área de emprendimiento de la Incubadora de Negocios. Dirección de 4 profesionales para el alcance de metas y objetivos en función de la colocación de recursos y líneas de proyectos de emprendimiento e innovación.

Enseñanza del proceso de administración y planificación estratégica en los negocios (elaboración de Business Plan)

Enero a Agosto de 2006

**UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA**

Ejecutivo de proyectos INCUBATEC.

Elaboración de proyectos de emprendimiento e inversión para negocios innovadores.

Junio 2003-Enero 2006

**RED DE FLORES- PRORUBRO INDAP**

Gerente Comercial, Red de Flores de la IX Región

Planificación y dirección sistemas de producción y comerciales de asociación gremial productores de flores (150 agricultores AFC)

Organización de seminarios de contexto internacional

Organización de gira de prospección comercial al mercado externo (Colombia).

Elaboración y adjudicación de proyectos de inversión (PDI), para proyectos asociativos e individuales.

Dirección de Asistencia Técnica y comercial asociativa e individual (SAT-INDAP)

**IDIOMA EXTRANJERO**

---

Inglés hablado y escrito nivel avanzado.



## LOGROS LABORALES

---

Agosto a los días	<b>INCUBATEC</b> Reestructuración de la Incubadora de Negocios (julio de 2006 crisis por bajos resultados). A los días más de 25 empresas Incubadas y con acceso a financiamiento.
Septiembre de 2006	<b>RED DE FLORES</b> Organización de Seminario Internacional de Flores en la IX Región, convocatoria nacional (200 asistentes).
Enero de 2005	<b>RED DE FLORES</b> Exitoso proceso exportador de flores de corte
Julio de 2004	<b>SERCOTEC</b> Obtención de 1º premio en categoría agrícola "Concurso Nacional de Proyectos de Emprendimiento" con Un Dulce Tren Floral.

## HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS

---

Manejo nivel avanzado en **Windows 9X-2000**.  
Manejo avanzado de **MS Office, Internet, etc.**

## PERFECCIONAMIENTO

---

Octubre de 2006	Participación en gira tecnológica de incubadoras chilenas a España, visitas a incubadoras y parques tecnológicos en las comunidades autónomas de Madrid, Valencia, País Vasco y Cataluña, Octubre de 2006
Marzo de 2006	Participación en workshop internacional MIT 50 K Entrepreneurship Competition, Instituto Tecnológico Massachusetts, Buenos Aires.
2003-2005.	Curso de Perfeccionamiento de Inglés Instituto de Actualización Integral IICSA, Temuco.
Septiembre de 2002,	Ética Profesional, Universidad Austral de Chile, Valdivia.



## CURRICULUM VITAE

### I. IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Nombre : Gerardo Andrés Lagos Wiesenfeld  
Profesión : Ingeniero Civil Industrial mención Informática

### II. EDUCACIÓN

1988 - 1999 Estudios Básicos y Medios: Licencia Secundaria - *Colegio La Salle, Temuco*

2000 - 2007 Ingeniería Civil Industrial mención Informática –  
*Universidad de La Frontera, Temuco.*



### III. EXPERIENCIA LABORAL

2007 a la fecha	<i>Dirección de Innovación y Transferencia de Tecnológica – Universidad de la Frontera, Temuco: Elaboración de proyecto “Innovación en la creación de modelos de negocio. Análisis de experiencias y mejores prácticas aplicables a la industria nacional y regional de exportación” 5 meses</i>
2007	<i>INCUBATEC Incubadora de Negocios – Universidad de la Frontera, Temuco: Práctica Profesional Controlada para postular a título de Ingeniero Civil Industrial c/m Informática desarrollando tema “Innovación en la creación de modelos de negocios: Propuesta Metodológica”. 4 meses</i>
2006 a la fecha	<i>INCUBATEC Incubadora de Negocios – Universidad de la Frontera, Temuco: Ejecutivo de Proyectos. 15 meses</i>
2006	<i>Ingeniería y Construcción CAIQUEN Ltda., Temuco: Desarrollo página Web, creación e implementación de documentos administrativos. Jefe de obras. 8 semanas</i>
2005	<i>Empresa Nacional del Petróleo - ENAP, Concepción: Práctica industrial, encargado de supervisar la “intervención de redes sin detención de flujo” mediante la utilización de tapping machine. 5 semanas.</i>
2002 a la fecha	<i>Comercial Ciclos Ltda., Temuco: Controles de inventario, mercadería y personal. 8 horas semanales.</i>
2001	<i>Servicentro Shell - Alvaro Bernedo, Temuco: Control Facturación y mantenimiento de inventario. 5 horas semanales</i>



#### IV. OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

##### Idiomas:

- Conocimiento de idioma inglés a nivel intermedio
- Conocimientos de idioma alemán a nivel básico

##### Manejo de Software:

- Autocad
- Dreamweaver
- SketchUp
- Cinema4D
- Microsoft Office

Enero, 2008



**MARIA GABRIELA MELLADO MARIN**  
**CONTADOR PÚBLICO Y CONTADOR AUDITOR**

**EXPERIENCIA LABORAL:**

**DICIEMBRE 2005-MARZO 2006**, TEMUCO, PRIMERA PRÁCTICA PROFESIONAL UNIVERSITARIA, CONTADOR PUBLICO Y AUDITOR, EN OFICINA DE CONTABILIDAD INAGRO S.A., DESEMPEÑANDO LAS SIGUIENTES FUNCIONES: CONCILIACIONES BANCARIAS, FACTURACIONES, CONTROL DE INVENTARIOS, MANEJO DE LIBROS Y DOCUMENTOS, LLENADO DE FORMULARIOS, TRÁMITES BANCARIOS, OTROS.

**MARZO 2006-MAYO 2006**, TRABAJO EN OFICINA CONTABLE, DEL CONTADOR URBANO SARAVIA, DESEMPEÑANDO LAS SIGUIENTES FUNCIONES: LLENADO DE LIBROS CONTABLES, TRABAJO EN BALANCES, CALCULOS DE DEPRECIACION Y CORRECCION MONETARIA, TRAMITES DE LICENCIAS MÉDICAS, LLENADO DE FORMULARIOS Y PAGO DE IMPOSICIONES, OTROS.

**OCTUBRE 2006- DICIEMBRE 2006**, TRABAJO COMO ALUNMA LABORANTE EN LA DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA DE LA UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA, BAJO LA DIRECCIÓN DEL SEÑOR CARLOS ISAACS BORNAND.

**ENERO 2007 –MARZO 2007**, SANTIAGO, REALIZO SEGUNDA PRACTICA PROFESIONAL UNIVERSITARIA, CONTADOR PUBLICO Y AUDITOR, EN EL COLEGIO DE CONTADORES DE CHILE, ESPECIFICAMENTE EN EL PROYECTO DE CONVERGENCIA A LAS NORMAS INTERNACIONALES DEL BID-FOMIN.

**MARZO 2007- AGOSTO 2007**, TEMUCO, TRABAJO COMO ALUNMA LABORANTE EN LA DIRECCIÓN DE INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Y LA INCUBADORA DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA, BAJO LA DIRECCIÓN DEL SEÑOR CARLOS ISAACS BORNAND.

**SEPTIEMBRE 2007 A LA FECHA**, TEMUCO, EJECUTIVA FINANCIERA INCUBATEC, REALIZAR TODA LA SUPERVISIÓN Y GESTIÓN DE LOS PROYECTOS DE LA INCUBADORA DE NEGOCIOS, REALIZAR SEGUIMIENTOS DE ESTOS Y ADEMÁS REALIZAR Y CONFECCIONAR INFORMES FINANCIEROS ANTE CORFO.



### EDUCACIÓN:

1999-2002, LICEO HUMANISTA "A-28 PABLO NERUDA" DE TEMUCO.

2003-2007, UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA, TEMUCO, CURSANDO ÚLTIMO AÑO DE LA CARRERA DE CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR.

### HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS:

SISTEMA OPERATIVO: WINDOWS 98, WINDOWS MEDIA, WINDOWS XP E INTERNET.

NIVEL: USUARIO-MEDIO

MICROSOFT OFFICE: WORD, EXCEL, POWER POINT.

NIVEL: USUARIO

OTROS SISTEMAS OPERATIVOS: FLEXLINE (PROGRAMA INSTITUCIONAL), TRACTECNIA (PROGRAMA CONTABLE), LEXIS NEXIS CONTABILIDAD (PROGRAMA CONTABLE).

NIVEL: USUARIO

### CURSOS REALIZADOS:

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA TEMUCO 2004:

EMPRENDEDORES DEL MAÑANA, DECANO FACULTAD DE ECONOMIA UNIV. DE CHILE.

CHILE Y LA DOBLE TRIBUTACIÓN, POR JOSE FAJARDO CASTRO.

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA TEMUCO 2005:

CICLO DE UN CONTRIBUYENTE, POR JOSE FAJARDO CASTRO.

COMO ENFRENTARSE AL MUNDO LABORAL, POR CAROL NORAMBUENA.



**OTROS ANTECEDENTES:**

**NACIONALIDAD:** CHILENA

**SOLICITUD:** SOLICITA BECA DE PARA V CONGRESO ICARE "INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO, PENSAR EN GRANDE"

**ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES:**

TESORERA DEL CENTRO DE ALUMNOS DE LA CARRERA CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR.

TUTOR DE ALUMNOS DE PRIMER AÑO, EN PROYECTO DE TRABAJO TUTORIAL.

TRABAJO COMO ALUMNA LABORANTE DE LA DIRECCION DE INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA DE LA UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA.