

FORMULARIO DE POSTULACIÓN PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN MARKETING AGRARIO Y AGROALIMENTARIO (IMA) ATACAMA 2018

CÓDIGO
(uso interno)

SECCIÓN I: ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA			
1. NOMBRE DE LA PROPUESTA			
Plan de Marketing para Aceitunas de Mesa del Valle de Huasco			
2. SECTOR, SUBSECTOR Y RUBRO EN QUE SE ENMARCA LA PROPUESTA <i>(Ver identificación sector, subsector y rubro en Anexo 8)</i>			
Sector:	Alimentos	Subsector:	Conservas y pulpas
Rubro:	Olivos	Especie (si aplica):	
3. PERÍODO DE EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA			
Inicio:	1 Octubre 2018		
Término:	1 enero 2020		
Duración (meses):	15 meses		
4. LUGAR EN EL QUE SE LLEVARÁ A CABO LA PROPUESTA			
Región:	Atacama		
Provincia(s):	Huasco		
Comuna (s)	Huasco		
5. ESTRUCTURA DE COSTOS TOTALES DE LA PROPUESTA			
Aporte		Monto (\$)	Porcentaje
FIA			
CONTRAPARTE	Pecuniario		
	No pecuniario		
	Subtotal		
TOTAL (FIA + CONTRAPARTE)			

SECCIÓN II: ANTECEDENTES GENERALES Y COMPROMISO DEL POSTULANTE Y COORDINADOR DE LA PROPUESTA

6. IDENTIFICACION DEL POSTULANTE

Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Además, se debe adjuntar como anexos:

- Certificado de vigencia de la entidad postulante (sólo en caso de persona jurídica) en Anexo 1.
- Certificado de iniciación de actividades y ventas anuales en los últimos 12 meses en Anexo 2

6.1 Antecedentes generales del postulante

Nombre: AGRÍCOLA Y AGROINDUSTRIAL HUASCOLIVA LIMITADA

Giro/Actividad: ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS, LEGUMBRES Y HORTALIZAS

RUT:

Tipo de postulante, organización, empresa o productor (mediano o pequeño): EMPRESA

Ventas anuales de los últimos 12 meses (en UF):

Capacidad productiva de los últimos 12 meses (unidades de productos): 1.000 frascos y 8.000 kg de aceitunas para venta a granel.

Identificación cuenta corriente bancaria (banco y número):

Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región) postal:

Teléfono: -

Celular:

Correo electrónico:

Si el postulante corresponde a una persona natural, indique

Usuario INDAP (si/no): ---

Género (Masculino o Femenino): ---

Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): ---

Profesión: ---

Gregorio González Murillo
Representante Legal Huascoliva Ltda.

6.2. Representante legal de la entidad postulante (sólo en caso de persona jurídica)	
Nombre completo: GREGORIO VIRGILIO GONZALEZ MURILLO	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la entidad: REPRESENTANTE LEGAL	
RUT:	
Nacionalidad: CHILENO	
Dirección comercial (calle, comuna, ciudad, provincia, región):	
Teléfono:	Celular:
Correo electrónico:	
Profesión: AGRICULTOR SIN PROFESIÓN	
Género (Masculino o Femenino): MASCULINO	
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia): NO PERTENECE	
Gregorio Gonzalez Murillo Representante Legal Huascoliva Ltda.	

6.4. Breve reseña del postulante

Indique brevemente la historia del postulante, cuál es su actividad, su vinculación con los ámbitos de la propuesta, sus fortalezas en cuanto a la capacidad de gestionar y conducir el proyecto y vinculación con el territorio donde se implementa.

(Máximo 3.500 caracteres)

El postulante es una persona jurídica creada el año 2013 con la finalidad de formalizar y ordenar la actividad agrocomercial de una familia de 4 generaciones dedicada al rubro de la olivicultura en el valle de Huasco. El agricultor principal y representante legal de la empresa es don Gregorio González, quien además de haber dedicado su vida a la agricultura ha sido dirigente gremial, concejal y alcalde de la comuna de Huasco. Posee un amplio conocimiento del negocio y fue uno de los pioneros en abrir mercado a la aceituna de Huasco hacia las agroindustrias de la Región Metropolitana. Hacia finales de los años '60, los compradores de Santiago llegaban a Huasco a comprar la aceituna en verde y al por mayor (bajos precios). En esa época, Don Gregorio fue uno de los primeros en salir a ofrecer sus aceitunas directamente a las agroindustrias de Santiago, convirtiéndose en proveedores de Conservas Perinetti (RM) y Conservas Castillo (Los Ángeles), eliminando intermediarios e introduciendo innovaciones en el proceso de fermentación que fueron visionarias en su época, tales como el uso de estanques de fibra de vidrio (mucho más higiénicas) en vez de cuarterolas de madera, disminuyendo considerablemente las pérdidas en el proceso de fermentación. Años después, fue el primer agricultor que obtuvo resolución sanitaria en Huasco Bajo para producir aceitunas rellenas y pastas y vender directamente al consumidor en frascos y doypack y actualmente además compra materia prima a sus vecinos para completar su stock y cumplir con los pedidos.

A pesar de ser una empresa familiar pequeña, cuenta con un equipo de 2 técnicos agrícolas especialistas en procesamiento de aceitunas, quienes han profesionalizando el cuidado en bodega y el control de calidad en la elaboración de las conservas, claves del crecimiento de la empresa a la fecha y un Ingeniero Civil Agrícola a medio tiempo, hijo de la familia, que compatibiliza su empleo como funcionario público y su dedicación a las ventas de aceitunas Huascoliva desde que nació la empresa, amén de asesorar a don Gregorio en la toma de decisiones estratégicas. Hacia fines de año ocurrirá el relevo generacional en la empresa, dado que el hijo tomará la administración bajo la supervisión de su padre, para dedicarse a tiempo completo a Huascoliva. Este paso va de la mano con la adquisición de nueva tecnología, dado que están en vías de adquirir una máquina deshuesadora automática de alto rendimiento (10 veces superior a la actual, que sólo deshuesa manualmente), con lo cual bajarán considerablemente los costos unitarios de producción y, además, se introducirá una nueva visión del negocio que impulsará la transformación digital de la empresa, la que se requiere para acompañar el proceso de crecimiento de Huascoliva hacia el mercado de la Región Metropolitana.

Esto implica la necesidad de cambiar completamente su estrategia de ventas, dado que actualmente se realiza principalmente en bodega (Huasco Bajo) y despachan hacia locales que venden a turistas en Vallenar, Copiapó, Calama y La Serena, lugar donde también se vende a granel (menores precios).

Actualmente sus ventas no alcanzan niveles exitosos debido a la falta de una imagen corporativa atractiva o algún método de difusión o promoción que le permita ampliar sus clientes.

El postulante es parte del grupo de productores de aceitunas de mesa que recibe asesoría constante del Instituto de Investigaciones Agropecuarias, INIA Intihuasi por lo que cuenta con el respaldo técnico para avanzar en la cadena de valor.

6.5. Indique si el postulante ha obtenido cofinanciamiento de FIA u otras agencias del Estado en temas similares. (Marque con una X).			
SI		NO	X
Si la respuesta anterior fue SI, entregue la siguiente información para un máximo de cinco adjudicaciones (inicie con la más reciente).			
Nombre agencia o fuente de financiamiento:			
Nombre proyecto:			
Monto adjudicado (\$):			
Monto total (\$):			
Año adjudicación:			
Fecha de término:			

6.6. Indique cuál o cuáles son los productos comercializados por el postulante (territorio nacional/exportación):				
Identificación Producto	Monto de ventas		Año Inicio actividades	Principales destinos
	2016	2017		
Aceitunas rellenas en frascos	2.977.873	4.262.524	2013	Venta en bodega, locales de Vallenar, Copiapó, Calama y La Serena
Aceitunas rellenas en doypack	1.191.149	1.705.010	2013	Venta en bodega, locales de Vallenar, Copiapó, Calama y La Serena
Pasta de aceitunas en frascos	1.786.724	2.557.514	2013	Venta en bodega, locales de Vallenar, Copiapó, Calama y La Serena
Aceitunas a granel	8.933.618	12.787.571	2013	Venta en bodega y feria La Palmera de La Serena

Las ventas sólo son en territorio nacional.

7. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA PROPUESTA

Complete cada uno de los datos solicitados a continuación. Además, se debe adjuntar como anexos:

- Carta de compromiso del coordinador de la propuesta en Anexo 3.
- Curriculum vitae del coordinador de la propuesta en Anexo 4.

Nombre completo: César Esteban González Pizarro

RUT: :

Profesión: Ingeniero Civil Agrícola, Mg. Gestión Pública

Nombre de la empresa/organización donde trabaja: Hasta diciembre 2018 en Ministerio de Obras Públicas / Y desde octubre 2013 en Huascoliva Ltda. (ventas fines de semana)

Dirección comercial (calle, comuna, ciudad, provincia, región):

Teléfono:

Celular:

Correo electrónico:

Horas dedicación en la propuesta (horas al mes): 44 horas al mes

César González Pizarro

7.1 Reseña del coordinador de la propuesta

Indique brevemente la formación profesional del coordinador, experiencia laboral y competencias que justifican su rol de coordinador de la propuesta.

El Coordinador del proyecto será el Ing. César González Pizarro (43). Es Ingeniero Civil Agrícola, Magíster en Gestión Pública, con experiencia en cargos directivos, cursó durante su carrera asignaturas de postcosecha, agroindustrias y comercialización, entre otras pertinentes, materias que ha practicado acompañando y asesorando a su padre en el negocio olivícola desde su titulación. Fue consultor CORFO de planificación estratégica y desarrollo organizacional durante los años 2001 a 2005, fecha en la cual ingresó a la administración pública. Entre las actividades realizadas en aquella época, está haber visitado ferias y giras de negocio acompañando a un grupo de pequeños empresarios de aceitunas de mesa a Brasil y Ecuador (programa "A FERIAS CON PROCHILE").

Desde el mes de abril de este año estudia un diplomado presencial de 160 hrs en Redes Sociales y Comunicaciones (PUC), por concluir, donde cursa asignaturas de Marketing Digital, Diseño de Contenidos Digitales y Gestión de Proyectos Digitales, entre otros. César reside en Santiago y a pesar

de que posee actualmente un trabajo en el Ministerio de Obras Públicas, se ha dedicado a las ventas de aceituna desde que nació la empresa el año 2013 y tomará la administración de Huascoliva a partir de enero próximo, dedicándose a tiempo completo al negocio familiar. Por lo mismo, han definido para la empresa una estrategia de crecimiento para abrir mercado con sus productos directamente a restaurantes, pizzerías, pubs y empresas de catering y banquetería, además de consumidores particulares, para lo cual requieren cambiar el formato de envases y una estrategia de MKT análogo y digital que les permita penetrar el mercado de la Región Metropolitana. El Plan de marketing es clave para los planes de crecimiento de la empresa, pues forma parte de la estrategia competitiva que acompañará la transformación digital de Huascoliva, de la mano de personal comprometido y altamente calificado.

SECCIÓN III: CONFIGURACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA

8. IDENTIFICACIÓN DEL O LOS PRODUCTOS A MEJORAR EN ESTA PROPUESTA

Marque con una X una de las opciones y a continuación, describa cuáles son las características y/o atributos de su o sus productos. Además, se debe adjuntar imágenes de apoyo del producto en Anexo 6.

	Desarrollo e implementación de un Plan de Marketing de productos que no existen en el mercado nacional, y que requieran desarrollar su estrategia de marketing para ingresar al mercado local, nacional o internacional.
	Desarrollo e implementación de un Plan de Marketing de productos que surgen del cambio de su funcionalidad y que requieren mejorar o fortalecer su estrategia de marketing para ingresar en el mercado local, nacional internacional.
X	Desarrollo e implementación de un Plan de Marketing de productos que ya se comercializan y propongan innovaciones en su estrategia de marketing, usabilidad, envases u otros aspectos relacionados.

Los productos son aceitunas de mesa, las que se comercializan en distintos métodos de elaboración: aceitunas sajas, aceitunas rellenas con almendras enteras (no pasta de almendras), pimentón, ají rocoto, apio y nueces, aceitunas negras al natural y pasta de aceitunas negras y verdes, ya sea en frascos o en doypack. Estos productos son naturales y son productos con tradición e identidad en el Valle del Huasco. Se cultivan de manera natural, sin uso de pesticidas, dado que en el valle de Huasco no existen plagas que ataquen al olivo, a diferencia de lo que ocurre en Arica, Perú y Europa. Para abrir Huascoliva hacia el mercado de HORECA se necesita por ejemplo cambiar de envases, explorando con baldes de 1 galón, que puedan ser guardados en refrigeradores para que conserven por más tiempo su calidad.

N° de Resolución Sanitaria (si aplica): <i>Adjuntar copia de Resolución Sanitaria en Anexo 7, si corresponde.</i>	Resolución del Servicio de Salud Atacama N° 1072 del 27 de noviembre del 2001, modificada por la Resol. N° 6482 del 29 de octubre de 2015.
¿Cuenta con algún otro tipo de certificación?(orgánica, comercio justo, u otra) Se debe adjuntar copia de la certificación en Anexo 7	No

8.1 ¿Cuáles son los atributos diferenciadores de su(s) producto(s) para el consumidor? <i>Marque con una X un máximo de dos opciones y entregue una breve reseña sobre sus atributos destacados.</i>	
X	Beneficios para la salud y/o estilo de vida
	Medioambiental
X	Producto local
	Precio
	Otro:
Las aceitunas elaboradas son en base a la variedad sevillana, oliva que cuenta con un alto contenido de antioxidantes naturales, variedad que ha permitido diferenciar la producción oleícola del Valle del Huasco con respecto a otras zonas de producción. Las aceitunas del Valle del Huasco forman parte de los productos priorizados por el Gobierno Regional de Atacama, como producto a ser protegido por un sello de origen.	
8.2 ¿Qué puede comentar sobre la presentación o estado actual de su(s) producto(s)?	
La presentación actual del producto carece de una imagen que le permita identificarse y diferenciarse en el mercado, no se cuenta con una imagen corporativa que permita una identificación con el Valle del Huasco y un posicionamiento de la marca. El producto solo se conoce en el valle entre los mismos productores al no contar con herramientas para su promoción y difusión. Además, se intentó inscribir la marca en INAPI y hubo oposición del dueño de la marca HUASCO, razón por la cual se debe explorar cambiar la imagen y nombre de la marca Huascoliva.	

9. PROBLEMA Y/U OPORTUNIDAD

Describe detalladamente cuál es el problema y/u oportunidad actual para el postulante en relación a la presentación, producción, comercialización, comunicación u otro, de su producto que afecte la competitividad de éste.

El problema actual de las aceitunas de mesa es la falta de competitividad, a pesar que las aceitunas del Valle del Huasco cuentan con una imagen de producto reconocido a nivel nacional, no se condice con la competitividad que tienen en la actualidad. Por otra parte, ahora al contar con un reconocimiento de calidad ligado al origen como es el caso del aceite de oliva con 'Denominación de Origen', esta es una oportunidad para sumar la producción de aceitunas de mesa como producto diferenciado, sin embargo, al estar limitados en capacidades y recursos no se ha sacado el provecho a las oportunidades de mercado que ofrece un producto diferenciado de calidad.

Existe el problema de que se intentó inscribir la marca Huascoliva en INAPI y hubo oposición del dueño de la marca HUASCO, razón por la cual se debe explorar cambiar la imagen y nombre de la marca. LA oportunidad que se presenta al respecto, es que Huascoliva aún no se ha digitalizado, por lo cual no cuenta aún con un reconocimiento de marca extendido.

La oportunidad de ser beneficiario de esta iniciativa permitirá la implementación de un plan de marketing que permita posicionar el producto a nivel nacional.

10. MERCADO OBJETIVO

A continuación responda las siguientes preguntas:

10.1 ¿En qué mercado busca posicionarse? (regional, nacional, internacional)

Mercado nacional, principalmente la Región Metropolitana.

10.2 ¿Quién es su consumidor objetivo? (Ejemplo: Mujeres entre 30-40 años, trabaja, etc.; Canal HORECA – Hoteles, Restaurantes, Casinos; Turistas extranjeros, etc.)

Empresas de hoteles, restaurantes, casinos, banqueterías, pubs y pizzerías, además de consumidores de todo rango etario que estén en la búsqueda de productos de calidad, principalmente de la Región Metropolitana.

10.3 ¿Quién es su competencia directa?

La competencia directa en el Valle del Huasco es baja al existir no más de 5 productores de aceitunas de mesa con Resolución Sanitaria y en la región no son más de 10. Sin embargo, un competidor que lidera en precios es la aceituna en salmuera que viene del Perú, la que llega a la Región Metropolitana y abastece a los comerciantes de la vega central.

10.4 ¿Qué diferencia a su producto con respecto a la competencia? (Ej.: Origen, nuevas mezclas de sabores, procesado de otra forma, etc.)

Las aceitunas de mesa del Valle del Huasco tienen una calidad ligada al origen, son productos elaborados en base a una variedad denominada sevillana que esta comprobado científicamente poseer un contenido de antioxidantes superior a otras zonas de producción por lo que se puede definir como un producto saludable. Por otra parte, el postulante ha ido agregando valor a sus productos diversificando su producción hacia aceitunas rellenas y pasta de aceitunas con especias.

11. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con la propuesta. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar

Mejorar la competitividad del producto aceitunas de mesa y sus derivados a través de la implementación de una estrategia de marketing que permita acceder a nuevos y mejores mercados.

12. ACTIVIDADES:

¿Qué prestaciones de servicios requiere para hacer su producto más competitivo?

Marque con una X la o las opciones de preferencia

X	Plan de Marketing
x	Análisis de laboratorio de características de los productos e inclusión en etiquetas
	Mejoramiento de procesos de elaboración o transformación de productos
x	Diseños (Arquitectura de marca, logotipos, etiquetas, papelería)
x	Envases y embalajes (búsqueda o desarrollo de un nuevo envase o embalaje que agregue valor al producto)
x	Soportes comunicacionales (catálogos, folletos, pendones, otros)
x	Página web
x	Diseño de mailing
x	Estrategias de marketing relacional
x	Display u otros para la demostración o venta de productos
x	Promoción en puntos de venta (ferias, supermercados, entre otros)
x	Impresión material de difusión

Justifique la o las opciones seleccionadas

- Plan de marketing para mejorar la competitividad del producto
- Análisis de laboratorio para incluir etiquetado nutricional en la etiqueta para los productos elaborados.
- Diseños: Mejorar etiqueta, papelería, letreros para promocionar y difundir los productos.
- Envases y embalajes: evaluar la factibilidad de contar con nuevos envases y nuevos formatos más atractivos para el consumidor.
- Soportes comunicacionales: Contar con folletería de la empresa para participar en ferias y eventos técnicos u otras actividades de difusión.
- Display u otros para la demostración o venta de productos: contar con infraestructura óptima para participar en ferias u otros puntos de venta de manera de tener los productos en exhibición.
- Promoción en puntos de venta: participar en actividades o ferias para la venta y promoción del producto.
- Impresión de material de difusión: Impresión de tarjetas de presentación, dípticos u otro material de difusión.
- Página web, diseño de mailing, marketing relacional: se requiere un plan de MKT digital con herramientas que generen branding de la marca. Página web interactiva con catálogo de productos, carro de compras y paypal; además, la posibilidad de interactuar entre múltiples plataformas: twitter, Instagram, YouTube, donde se generará contenido y se subirán recetas para generar inbound marketing.

13. POTENCIAL IMPACTO

Describe cómo la propuesta va a permitir aumentar la competitividad del producto dentro del mercado objetivo

Contar con una estrategia de marketing mejorará la competitividad de un pequeño productor al contar con una imagen corporativa que esté relacionada con la identidad que tiene el rubro olivícola en el valle del Huasco.

Por otra parte, se espera que el precio de venta pueda aumentar con la implementación de un plan de marketing estratégico basado en la identidad de las aceitunas de mesa del Valle del Huasco.

ANEXO 4. Currículum Vitae (CV) del coordinador de la propuesta.

Se debe presentar un currículum breve, de **no más de 3 hojas**. La información contenida en cada currículum, deberá poner énfasis en los temas relacionados a la propuesta y/o a las responsabilidades que tendrá en la ejecución del mismo. De preferencia el CV deberá rescatar la experiencia profesional de los últimos 5 años.



CÉSAR ESTEBAN GONZÁLEZ PIZARRO

Ingeniero Civil Agrícola, U. de Concepción
Candidato a Magíster en Ingeniería Agrícola, mención Recursos Hídricos, U. de Concepción
Magíster en Gestión Pública y Desarrollo Regional y Local, U. Los Lagos, Campus Santiago

PERFIL PROFESIONAL

Ingeniero Civil con estudios de postgrado en gestión; con 18 años de ejercicio profesional en el sector privado (5) y público (13) vinculado a la formulación, gestión, seguimiento y evaluación de iniciativas de inversión, planes y programas; con experiencia en cargos directivos, trabajo de terreno y con organizaciones. Ex consultor CORFO de Planificación Estratégica y Desarrollo Organizacional, actual funcionario del Ministerio de Obras Públicas y desde 2013 apoyando el desarrollo de empresa familiar Huascoliva Ltda.

ANTECEDENTES PERSONALES

E-mail:

Chileno, casado, 2 hijos

Residencia: Santiago

43 años

FORMACIÓN ACADÉMICA

- | | |
|------|---|
| 2018 | Estudiante de Diplomado en Redes Sociales y Comunicaciones. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago. |
| 2017 | Magíster en Gestión Pública y Desarrollo Regional y Local. Universidad de Los Lagos sede Santiago, en convenio con ILPES-CEPAL. |
| 2014 | Diploma de Especialización en Sistemas de Microrriego (Centro del Agua para la Agricultura, U. de Concepción). |
| 2012 | Diploma en Sustentabilidad y Eco Eficiencia en Planes Regionales de Infraestructura y Gestión del Recurso Hídrico (CEPAL). |

- 2000 Egresado programa Magíster en Ingeniería Agrícola, mención Recursos Hídricos. Universidad de Concepción, Chillán.
- 2000 Título de INGENIERO CIVIL AGRÍCOLA, Licenciado en Ciencias de la Ingeniería, especialidad en Recursos Hídricos. Universidad de Concepción, Chillán. 12 semestres.

EXPERIENCIA

- 2013 – 2018: Apoyo en ventas en empresa familiar Huascoliva Ltda., dedicada al rubro de la aceituna de mesa.
- 2011 – 2018: Funcionario del Ministerio de Obras Públicas. Primero a la Dirección de Planeamiento (DIRPLAN), a cargo de la formulación, seguimiento y evaluación de diferentes Planes Especiales de Infraestructura con componentes indígenas. Luego, en formulación y seguimiento presupuestario de diferentes direcciones del MOP. Finalmente, Secretario Regional Ministerial de Obras Públicas de la Región de Atacama desde fines del 2015 al 2018. Actualmente, de regreso en la Dirección de Planeamiento del MOP, como analista en el Departamento de Presupuesto e Inversiones.
- 2005 – 2010 Profesional de la Comisión Nacional de Riego (CNR) del Ministerio de Agricultura. Jefe Nacional de la Unidad de Programas de la División de Estudios y Desarrollo. La finalidad de esta Unidad fue el trabajo directo con organizaciones campesinas, a través de la formulación y ejecución de programas de fortalecimiento, capacitación y desarrollo de habilidades en organizaciones de usuarios de aguas a lo largo de todo Chile.
- 2004 – 2005 Constructor de proyectos de riego y drenaje, ejecutados para agricultores subsidiados por el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) y por la CNR en la región de Atacama, Chile.
- 2003 – 2005 Supervisor Técnico de Obras en la construcción de proyectos de obras civiles de riego para agricultores y sus organizaciones en la región de Atacama, financiados a través de subsidios de la Ley 18.450.
- 2001 – 2005 Consultor inscrito en los Registros de Consultores del Ministerio de Obras Públicas, INDAP y CORFO en proyectos de riego y drenaje para Comunidades de Agua de la Región de Atacama: proyectos de obras civiles de revestimientos de canales, tranques, pozos y proyectos de riego tecnificado. Como resultado directo de estas consultorías, en este período se logró captar recursos por más de UF 33.000 de la Ley de Fomento al Riego y Drenaje, a través de proyectos para la construcción de infraestructura de riego en la región de Atacama.
- 2002 Consultor CORFO en asesorías de Planificación Estratégica a empresarios agrícolas en el Valle de Huasco, Región de Atacama.
- 2001 Asesor en el Programa de Promoción de Exportaciones 2002 de PROCHILE con el proyecto “Prospección al mercado de la aceituna de mesa en Brasil”. Este proyecto tuvo por objetivo buscar nuevos mercados para la producción de aceituna de mesa de los pequeños y medianos productores del Valle de Huasco.

2000 – 2001 Consultor en el Estudio de Planificación Estratégica Grupal de la etapa preparatoria del Proyecto de Fomento (PROFO) “Manejo Volumétrico del agua de riego en el Río Huasco”, desarrollado para la Junta de Vigilancia Provisional del Río Huasco, Región de Atacama, y financiado por CORFO. Este estudio fue una asesoría para la empresa Construcciones y Riego S.A., de la Asociación de Canalistas del Embalse Recoleta.

1998 – 2000 Investigador ayudante en el Proyecto FONDECYT N° 1970926 “Medición de Transpiración bajo Cultivos Forzados, Usando Medidores de Flujo de Savia”, financiado por CONICYT, en la Facultad de Ingeniería Agrícola de la Universidad de Concepción, Campus Chillán. Este trabajo fue expuesto en el IV Congreso Internacional de Ingeniería Agrícola, realizado el año 2001 en Chillán, Chile.

IDIOMAS

Manejo de inglés nivel básico: oral y escrito. Nivel intermedio en lectura.

ACTIVIDADES DE PERFECCIONAMIENTO

Capacitaciones (cursos y seminarios) con certificados en los siguientes tópicos:

- 160 hrs en redes sociales y comunicaciones
- 363 hrs en recursos hídricos
- 351 hrs en medio ambiente, territorio y sustentabilidad
- 254 hrs en formulación y evaluación de proyectos y programas
- 192 hrs en mejoramiento de procesos y auditorías Norma ISO 9001:2000 y 2008
- 146 hrs en legislación de aguas
- 128 hrs en valoración de recursos naturales y tasación de bienes agrícolas, forestales y pertenencias mineras.
- 144 hrs en manejo de diferentes softwares y procesamiento digital de imágenes satelitales.
- 66 hrs en habilidades directivas.

Santiago, septiembre de 2018

ANEXO 5. Ficha identificación coordinador

Nombre completo	César Esteban González Pizarro
RUT	
Profesión	Ingeniero Civil Agrícola, Mg Gestión Pública
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Hasta diciembre 2018 en Ministerio de Obras Públicas / Y desde octubre 2013 en Huascoliva Ltda. (ventas fines de semana)
Dirección comercial (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Email	
Género (Masculino o Femenino):	Masculino
Etnia (indicar si pertenece a alguna etnia):	No pertenece
Si corresponde contestar lo siguiente:	
Tipo de productor (pequeño, mediano, grande):	No corresponde
Rubros a los que se dedica:	No corresponde

ANEXO 6. Imágenes de apoyo

Adjuntar imágenes de buena definición, máximo 6, mostrando distintas vistas del producto que permitan ver detalles como el tipo de letra, logo, etiqueta, nitidez de la impresión.

Fotografía 1: Etiquetas de frascos



Fotografía 2: Etiquetas de doypack



Fotografía 3: Mix de frascos de aceitunas rellenas (con almendras, pimienta y ají rocoto) y pastas de aceitunas.



Fotografía 4: Frasco de pasta de aceitunas verdes



Fotografía 5: Frasco de aceitunas rellenas con almendras



ANEXO 7. Adjuntar copia de Resolución Sanitaria u otro tipo de certificación, si aplica.

ANEXO 8. Identificación sector, subsector y rubro.

Sector	Subsector
Agrícola	Cultivos y cereales
	Flores y follajes
	Frutales hoja caduca
	Frutales hoja persistente
	Frutales de nuez
	Frutales menores
	Frutales tropicales y subtropicales
	Otros frutales
	Hongos
	Hortalizas y tubérculos
	Plantas Medicinales, aromáticas y especias
	Otros agrícolas
	General para Sector Agrícola
	Praderas y forrajes
Pecuario	Aves
	Bovinos
	Caprinos
	Ovinos
	Camélidos
	Cunicultura
	Equinos
	Porcinos
	Cérvidos
	Ratites
	Insectos
	Otros pecuarios
	General para Sector Pecuario
	Gusanos
Forestal	Bosque nativo
	Plantaciones forestales tradicionales
	Plantaciones forestales no tradicionales
	Otros forestales
	General para Sector Forestal
Producto forestal	Madera aserrada
	Celulosa
	Papeles y cartones
	Tableros y chapas
	Astillas
	Muebles
	Productos forestales no madereros no alimentarios
	Otros productos forestales
	General Sector Producto forestal
General	General para Sector General

Sector	Subsector
Alimento	Congelados
	Deshidratados
	Aceites vegetales
	Jugos y concentrados
	Conservas y pulpas
	Harinas
	Mínimamente procesados
	Platos y productos preparados
	Panadería y pastas
	Confitería
	Ingredientes y aditivos (incluye colorantes)
	Suplemento alimenticio (incluye nutraceuticos)
	Cecinas y embutidos
	Productos lácteos (leche procesada, yogur, queso, mantequilla, crema, manjar)
	Miel y otros productos de la apicultura
	Vino
	Pisco
	Cerveza
	Otros alcoholes
	Productos forestales no madereros alimentarios
	Alimento funcional
	Ingrediente funcional
	Snacks
	Chocolates
	Otros alimentos
	General para Sector Alimento
	Productos cárnicos
	Productos derivados de la industria avícola
	Aliños y especias
Turismo	Agroturismo
	Turismo rural
	Turismo de intereses especiales basado en la naturaleza
	Enoturismo
	Otros servicios de turismo
	General Sector turismo
Otros productos (elaborados)	Cosméticos
	Biotechnológicos
	Insumos agrícolas / pecuarios / acuicolas / forestales / industrias asociadas
	Biomasa / Biogás
	Farmacéuticos
	Textiles
	Cestería
	Otros productos
	General para Sector Otros productos