

PLAN OPERATIVO P UFF 73 01

Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

| | |
|---------------------------|---|
| NOMBRE INICIATIVA: | INNOVACIÓN APLICADA A HERRAMIENTAS DE MARKETING PARA LA DIFERENCIACIÓN DE MIELES EN EL MERCADO DETALLISTA |
| EJECUTOR: | CENTRAL APÍCOLA TEMUCO S.A. |
| CODIGO: | IMA-2009-0333 |
| FECHA: | 23 de septiembre de 2009 |

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL

| |
|---|
| OFICINA DE PARTES 2 FIA RECEPCIONADO |
| Fecha 28 OCT 2009 |
| Hora 15:55 |
| Nº Ingreso 0323 |

| | |
|----------------------|---------------|
| CODIGO (Uso interno) | IMA-2009-0333 |
|----------------------|---------------|

I. ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1. LINEA(S) DE FINANCIAMIENTO:

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

2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

| |
|---|
| INNOVACIÓN APLICADA A HERRAMIENTAS DE MARKETING PARA LA DIFERENCIACION DE MIELES EN EL MERCADO DETALLISTA |
|---|

3. SECTOR:

| |
|----------------|
| Agroindustrial |
|----------------|

4. PRODUCTO(S):

| |
|---|
| <p>Los productos que contempla esta propuesta, son los diferentes tipos de mieles que componen la unidad de negocios de productos envasados de la empresa, además de dos líneas en base al pólen. Estos productos, son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Miel Tradicional - Miel Crema - Miel Unifloral o monofloral: Ulmo, eucaliptos, etc. (según la factibilidad de producción en cada temporada) - Sub productos apícolas en base a pólen. |
|---|

5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

| REGION | LOCALIDAD |
|------------------------|----------------------|
| REGION DE LA ARAUCANIA | TEMUCO |
| REGION DE LA ARAUCANIA | PUCON |
| REGION DE LA ARAUCANIA | VILLARRICA |
| REGION DE LOS RÍOS | VALDIVIA |
| REGION DE LOS LAGOS | PUERTO MONTT, OSORNO |

6. PERIODO DE EJECUCION:

| | |
|---------------------------|-----------------------|
| FECHA DE INICIO | 01 de octubre de 2009 |
| FECHA DE TÉRMINO | 09 de marzo de 2010 |
| DURACIÓN (Máximo 6 meses) | 5 meses (22 semanas) |

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 |
|-----------------------------|------------------------------|-------------|----------------------------|-------|
| Central Apícola Temuco S.A. | Apicultura, comercialización | | René Olegario Santini León | |

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

| | |
|----------------|-----------------------------|
| NOMBRE EMPRESA | Central Apícola Temuco S.A. |
|----------------|-----------------------------|

10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

| | |
|----------|----------------------------|
| NOMBRE | René Olegario Santini León |
| RUT | |
| TELEFONO | |
| E-MAIL | |
| FIRMA | |

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

| | |
|----------|-------------------------|
| NOMBRE | Gamaliel Zapata Salazar |
| RUT | |
| TELEFONO | |
| E-MAIL | |
| FIRMA | |

12. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

| |
|--|
| General: |
| Consolidar comercialmente el modelo campesino apícola, a través de la incorporación de elementos innovadores tanto a productos como a procesos (de promoción, sistema de ventas, distribución, etc.), generando un modelo de negocios atractivo para un mercado tradicional y estancado, por medio del realce de nuevos atributos, conceptos y alusiones (regalo, identidad, complemento alimenticio, etc.) según las tendencias actuales del consumo interno. |
| Específicos: (Máximo 3) |
| <ol style="list-style-type: none">1. Disponer de una herramienta operativa que oriente y facilite el logro de objetivos estratégicos del modelo asociativo campesino apícola para la consolidación comercial y diferenciación en el mercado interno.2. Identificar claramente los atributos y conceptos actuales que facilitan una diferenciación en el mercado apícola, y los potenciales atributos innovadores para la estrategia de la empresa.3. Disponer de un diseño global de la oferta de la empresa, que incorpore adecuadamente tanto los atributos innovadores identificados para la diferenciación de los productos y empresa, como las especificaciones de forma de los productos apícolas. |

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 | 01 de octubre de 2009 |
| FECHA DE TÉRMINO | 03 de diciembre de 2009 |
| DURACIÓN | 9 semanas (2,25 meses) |

3. OBJETIVOS:

| |
|---|
| General: |
| Desarrollar un plan operativo que oriente y facilite el logro de objetivos estratégicos del modelo asociativo campesino apícola desarrollado por la empresa Central Apícola Temuco S.A., en función del acceso a nuevos segmentos, consolidación de los clientes actuales y una valorada diferenciación en su mercado meta. |
| Específicos: (Máximo 3) |
| <ol style="list-style-type: none">1. Disponer de una adecuada descripción y definición del mercado meta para la empresa, sus principales características y actuales tendencias de consumo.2. Contar con una planificación estratégica y elementos de marketing, para guiar los objetivos empresariales para la consolidación comercial en los actuales y/o nuevos nichos de mercado. |
| Valorizar la propuesta operativa de marketing de la empresa en un horizonte de corto y mediano plazo, junto a la descripción de los principales factores críticos. |

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

| |
|---|
| Para el diseño del Plan de Marketing, la empresa contratará los servicios de terceros previamente seleccionada en la etapa de formulación de la propuesta (se adjunta propuesta de Plan de Marketing de empresa consultora CEGE Araucanía). |
|---|

La propuesta contiene en detalle los puntos a desarrollar y la metodología definida para cada una de las actividades, así como también la duración y propuesta económica. La duración de esta etapa está contemplada en 9 semanas.

Metodología: El plan de marketing se desarrollará en función de los objetivos estratégicos de la empresa, a modo de que se convierta en una herramienta operativa y que conlleve a consolidar el modelo de negocios asociativo actual.

Metodológicamente, se utilizará un **marco de desarrollo lógico** en función de las necesidades de información y análisis requeridos por el Plan de Marketing, es decir, previo a su elaboración, se procederá a caracterizar, contextualizar, localizar el mercado meta, a modo de validar las aspiraciones estratégicas de la empresa campesina, cimentando de esta manera un soporte real al futuro plan de marketing.

Se considerará una **metodología descriptiva** respecto de la contextualización del mercado actual y meta, además del análisis de cifras, publicaciones entre otros elementos de utilidad para validar la información recogida.

Como metodología de trabajo para la determinación de elementos diferenciadores en el mercado (atributos y dimensiones del producto), se utilizará una **metodología exploratoria** basada en la observación directa de foco de análisis (visitas a puntos de ventas, visualización de marcas, formatos de envases, principales productos, precios, promociones, vías de comercialización, productores, envasadores, etc.), en diferentes ciudades potenciales de ser parte del mercado objetivo de la empresa, así como también, se desarrollará la metodología **benchmarking** para obtener un modelo comparativo de los principales elementos a destacar (análisis del mercado actual, competidores).

Como **metodologías de consenso**, se utilizarán Focus Group con productores y talleres grupales (validación de misión, visión, objetivos estratégicos).

Se utilizará además, un **formato de sistematización** de informes, visitas y reuniones a modo de plasmar ordenada y cronológicamente el desarrollo de las actividades propuestas en el plan.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

| Nº | Descripción | Indicador de cumplimiento | Nº del objetivo al que responde |
|----|---|---------------------------|---------------------------------|
| 1 | Informe con la descripción del mercado actual apícola y mercado meta de la empresa. | | 1 |
| 2 | Diseño de la estrategia de marketing de la empresa (precio, plaza, promoción y producto) en función del mercado meta. | | 2 |
| 3 | Valorización del Plan de Marketing en un horizonte de corto y mediano plazo, con análisis de factores críticos. | | 3 |
| 3 | Proyección y análisis de principales riesgos, análisis de sensibilidad, | | 3 |
| 4 | Carta Gantt Plan operativo como guía de operación de la empresa. | | 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 DE ADMINISTRACION | | | | | | |
| IMPREVISTOS | | | | | | |
| | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | |

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

7. EQUIPO PROFESIONAL

| Nombre | Tipo (1) | Función o tarea a desarrollar |
|---|-------------------------|--|
| Gamaliel Zapata Salazar | a. Coordinador | Coordinar el cumplimiento de actividades de la consultora, coordinar actividades de capacitación. |
| Cooperativa Centro de Gestión Empresarial IX Región | e. Empresa de servicios | Empresa a cargo del desarrollo del Plan de Marketing de la empresa Central apícola Temuco S.A. Emisión de informe final, trabajo participativo con socios (talleres), actividades de prospección y análisis del mercado, presentación de Plan de Marketing en la empresa. |

(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

| Actividad | Meses Semanas | Mes 1 | | | | Mes 2 | | | | Mes 3 | | | | |
|------------------------------------|------------------|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|----|----|----|--|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| Plan de Marketing | | | | | | | | | | | | | | |
| Identificación del mercado meta | 4 | X | X | X | X | | | | | | | | | |
| Plan de negocios | 4 | | | | | X | X | X | X | | | | | |
| Carta Gantt Plan | 1 | | | | | | | | | X | | | | |
| Sondeo de Mercado | | | | | | | | | | | | | | |
| Levant. e Identificación atributos | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis de atributos | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| Definición de atributos | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño de productos | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| Medición nivel de receptividad | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de material | 3 | | | | | | | | | | | | | |
| Lanzamiento Difusión | 2 | | | | | | | | | | | | | |

II. 2 SONDEO DE MERCADO

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

| FIA | % | EMPRESA(S) | % | COSTO TOTAL |
|-----|---|------------|---|-------------|
| | | | | |

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

| | |
|------------------|-------------------------|
| FECHA DE INICIO | 04 de diciembre de 2009 |
| FECHA DE TÉRMINO | 08 de enero de 2010 |
| DURACIÓN | 5 semanas (1,25 meses) |

3. OBJETIVOS

| |
|--|
| General: |
| Detectar atributos y elementos diferenciadores valorados por el mercado meta, que faciliten el posicionamiento del producto mediante su asociación a la imagen e identidad que se desea del mismo dentro de la visión subjetiva del grupo de clientes definidos. |
| Específicos: (Máximo 3) |
| 1. Identificación de las dimensiones (atributos de los productos) de quienes componen el mercado objetivo. 2. Análisis de los atributos y elementos diferenciadores de la competencia. 3. Determinación de combinación de atributos innovadores concordantes con la empresa y factible de desarrollar. |

4. METODOLOGÍA

| |
|--|
| 1. La <u>identificación de atributos</u> de los productos del mercado meta se realizará a través de una metodología exploratoria basada en la observación directa de la oferta actual en dos centros de consumo (ciudades) importantes de la zona sur, consideradas como potenciales mercados para la empresa. |
| 2. En <u>análisis de los elementos</u> se realizará por medio de una clasificación de los principales atributos identificados y descripción de los mismos. |
| 3. Posteriormente, se procederá a la <u>definición del conjunto de elementos o atributos innovadores necesarios de realzar</u> a través de los formatos y/o etiquetas, dado su alta valoración en el mercado y poder de diferenciación. La definición de dichos elementos de |

validarán por medio de Focus Group, y entrevistas con agentes relevantes del mercado (Por ej., poderes compradores, diseñadores, etc.)

El tiempo estimado para la ejecución de esta actividad, es de 5 semanas.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

| Nº | Descripción | Indicador de cumplimiento | Nº del objetivo al que responde |
|----|---|---------------------------|---------------------------------|
| 1 | Levantamiento en terreno de principales atributos presente en el mercado meta. | | 1 |
| 2 | Sistematización con principales atributos del producto observados. | | 2 |
| 3 | Análisis y discusión de principales elementos y atributos innovadores que sustentarian un producto diferenciado. | | 3 |
| 4 | Conjunto de elementos innovadores necesarios de realzar a través de formatos y etiquetas que faciliten una mayor competitividad para el producto. | | 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 DE ADMINISTRACION | | | | | | |
| IMPREVISTOS | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | |

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

7. EQUIPO PROFESIONAL

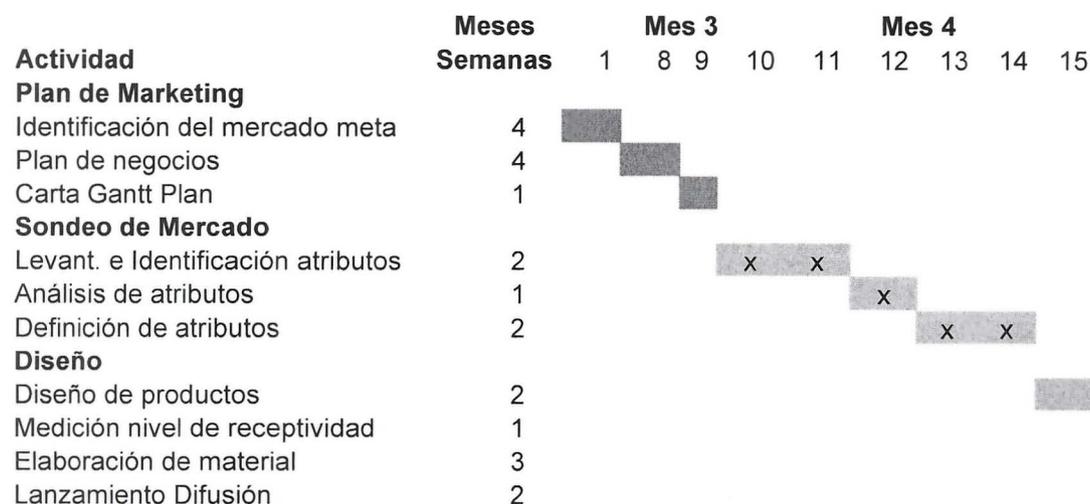
| Nombre | Tipo (1) | Función o tarea a desarrollar |
|---|-------------------------|--|
| Gamaliel Zapata | a. Coordinador | |
| Cooperativa Centro de Gestión Empresarial IX Región | e. Empresa de servicios | Ejecución de las actividades de Sondeo de Mercado; actividades de levantamiento, sistematización, análisis, discusión y definición de los principales elementos innovadores necesarios de relevancia en el desarrollo de productos; actividades de terreno, entrevistas; elaboración y presentación de informes. |

(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



II.3 DISEÑOS

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

| FIA | % | EMPRESA(S) | % | COSTO TOTAL |
|-----|---|------------|---|-------------|
| | | | | |

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

| | |
|------------------|---------------------|
| FECHA DE INICIO | 09 de enero de 2010 |
| FECHA DE TÉRMINO | 09 de marzo de 2010 |
| DURACIÓN | 8 semanas (2 meses) |

3. OBJETIVOS

| |
|---|
| General: |
| Diseñar y confeccionar nuevos formatos de productos a nivel piloto y material promocional conteniendo elementos y atributos innovadores capaces de transmitir aquellas conceptualizaciones que facilitarán el posicionamiento de la línea de productos según la estrategia comercial de APICENT S.A., mediante la percepción visual de los clientes que componen el mercado meta. |
| Específicos: (Máximo 3) |
| 1. Asociación de atributos que potencian el posicionamiento con elementos a resaltar en el diseño de los productos. |
| 2. Medición del nivel de recepción potencial que experimenta el receptor, a nivel semántico y estético. |
| 3. Diseño y confección de logos, slogan, catálogo de productos y diseños de envases y embalajes. |

4. METODOLOGÍA

| |
|---|
| Se representarán los atributos deseados con diferentes elementos a rescatar que serán incluidos en los diseños finales de los productos, rescatando diferentes elementos que ayudan a evocar y contextualizar el producto con los conceptos deseados mediante una interpretación visual. Luego se realizarán testeos sobre focus groups con objeto de asegurar los niveles de recepción que se experimentan, para así corregir desviaciones y asegurar resultados. |
|---|

Posteriormente se diseñará un **manual de identidad corporativa**, conteniendo las aplicaciones e indicaciones para su correcta utilización, incluyendo también el material de promoción (logos, slogan, catálogo de productos, envases y embalajes), confeccionado en muestras pilotos, para así realizar un lanzamiento de la línea de productos mediante dos vías: un lanzamiento general de la iniciativa y una serie de actividades enmarcadas en un ámbito de marketing directo con los principales clientes objetivo detectados en el plan de marketing.

Se desarrollará una muestra piloto comercial, para ser utilizada en la etapa de prospección y negociación con clientes. La muestra comercial finalizada es suma importancia considerando que en ésta deberán estar plasmados todos los atributos descritos e identificados anteriormente.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

| Nº | Descripción | Indicador de cumplimiento | Nº del objetivo al que responde |
|----|---|---------------------------|---------------------------------|
| 1 | Elementos y conceptos a destacar por la línea de productos de acuerdo a atributos identificados. | | 1 |
| 2 | Análisis del nivel de receptividad (visualización) de los elementos identificados para la línea de productos. | | 2 |
| 3 | Diseño y producción a nivel piloto del material que potenciará al producto. | | 3 |
| 4 | Realización de actividades de lanzamiento y difusión de la línea de productos. | | 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 DE ADMINISTRACION | | | | | | |
| IMPREVISTOS | | | | | | |
| TOTAL | | | | | | |

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

7. EQUIPO PROFESIONAL

| Nombre | Tipo (1) | Función o tarea a desarrollar |
|-------------------------|-------------------------|--|
| Gamaliel Zapata Salazar | a. Coordinador | A cargo de la coordinación y control de actividades. Organización actividades de difusión. |
| Lorena Schleyer | e. Empresa de servicios | A cargo de realizar diseños y confección de material. Muestras piloto; Manual. |
| CEGE Araucanía | e. Empresa de servicios | Ejecución Taller de análisis de percepción de atributos. |

(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

| Actividad | Meses Semanas | Mes 5 | | | | Mes 6 | | | | |
|------------------------------------|------------------|-------|----|----|----|-------|----|----|----|----|
| | | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| Plan de Marketing | | | | | | | | | | |
| Identificación del mercado meta | 4 | | | | | | | | | |
| Plan de negocios | 4 | | | | | | | | | |
| Carta Gantt Plan | 1 | | | | | | | | | |
| Sondeo de Mercado | | | | | | | | | | |
| Levant. e Identificación atributos | 2 | | | | | | | | | |
| Análisis de atributos | 1 | | | | | | | | | |
| Definición de atributos | 2 | ■ | | | | | | | | |
| Diseño | | | | | | | | | | |
| Diseño de productos | 2 | | ■ | ■ | | | | | | |
| Medición nivel de receptividad | 1 | | | | ■ | | | | | |
| Elaboración de material | 3 | | | | | ■ | ■ | ■ | | |
| Lanzamiento Difusión | 2 | | | | | | | | ■ | ■ |

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 | Central Apícola Temuco S.A. (APICENT S.A.) | | |
| RUT de la Organización | | | |
| Tipo de Organización | Pública | <input type="checkbox"/> | Privada <input checked="" type="checkbox"/> |
| Dirección | | | |
| País | Chile | | |
| Región | De La Araucanía | | |
| Ciudad o Comuna | | | |
| Fono | | | |
| Fax | | | |
| Email | | | |
| Web | | | |
| Tipo entidad (A) | Organización o Asociación de Productores pequeños | | |

(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 | René Olegario | | |
| Apellido Paterno | Santini | | |
| Apellido Materno | León | | |
| RUT Personal | | | |
| Nombre de la Organización o Institución donde trabaja | Central Apícola Temuco S.A. | | |
| RUT de la Organización | | | |
| Tipo de Organización | Pública | <input type="checkbox"/> | Privada <input checked="" type="checkbox"/> |
| Cargo o actividad que desarrolla en ella | Gerente | | |
| Dirección (laboral) | | | |
| País | Chile | | |
| Región | De La 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 | | |

(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 | Gamaliel | | | |
| Apellido Paterno | Zapata | | | |
| Apellido Materno | Salazar | | | |
| RUT Personal | | | | |
| Nombre de la Organización o Institución donde trabaja | Central apícola Temuco S.A. | | | |
| RUT de la Organización | | | | |
| Tipo de Organización | Pública | <input type="checkbox"/> | Privada | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Cargo o actividad que desarrolla en ella | Presidente | | | |
| Profesión | | | | |
| Especialidad | | | | |
| Dirección (laboral) | | | | |
| País | Chile | | | |
| Región | De La 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 | | | |

(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.

Angélica Viviana Soriano Gómez

Profesión **Ingeniero Comercial** con grado académico en Ciencias Económicas y Administrativas

Experiencia laboral 2009 a la fecha **CEGE ARAUCANIA** Temuco

- Asesor Profesional Programa CEGE

2008 a abril 2009 **PETQUINTA S.A** Osorno

Jefa de Proyecto Programa Recuperación de Barrios “Quiero mi Barrio” en el barrio Ovejería, Osorno.

2004-2007 **PETQUINTA S.A** Temuco

Coordinadora del programa de “Apoyo al Microemprendimiento” y “Apoyo a la Producción Familiar para el Autoconsumo”.

Profesional Técnico en programa “Recuperación de Barrios”.

Profesional de Apoyo en estudio de evaluación externa del Sistema de Mejoramiento de Gestión Territorial, PMG-GTI.

Coordinadora del programa de capacitación denominado “Entrenamiento en comercialización avanzada para pequeñas empresas del sector turismo de la IX Región”.

Profesional Técnico en el diseño y formulación del Programa Territorial Integrado de turismo de intereses especiales de la Araucanía.

Profesional de apoyo en el levantamiento de información del proyecto “Línea Base GTZ”.

Profesional a cargo de proyectos para el desarrollo de actividades económicas de familias puente en la comuna de Santa Juana.

Profesional de Apoyo en la elaboración de un plan de desarrollo turístico en la comuna de Coelemu y de planes de desarrollo económico en las comunas de Bulnes, Purén y Los Sauces.

Profesional de Apoyo en estudio sobre la caracterización del funcionario municipal en la Novena y Décima Región.

Profesional a Apoyo en el levantamiento de información en proyecto “Estudio de Potencial Endógeno Cluster Forestal y Araucanía Andina” en la IX Región.

2007 **INPROA** Temuco

- Monitorea curso de Contabilidad Básica y Administración de Empresas para microempresarios.

2005 **UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA** Temuco
Docente de la cátedra de Introducción a la Economía a la carrera de Contador Público Auditor.

2003 **UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA** Temuco
Durante los meses de julio y agosto trabajé en la Dirección de Investigación y Desarrollo, en la formulación y evaluación de proyectos presentados a Fondef.

2002 **CONSULTORA RUDENWORD** Osorno

- Realice Práctica Profesional II, en la cual lleve a cabo:
- Proceso de motivación
- Diseño del curso para futuros microempresarios, denominado “administración de negocios”
- La ejecución del curso

1999 **EMBOTELLADORA EMBONOR S.A** Temuco
Realicé Práctica Profesional I, en el área de Marketing y Ventas.

Educación

2003 **UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA** Temuco
Obtuve el título de Ingeniero Comercial, mención Administración. Aprobado con Distinción.

2002 **UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA** Temuco
Obtuve el grado de Licenciado en Ciencias Económicas y Administrativas, con Distinción.
Tesis “Cifras Reales de exportación en el Sector Forestal y Muebles de Madera de la IX Región: impacto de las exportaciones indirectas”, investigación encargada por la Dirección Regional de PROCHILE. Aprobada con Distinción.

1998 **UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA** Temuco
Ingresé a la carrera de Ingeniería Comercial
1984-1998 **COLEGIO OSORNO COLLEGE**
Osorno
Realicé estudios de enseñanza Básica y Media.

Otros

- Manejo de Office (Word, Excel, Power Point). Microsoft Project

EDUARDO CERDA ROJAS

ANTECEDENTES PERSONALES

NOMBRE : JUAN EDUARDO CERDA ROJAS.

PROFESIÓN : CONTADOR AUDITOR.
INGENIERO COMERCIAL.

ANTECEDENTES ACADÉMICOS

ENSEÑANZA BASICA: Alianza Francesa, Concepción - Colegio Bautista, Temuco.

ENSEÑANZA MEDIA : Colegio Bautista, Temuco.

ESTUDIOS UNIVERSITARIOS: 1991-1996 ingresa a la carrera de **Contador Público y Auditor**, Universidad de Temuco.

- 1997 realiza memoria de título, obteniendo el título de Contador Público y Auditor.
- 1999 ingresa a la carrera de **Ingeniería Comercial**, Universidad de la Frontera, Temuco.
- 2001 realiza memoria de licenciatura, obteniendo el grado de **Licenciado en Ciencias Empresariales** y el título de **Ingeniero Comercial**.

ANTECEDENTES LABORALES

- 2002 a la fecha a realizando labores contables y administrativas, elaboración de proyectos, asesorando a pequeños empresarios para emprender su empresa, asesoramiento en marketing y la comercialización de sus productos, elaboración de páginas web etc.
- En **Constructora I.C.I. Caburga**, periodo comprendido entre enero 2000 a diciembre 2002, realizando labores administrativas y encargado del área de costos y estadísticas de gastos de las distintas obras.
- En **Turismo Gran Hotel Pucón**, periodo comprendido entre enero 1998 a enero 1999. Encargado del departamento de cobranzas,

labores administrativas, recepción y arqueo de cajas del centro de sky y del hotel, depósito de efectivos, inventario de bodega, costos, control de ventas.

- En **Constructora Centro de Ski Villarrica Pucón**, periodo comprendido entre enero de 1996 a junio de 1997, siendo el encargado de libro de compras, libro de ventas, pago de proveedores y estadísticas de centro de costos.
- En oficina de contabilidad y asesorías tributarias **Contex-Contdat S.A.** periodo comprendido entre febrero de 1994 a diciembre de 1995, desempeñando labores de contabilidad, auditoría y encargado del departamento de computación.
- Práctica de contabilidad en **L.B. Industria de Alimentos**, en el periodo comprendido entre enero 93 a febrero de 1994, realizando amplias labores en el área de contabilidad.

SEMINARIOS Y CURSOS

4.1-SEMINARIOS:

- Julio 2000, seminario “**El viaje a mas éxito**” impartido por el Depto. de Administración y Economía de la Universidad de la Frontera, Temuco.
- Mayo 1999, seminario “**Gestión de ventas en épocas de crisis**” dictado por la Universidad Diego Portales.
- Agosto 1996, seminario “**Estado de flujo de efectivo**” dictado por la Universidad de Temuco.
- Octubre 1993, seminario “**Introducción al medio profesional**” dictado por la Universidad de Temuco.

4.2-CURSOS:

- **Curso de Inglés Práctico**, dictado por la Universidad Católica de Temuco, aprobando los niveles 3-4-5. (1999- 2000)
- **Curso de Access**. (septiembre 2004).
- **Curso de Dreamweaver**. (marzo – abril 2003).
- **Curso de Excel avanzado**. (noviembre 2002)
- **Curso de Visual Basic**. (octubre-diciembre 2002)



CARTA DE PRESENTACION

Temuco, Marzo de 2009

Experiencia laboral:

A continuación se describe las principales asesorías de diseño y desarrollo de imagen de empresas de diferentes rubros que como diseñadora, Lorena Schleyer tiene a su haber:

- Diseño de Agenda Apícola Universidad Austral
- Diseño de Almanaque Apícola Universidad Austral
- Diseño Imagen Congreso Veterinaria Universidad Católica
- Diseño de libro Recetas Hogar Bautista
- Diseño Imagen Nodo Caprino Universidad Católica
- Diseño Catalogo productos Pizarras Ibericas
- Diseño Nueva Imagen Mostaza Cremos
- Diseño Ciclo Empresarial Incubatec Universidad de la Frontera

- Imagen Corporativa Huertos Collipulli
- Imagen Corporativa Viveros Maranello
- Imagen Corporativa Aero Transportes Araucanía
- Imagen Corporativa Helicopteros Del Pacifico
- Imagen Corporativa Helicopteros Consorcio Patagonia
- Imagen Corporativa Edificio Don Henry
- Imagen Corporativa Chovar Propiedades
- Imagen Corporativa Juego Jasem Incubatec - Ufro
- Imagen Corporativa Grano Sano
- Imagen Corporativa Agrofusión
- Imagen Corporativa Agropit
- Imagen Corporativa Agrícola Ganasur
- Imagen Corporativa Semillas Ags

- Producción e instalación de señalética en Hospital de Nueva imperial - letreros: puertas, muros, colgantes , mapas de ubicación, pizarras, salidas de emergencia, horarios de atención. letrero exterior con especialidades médicas.
- Letrero exterior acero inoxidable (Remodelación) Hospital Temuco.
- Letreros señalética Hospital Villarrica.
- Letreros señalética Hospital Gorbea.
- Letreros señalética Consultorio Miraflores .
- Letreros señalética Hospital Temuco.
- Letreros señalética S.S.A.S. Temuco (Calle Rodríguez).
- Letras en acero fachada Hospital Pto Saavedra
- Letreros señalética Universidad Mayor
- Letrero en acero volumétrico fachada Universidad Mayor
- Letras en acero fachada Universidad Mayor

- Letrero tótem PSU Universidad Mayor
 - Letrero Corporativo Vital Berry Marketing
 - Letrero Corporativo Sourten Cherry
 - Letrero Corporativo Grano Sano
 - Letrero en fachada Salfa Salinas y Fabres
 - Letrero en acero Caja de Compensación Los Andes
 - Letreros Corpotrativos Universidad Arturo Prat
 - Letrero Agencia Viajes Trebol
 - Letras corporativas en acero Sofo
 - Letras corporativas en acero Pizarras Ibericas
 - Letreros corporativos Inmo 21 Propiedades
 - Letreros corporativos Chovar Propiedades
 - Letreros corporativos Alejandra Silva - Pucón
-
- Producción poleras y jockey: Cliente Vital Berry Marketing
 - Produccion poleras y jockey rally movil : Cliente Paris Portal
 - Produccion poleras, polar, jockey y casacas: Cliente Agrofusión
 - Producción poleras : Cliente Liceo Comercial Temuco
 - Producción poleras y jockey: Cliente Club de Golf Temuco
 - Producción poleras y jockey: Cliente Salfa Salinas y Fabres
 - Producción jockey: Cliente Forestal Nahuelbuta
 - Producción poleras y jockey: Cliente Viveros Maranello
 - Producción poleras: Cliente Garaje Vorphal
-
- Grafica Vehículo Rally Movil - Team Stuardo
 - Grafica Vehículo Rally Movil - Team Barrie Racyng
 - Grafica Vehículo Rally Movil - Team Forex Chile
 - Gráfica Vehículos Constructora Raul Neira
 - Gráfica Vehículos Constructora Carlos GarciaGross
 - Gráfica Vehículos Constructora Rehue
 - Gráfica Vehículos Constructora San Ignacio
 - Gráfica Vehículos Transportes Turbales
 - Grafica Vehículos Ruta de los Rios
 - Gráfica Vehículos Ruta de la Araucanía
 - Gráfica Vehículos Autopista del Maipo
 - Gráfica Helicopteros del Pacifico
 - Gráfica Helicopteros Consorcio
 - Gráfica Vehículos y Aviones ATA

Nombre: Lorena Schleyer Sabugal

curriculum vitae

información personal

Mariela Soledad
Fernández
Wickel
Ingeniero Comercial
Ingeniero Civil Industrial
Diplomado en Innovación
Tecnológica
Auditor Interno ISO
9001:2000

estudios

universitarios

Ingeniería Comercial mención en economía

[1998-2002]

Universidad De La Frontera (UFRO)

Ingeniería Civil Industrial Mención en tecnología de la información

[2006-2007]

Universidad Autónoma de Chile (UA)

Idiomas

Inglés

oral y escrito intermedio

[1997- 1998]

Universidad Católica de Temuco (UCT)

experiencia laboral

prácticas profesionales

Banco Santander - Santiago

[02/01/2001 – 28/02/2001]

banca empresa

análisis cartera de clientes, elaboración y formulación de propuestas de crédito, atención directa a público

Banco Central de Chile

[01/01/2003 – 01/03/2003]

departamento operaciones de comercio exterior y cambios
análisis de los principales indicadores financieros del mercado de Derivados, creación de estadísticas del departamento, estudios de investigación del Mercado Cambiario Chileno

Ayudantías

Universidad de la Frontera

[2001 y 2002]

ayudantía cátedra de teoría monetaria
análisis y aplicación del modelo de IS-LM con Balanza de Pagos a la economía chilena, equilibrio macroeconómico, variables y modelo macroeconómicos

Universidad de la Frontera

[2001 y 2002]

ayudantía en taller de investigación
elaboración y formulación de trabajos de investigación, dirección de equipos de trabajo, orientaciones metodológicas, técnicas de investigación

empresas e instituciones

Instituto de Desarrollo Local y Regional (IDER)

universidad de la Frontera

[Pucón, 2002]

monitora de taller

"El Desarrollo Económico Local en la Araucanía: Innovando la Gestión Municipal en Escenarios de Globalización", primera y segunda versión.

Interamericana S.A.

[01/08/2003, 01/01/2004]

agente comercial seguros de vida, ahorro e inversiones
asesoría en inversiones, instrumentos de renta fija y variable.

Centro de Gestión Empresarial (CEGE IX)

[01/05/2004, 11/12/2007]

encargado gestión empresarial CEGE

diseño programas de planificación por empresa, control de gestión, presupuestos, formulación de proyectos, diseño estrategias y planes comerciales, reportes y estudios de mercado agroalimentario y agropecuario, elaboración de estudios de investigación anuales por empresa.

Centro de Gestión Empresarial (CEGE IX)

[11/12/2007, 01/06/2009]

encargado de innovación territorial CEGE

análisis de demandas de innovación en los territorios por rubros, cadenas o sistemas productivos, articulación de actores por territorios y diseño propuestas de desarrollo de innovación en procesos, productos y modelos de gestión.

Centro de Gestión Empresarial (CEGE IX)

[01/06/2009, a la fecha]

gerente CEGE Araucanía

planificación, dirección, control, administración programa de empresarización CEGEs, asesor empresas, apoyo en desarrollo de propuestas de innovación, encargado finanzas, presupuesto y control de gestión interno.

**actividades
de mejora**

asistencia a cursos y seminarios

Curso

[Santiago, 08/2003]

capacitación inicial de seguros de vida, ahorro e inversiones. Compañía Interamericana.

Curso

[Santiago, 01/2004]

"técnicas de ventas y competencias para la negociación". Compañía Interamericana

Taller

[Temuco, 05/2004]

"marketing estratégico, Universidad Mayor".

Taller internacional

[Temuco, 10/2005]

" negociación de Harvard", CMI Internacional Group

Curso on-line

[Temuco, 03/2006]

"contabilidad de gestión en empresas agropecuarias: como hacer más rentable un predio agrícola". Fundación Chile.

Taller de capacitación

[Temuco, 08/2006]

"formador de formadores", Psico-marketing, Fundación Chile.

**estudios y
asesorías**

Estudio de investigación

[2001]

"El Mercado del Crédito en la ciudad de Temuco: Un estudio aplicado a las Grandes Tiendas y Bancos de la ciudad, durante el segundo semestre del 2001"

Estudio de investigación

[2006]

"Diagnóstico de la competitividad de empresas asociativas campesinas participantes de la cadena agroalimentaria, vinculadas al programa Centro de Gestión Empresarial IX Región, según la Norma Internacional ISO 9001:2000".

Estudios de mercado

[2004 - 2007]

Desarrollo de estudios de mercado para empresas agropecuarias de diferentes rubros, como parte del Plan de Empresarización CEGEs. .

Estudio de innovación

[2006 - 2007]

Desarrollo de estudio de innovación de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), denominado: "Desarrollo de un Modelo de Gestión Organizacional que facilite la rentabilidad y productividad de la empresas asociativa campesina.

Estudio de mercado

[2007]

Estudio de mercado y Desarrollo de estrategia comercial en el sector de la industrial agroalimentaria fragmentada destinada al mercado gourmet de U.S.A. para desarrollo de proveedores de empresa Tomic Trading Co., Baja California, U.S.A..

Relatora

[2008]

Curso Gestión Integral de Microempresas. Alquimia capacitaciones.

Estudio de competitividad

[2007]

Estudio y análisis de competitividad en la industria textil regional por medio de benchmarking orientado a definir la estrategia comercial y posicionamiento en el mercado local.

Estudio de mercado

[2006 - 2007]

Estudio de Mercado y Diseño de la estrategia comercial en el segmento de mercado mayorista y minorista de Flores de Alta Calidad, destinado a fortalecer la sustentabilidad comercial del Programa Pro-Rubro, INDAP.

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 octubre de 2009 |
| Fecha término: | 09 de marzo de 2010 |
| Duración (meses) | 5 meses |

- Calendario de Desembolsos

| Fecha | Requisito | Observación | Monto (\$) |
|--------------|---|-------------|------------|
| 01/10/2009 | Firma de Contrato | | |
| 04/02/2010 | Aprobación informes técnico y financiero N° 1 (Plan de Marketing) | | |
| 12/05/2010 | Aprobación informes técnico 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 N°1: | 14 de diciembre de 2009 |

| Informes Financieros | |
|----------------------------------|-------------------------|
| Informe financiero de avance N°1 | 14 de diciembre de 2009 |

| | |
|----------------------------------|---------------------|
| INFORME TECNICO FINAL: | 22 de marzo de 2010 |
| INFORME FINANCIERO FINAL: | 22 de marzo de 2010 |

CONFORME CON PLAN OPERATIVO

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL