

GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

PLAN OPERATIVO P UFF 73 01

Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

NOMBRE INICIATIVA:	Cocina Fusión Gourmet de Chiloé
EJECUTOR:	Grupo de Mujeres Raíces de Catrumán.
CODIGO:	IMA-2009-0421
FECHA:	08 de septiembre de 2009

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL

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:

Cocina Fusión Gourmet de Chiloé

3. SECTOR:

AGROALIMENTOS

4. PRODUCTO(S):

Agrupación productores de algas del pacifico Guapilacuy
Deshidratados de cochayuyo
Deshidratado de luche

Grupo de mujeres Raíces de Catrumán
Salsa de Ajo al Natural
Salsa de Ajo con Orégano y Merkén
Salsa de Ajo con Merkén
Espuma de Merkén al Ajo

Comité Productivo Las Doce Rosas
Longaniza tradicional
Longaniza de Cerdo
Longaniza Premium
Longaniza de Cordero

4.1. Resolución (es) Sanitarias:

Agrupación de Productores de Algas del Pacifico Guapilacuy.
Resolución Servicio Nacional de Pesca N° 264 del 27 de enero de 2005.
Resolución Servicio Salud
Llanchipal N° 1969 del 28 de diciembre del 2004.

Grupo de Mujeres Raíces de Catrumán.
RES. N° 103 29/08/2008. Autoridad Sanitaria Prov. De Chiloé.

Comité Productivo Las Doce Rosas.
RES. N° C-R 402 23/10/2006 Autoridad Sanitaria Provincia de Chiloé

5. UBICACIÓN GEOGRAFICA

REGION	LOCALIDAD
De Los Lagos	Agrupación productores de algas del pacifico Guapilacuy (Ancud) Grupo de Mujeres Raíces de Catrumán (Ancud) Comité Productivo Las Doce Rosas (Curaco de Vélez)

6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	15 de septiembre de 2009
FECHA DE TÉRMINO	15 de marzo de 2010
DURACIÓN (Máximo 6 meses)	6 meses

7. RESUMEN DE COSTOS Y APORTES:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

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

NOMBRE EMPRESA	GIRO / ACTIVIDAD	RUT EMPRESA	REPRESENTANTE LEGAL	FIRMA
Agrupación de Productores de Algas del Pacifico Guapilacuy	Compra, Venta de Productos del Mar.		María Gloria Vargas Sánchez.	
Grupo de Mujeres Raíces de Catrumán.	Producción, Comercialización de Productos Agropecuarios, Comercialización Productos Procesados Agropecuarios.		María Regina Sánchez Hennings.	
Comité Productivo Las Doce Rosas.	Fabrica de cecinas embutidos longanizas y ahumados		Ana María Oyarzun Muñoz.	

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

NOMBRE EMPRESA	Grupo de Mujeres Raíces de Catrumán.
----------------	--------------------------------------

10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

NOMBRE	María Regina Sánchez Hennings.
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

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

NOMBRE	María Regina Sánchez Hennings.
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

12 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

General:
Desarrollo de una estrategia de marketing integral que permita integrar conceptos como Fusión y Neo cocina con preparaciones cotidianas y de gran aporte a nuestra identidad culinaria nacional. Lograr comunicar uno de los rasgos mas característicos de estos productos: añadir sabor particular a la cocina gourmet, con una línea de ingredientes conformada por Pastas de Ajo Chilote, Longaniza de Cordero y Condimentos Deshidratados.
Específicos: (Máximo 3)
1. Desarrollo de un plan de marketing para la correcta introducción de los productos en el mercado nacional.
2. Determinar el comportamiento del mercado de productos Gourmet de Chiloé, específicamente en lo concerniente a las Longanizas de cordero, Salsas de Ajo Chilote, Luche y Cochayuyo Deshidratado mediante una investigación que contemple parámetros cuantitativos y cualitativos.
3. Diseño y producción de soportes de marketing no tradicionales capaces de difundir las propiedades benéficas y la nueva identidad de la diversa línea Cocina Gourmet de Chiloé.

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	15/09/2009
FECHA DE TÉRMINO	15/10/2009
DURACIÓN	1 mes

3. OBJETIVOS:

General:
Proveer información de las condiciones en que debe llevarse a cabo un plan de trabajo definido, de forma que el factor riesgo sea considerado como una probabilidad permitiendo estimar escenarios probables.
Específicos: (Máximo 3)
<ol style="list-style-type: none">1. Uso eficiente de los recursos entregados para la ejecución de la propuesta2. Conocer las tendencias del mercado y el posicionamiento del producto3. Desarrollar un plan de actividades sistemático según las características de cada negocio y las variables de su entorno.

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

1. Diagnóstico de las Empresas

- 1.1 Productos y/o servicios que componen la oferta
- 1.2 Ventas de los últimos 3 años
- 1.3 Mercados en que comercializan los productos
- 1.4 Antecedentes técnicos, productivos, y de calidad

2. Misión y Visión del Negocio Asociativo

- 2.1 Misión Lo que el proyecto pretende realizar para lograr la satisfacción de los clientes potenciales y de la comunidad en general. A quién se dirige el producto o servicio
- 2.2 Visión Determinar de la situación deseada para cada una de las empresas en el futuro lejano. Debe motivar a los miembros del proyecto a convertir un anhelo en realidad. Horizonte más allá del alcance del proyecto; se formula para 10 o 15 años plazo

3. Objetivos del Negocio

- 3.1 Objetivo general que exprese el fin que se persigue
- 3.2 Objetivos estratégicos específicos a corto, mediano y largo plazo, relacionados con los siguientes aspectos del Negocio: Mercado, Ventas, Compras, Finanzas, Personal, Producción, Productos, Rentabilidad, Crecimiento. Resultados esperados que permitirán verificar el cumplimiento de los objetivos planteados. Plazos esperados para el cumplimiento de los objetivos principales

4. El Mercado y la Oferta Asociativa

4.1 La Industria

Reseña del sector industrial donde está inserto el proyecto
Experiencias relevantes en el grupo relativas al sector industrial
Capacidades, y otras características, que hacen posible aprovechar oportunidades para el Negocio Asociativo

4.2 El Mercado

Descripción del mercado objetivo, su localización, la forma que opera, y demás características necesarias para de los potenciales compradores de los productos o servicios del proyecto. Debe consignarse claramente las tendencias del mercado, como argumentos para la definición de un mercado meta viable y de su potencial de crecimiento
Tamaño del mercado e información sobre los diversos segmentos que lo componen
La porción del mercado a la que apuntará el proyecto
Productos de la competencia o nuevos actores que puedan ingresar al mercado

Barreras de entrada y salida

Factores que repercuten sobre el crecimiento del mercado, tales como las tendencias de la industria, las tendencias socioeconómicas, las políticas gubernamentales, las modificaciones en la población, entre otros ... explicar como se verá afectada la Empresa Asociativa por las tendencias del mercado, ya sea positiva o negativamente.

4.3 La Oferta del Proyecto

Descripción de cada uno de los productos o servicios de la oferta del proyecto

Aplicaciones y los usuarios finales de la oferta asociativa, con énfasis en las características específicas más importantes

Características que diferencian los productos o servicios de la oferta del proyecto de los de la competencia

5. Los Clientes

Caracterización del cliente objetivo de los productos o servicios de la oferta del proyecto
definir las características del comprador al que se quiere vender el producto o servicio
Información detallada sobre la región geográfica en la cual se piensa vender los productos o servicios del proyecto

6. La Competencia

Descripción de las principales empresas de la competencia, idealmente incluyendo niveles de venta y participación de mercado

Identificación de las fortalezas y debilidades de la competencia, actuales y potenciales, y la forma en que las empresas competidoras satisfacen o no satisfacen las necesidades de los clientes. Debe señalar por qué una parte de los clientes se dirigen a esas empresas, por ejemplo: precio, calidad, por el servicio, cercanía, la reputación, etc

Análisis comparativo sobre el proyecto asociativo y sus productos y/o servicios en el contexto de la competencia

Debe ser una descripción breve abarcando los aspectos más importantes de la competencia
¿Cómo el proyecto podrá conseguir, mantener o aumentar su participación de mercado, en el entorno competitivo?

7. Posicionamiento

Posicionamiento escogido con respecto a la competencia, en la percepción del consumidor, abarcando los aspectos de calidad, precio y otras características relevantes. Mapa de posicionamiento que incluya la oferta propia y la de la competencia

8. Área de Producción

8.1 Capacidad Productiva

Descripción de las capacidades de producción, máxima y ociosa, así como de la disponibilidad y capacidad de recursos humanos en caso de ofrecerse servicios

Descripción de capacidades tecnológicas de maquinaria y equipamiento así como capacidades técnicas del personal, señalando inversiones futuras que ampliarán dichas capacidades

8.2 Proceso de Producción

Explicación del proceso de producción incluyendo el proceso de transformación y la combinación de recursos necesarios (ej. materias primas, productos intermedios, tecnología, mano de obra, maquinaria, etc.)

Definir si se requiere adquirir nueva tecnología, y de qué tipo.

Gráfico o figura de la cadena de valor mostrando las etapas del proceso en forma secuencial, hasta llegar al producto final

Descripción de la ubicación de las plantas y/o bodegas, y si existen complejidades, ó aspectos importantes, relativos a la logística de las operaciones.

9. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas (FODA)

9.1 Análisis Interno (Fortalezas y Debilidades)

Fortalezas: factores internos positivos que contribuyen al logro de los objetivos

Debilidades: factores internos negativos que dificultan o imposibilitan el logro de los objetivos.

Las fortalezas o debilidades, se deben definir considerando aquellas características internas del negocio que son capaces de generar ventajas competitivas, o que por el contrario, son obstáculos para lograr ventajas competitivas.

Los factores internos, tanto los positivos como los negativos, deben estar clasificados dentro de alguna de las cuatro áreas funcionales de la gestión del Negocio: Producción, Comercialización y Ventas, Personal, Administración y Finanzas

9.2 Análisis del Entorno (Oportunidades y Amenazas)

Oportunidades: todas aquellas situaciones externas que podrían tener un impacto favorable en sus actividades

Amenazas: todas aquellas fuerzas externas que podrían tener una influencia desfavorable en sus actividades

10. Estrategia Competitiva

Se debe describir tanto la estrategia, como las tácticas, que se emplearán para lograr que los clientes compren los productos asociados a la propuesta

11. Mercado Meta

Segmento de mercado escogido y porqué se escogió

Las principales variables utilizadas para la segmentación del mercado:

Geográficas (región, tamaño del país, tamaño de la ciudad, etc.)

Demográficas (edad, sexo, tamaño de la familia, educación, religión, raza, nacionalidad)

Sociales (clase social, estilo de vida, personalidad, etc.)

Conductuales (beneficios buscados, calidad, servicio, economía, estatus del usuario, nivel de fidelidad, actitud hacia el producto)

Marketing Mix (Estrategia de Comercialización)

12. Producto: Experiencia del Consumidor (Habitante)

12.1. Diseño

12.1.1 Características

12.1.2. Calidad

12.1.3. Estilo

12.1.4. Tipo de Servicio

12.1.5. Garantía

12.1.6. Conveniencia

12.1.7. Accesorios

12.1.8 Usabilidad

12.1.9. Packaging

12.2. Branding Arquitectura de Marca

13. Precio: Precio v s Valor

13.1. Crédito

13.2. Formas de Pago

13.3. Descuentos

13.4. Precio Retail

14. Plaza: Distribución

14.1. Cobertura

14.2. Canales de Distribución

14.3. Inventario

- 14.4. Merchandising
 - 14.4.1. Visual Merchandising
 - 14.4.2. Planning
 - 14.4.3. Layout
- 14.5 Locales
- 14.6 Transporte
- 14.7 Logística
- 14.8 Trade Marketing

15. Promoción: Comunicación Persuasiva

- 15.1. PUBLICIDAD TRADICIONAL (Above the line)
 - 15.1.1. TV
 - 15.1.2. Radio
 - 15.1.3 Via Pública Indoor-Outdoor
 - 15.1.3.1. Paletas
 - 15.1.3.2. Vallas Alto Impacto
 - 15.1.3.3. Vehículos
 - 15.1.3.4. Camionetas
 - 15.1.4. Diarios
 - 15.1.5. Revistas
 - 15.1.6. Publicaciones
 - 15.1.7. Cine
- 15.2. PUBLICIDAD NO TRADICIONAL: (Behind the line)
 - 15.2.1. Marketing Correo Directo y MKT Móvil
 - 15.2.2. Patrocinio
 - 15.2.3. RR PP Relaciones Públicas
 - 15.2.4. Ferias Eventos
 - 15.2.5. Regalos Publicitarios
 - 15.2.6. MKT de Guerrilla
 - 15.2.7. Telemarketing y Call Centers. Ayuda on Line
 - 15.2.8. Internet Web
 - 15.2.8.1. Blogs
 - 15.2.8.2. Chat
 - 15.2.8.3. Newsletters
 - 15.2.8.4. Msn
 - 15.2.8.5. Telefonía IP
 - 15.2.8.6. Encuestas

- 15.2.8.7. E-mail MKT (spam)
- 15.2.8.8 ADV Advertising
- 15.2.8.9 Barras dentro del site, Botones fijos, Top banners (jpg, png, gif, html, flash, Pops ups/ Pop Unders, Fly Ad, Layers, Banners Flash desplejables y Link de texto.

16. Personas: Calidad del Servicio

- 16.1 Atención a Público
- 16.2 Front office
- 16.3 Back office

17. Procesos: Calidad del servicio

18. Evidencia Física: Aplicaciones de la marca

- 18.1 Logotipo/ Isotipo
 - 18.1.1. Señalética, carteles y rótulos
 - 18.1.2. Visual Merchandising (Packaging, displays y exhibidores)
 - 18.1.3. Papelería Básica (hoja carta, sobres, tarjeta de presentación y carpetas)
 - 18.1.4. Impresos (Dípticos, trípticos, afiches, pendones, catálogos y publicaciones)
 - 18.1.5. Parque Móvil (Decoración de vehículos, medios de transporte y carga).
 - 18.1.6. Indumentaria Institucional (Vestuario de trabajo).
 - 18.1.7 Montajes Efímeros (Exposiciones y stands)
 - 18.1.8. Arquitectura comercial y Corporativa (mejoramiento punto de venta diseño de fachada, layout)
 - 18.1.9. Señalización del entorno

19. Alianzas: Redes/Asociatividad

- 19.1. Joint Venture
- 19.2. Clusters
- 19.3. Redes de empresas
- 19.4. Redes tecnológicas

20. Planificación de Actividades y Presupuestos

En secuencia cronológica, todas las actividades relevantes planificadas para el desarrollo del negocio con su respectivo presupuesto con carta gantt en un período de seis meses. Cada actividad debe formar parte de la estrategia que se ha definido para el logro de un objetivo específico, evitando incluir actividades que no sean relevantes para el proyecto.

4. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Diagnostico de las empresas		1
2	Estudio de mercado		2
3	Marketing Mix		3
4	Planificación estratégica		3

5. 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.

6. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
María Regina Sánchez Hennings	A	Coordinador
Jorge Mansilla Schwerter	B	Asesor/ Encargado Desarrollo Empresarial Municipalidad Ancud
Alejandro Vidal Alvarado	E	Empresa Consultora A-Head Consultores Limitada: Planificación Estrategia, Gestión

		y Desarrollo del Plan de Marketing. Ingeniero Civil Industrial Universidad Católica de Valparaíso
Rodrigo Aparicio Lagos	E	Empresa Consultora A-Head Consultores Limitada: Planificación Estrategia, Gestión y Desarrollo del Plan de Marketing. Ingeniero Agrónomo U adventista

(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.

7. CARTA GANTT

Plan de Marketing

ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Plan de Marketing																									

II. 2 SONDEO DE MERCADO

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	16/10/2009
FECHA DE TÉRMINO	15/03/2010
DURACIÓN	5 meses

3. OBJETIVOS

General:
Conocer las posibilidades de éxito para la comercialización de productos asociados a la Cocina Fusión Gourmet de Chiloé a través de un estudio de carácter cuantitativo y cualitativo. Determinar el comportamiento del mercado de productos Gourmet de Chiloé, específicamente en lo concerniente a las Longanizas de cordero, Salsas de Ajo Chilote, Luche y Cochayuyo Deshidratado
Específicos: (Máximo 3)
<ol style="list-style-type: none">1. Evaluar el actual diseño de marca de los productos y definir los motivadores y variables externas que influyen en el proceso de compra.2. Establecer nuevas estrategias de mercado a seguir para la amplia línea de productos.3. Determinar las proyecciones del mercado y nuevas tendencias nacionales.

4. METODOLOGÍA

Al desarrollar el sondeo se han considerado las limitantes que presenta el universo del estudio, el cual contempla un gran número posibles consumidores que abarcan distintas regiones, cuya dispersión geográfica es bastante considerable, lo que dificulta la accesibilidad de la información al equipo de trabajo.

El estudio es básicamente de carácter cuantitativo, se realizarán evaluaciones no paramétricas; las cuales presentan atributos que no son necesariamente susceptibles a ser medidos numéricamente, tales como: gustos y preferencias de los consumidores. La investigación tendrá carácter exploratorio, pues se obtendrá información respecto a la situación general de las tres líneas de productos para las empresas Raíces de Catrumán, Comité Productivo de Algas de Guapilacuy y Comité Productivo Las Doce Rosas. De esta manera se obtendrá una evaluación de sus marcas, de las empresas identificando los problemas y alternativas que permitan realizar un diagnóstico de la situación actual.

La **primera fase** de la **investigación de mercado** comenzará con diversas entrevistas con los empresarios, para determinar la base del estudio identificando la situación actual de la empresa. Este proceso se efectuará con entrevistas personales y con la aplicación de un cuestionario. Esta primera etapa establecerá la estructura de la investigación y los requerimientos del estudio.

Un **segundo paso**, lo contempla el **análisis de la información recopilada identificando las áreas de mayor problema para la empresa**. Esta observación permitirá al equipo de trabajo adentrarse en la problemática de las pequeñas empresas. Es considerada como una etapa fundamental para que una vez terminado la fase de ejecución de encuestas y Focus Group, el equipo de trabajo pueda concluir y presentar algunas sugerencias y recomendaciones para la empresa.

Dentro del análisis de la información y, sobre la base de los objetivos planteados en el plan de trabajo, se **desarrolla el cuestionario que será aplicado a la población objeto** de la investigación, es decir personas que consuman productos gourmet en la Región Metropolitana. Esta encuesta será aplicada a través de las promotoras en sus puntos de venta, será un cuestionario rápido, ágil y de fácil comprensión, no deberá contener más de 5 preguntas.

Luego de la **encuesta**, se procederá al **análisis y codificación** para luego realizar la tabulación y posteriormente efectuar el informe del cuestionario.

Posteriormente, se realizarán Focus Group a dos componentes del Target Group (edad y grupo socioeconómico) para ver su percepción respecto al lanzamiento de los productos: Pastas de Ajo Chilote o /ajo Elefante, Longaniza de Cordero y embutidos Premium y Deshidratados de Luche y Cochayuyo en preparaciones gourmet, de esta manera facilitaría conocer el verdadero ambiente al momento de introducir los productos ya mencionados.

N°	Lugar Focus	Perfil	N° Participantes	Fecha	Valor
1	Taino Chillán	Profesionales de las áreas: agronomía, gastronomía y alimentos.	10	Septiembre	
2	Buro Chillán	Consumidores en general	10	Septiembre	
3	Hotel Crowne Plaza Santiago	Tiendas especializadas, distribuidores, Chef y Hotel	10	Octubre	
4	Hotel El Parque Villarrica-Pucón	Tiendas especializadas, distribuidores	10	Noviembre	
5	Hotel El Parque Villarrica-Pucón	Consumidores en general	10	Octubre	
6	Hotel El Parque Villarrica-Pucón	Profesionales de las áreas: agronomía, gastronomía y alimentos	10	Septiembre	
7	Cámara de Comercio Detallista Ancud	Profesionales de las áreas: agronomía, gastronomía y alimentos	10	Octubre	
8	Café Nerudiano Ancud	Tiendas especializadas, distribuidores	10	Octubre	
9	Hotel El Greco Puerto Varas	Tiendas especializadas, distribuidores	10	Octubre	
10	Hotel El Greco Puerto Varas	Profesionales de las áreas: agronomía, gastronomía y alimentos	10	Noviembre	
11	Evento Sabores Mall Plaza El Roble Chillan	Participantes en General	20	Septiembre	
12	Evento Sabores Mall Plaza El Roble Chillan	Participantes en General	20	Octubre	
13	Evento Sabores Mall Plaza El Roble Chillan	Participantes en General	20	Noviembre	
14	Evento Sabores Mall Plaza El Roble Chillan	Participantes en General	20	Diciembre	
15	Hotel El Greco Puerto Varas	Profesionales de las áreas: agronomía, gastronomía y alimentos	10	Enero	

El siguiente método para recabar información será la **observación de las empresas más relevantes de la competencia** a través de los productos que se encuentran en el mercado gourmet y las grandes cadenas retail de interés.

Posteriormente, **se elaborará un informe** que contenga las sugerencias respecto a posibles modificaciones del negocio lo que le permitirá adaptarse a las preferencias del consumidor.

Por último, **se presentarán las conclusiones a los empresarios**, mostrando los resultados obtenidos y las recomendaciones para las nuevas propuestas de la empresa.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Identificar los agentes que componen el entorno del negocio, es decir: proveedores, distribuidores, competidores y consumidores lo que permitirá conocer la situación en la cual se encuentra la empresa y así realizar acciones correctivas, tanto en la administración, como en la atención eficiente de los clientes		1
2	Este indicador pretende mostrar la posición de la empresas en el mercado de acuerdo a la comparación de la empresa con su competencia, sobre la base de los resultados obtenidos en la encuesta bajo el estudio de ciertos parámetros como son: <ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Precio • Innovación 		2
3	A través del análisis FODA se pretende dar una visión estratégica de los resultados obtenidos por la investigación lo que permitirá dar un impulso hacia el desarrollo de nuevas estrategias comerciales o re orientar las existentes hacia una posición más competitiva.		2 y 3
4	La Matriz Producto-Mercado es una herramienta útil para llegar al fin que se pretende. La matriz comprende cuatro casillas que indican las posibilidades de utilizar los recursos de que dispone para aumentar sus ventas., nos permite identificar las reales alternativas para las empresas de la iniciativa de acuerdo a las posibilidades de mercado, señalando hacia que rumbo deben apuntar las empresas.		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
María Regina Sánchez Hennings	A	Coordinador
Jorge Mansilla Schwerter	B	Asesor/ Encargado Desarrollo Empresarial Municipalidad Ancud
Yessel Vidal Fohomann	E	Empresa Consultora A-Head Consultores Limitada: Jefe de Proyectos Planificación Estrategia, Gestión y Marketing
Alejandro Vidal	E	Empresa Consultora A-Head Consultores Limitada: Planificación Estrategia, Gestión

Alvarado		y Desarrollo del Plan de Marketing. Ingeniero Civil Industrial Universidad Católica de Valparaíso
----------	--	---

- (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

ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Realizar catastro en grandes supermercados, restaurantes, hotelería, tiendas gourmet y otras propias del mercado objetivo.					■	■																		
Elaboración de cuestionario: corto, preciso y de fácil comprensión aplicable tanto a las condiciones intrínsecas como extrínsecas del producto					■	■																		
Selección e inducción del equipo de promoción que aplicará en los puntos de venta el cuestionario.					■	■	■																	
Establecer procedimientos para obtener la información, procesarla y emitir los informes respectivos					■	■	■																	
Visitas a clientes cautivos y potenciales (encuesta pre y post venta).					■	■	■	■		■	■	■					■	■	■				■	■
Tabulación de Resultados extraídos de las encuestas.					■	■						■	■							■	■		■	■
Desarrollo de Informe de						■	■						■	■							■	■		

II.3 DISEÑOS

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	16/10/2009
FECHA DE TÉRMINO	15/03/2010
DURACIÓN	05 meses

3. OBJETIVOS

General:

Comunicar la identidad y el **sabor particular de estos productos asociados a la cocina gourmet**, con una línea de ingredientes conformada por Salsa de Ajo Chilote, Longaniza de Cordero y Deshidratado de algas, integrando conceptos como Fusión y Neo cocina con preparaciones de vanguardia.

Específicos: (Máximo 3)

1. Potenciar los elementos diferenciadores de las marcas asociadas buscando mayor difusión de estos productos con carácter a través de diseño de imagen (branding) y soportes de marketing que refuercen su procedencia e identidad cultural chilota, destacando múltiples usos y versatilidad.
2. Asegurar la perfecta presentación, conservación y visibilidad gracias a una adecuada elección de envase y etiquetado. De esta manera entregar una solución coherente a la condición gourmet de los productos con un diseño atractivo e innovador y un alto grado de limpieza en la imagen.
3. Difundir de manera creativa y efectiva una estrategia de promoción y degustación que informe a un gran porcentaje de consumidores sobre las cualidades intrínsecas y extrínsecas de los productos, destacando su condición de alimento funcional.

4. METODOLOGÍA

La primera etapa es el de **Diagnóstico de la Imagen Comercial**, en la misma se relevará la siguiente información de la Empresa: Redactar el plan estratégico, misión, visión, valores corporativos, competencia, productos sustitutos y otros documentos claves sobre las empresas participantes de la iniciativa.

La **segunda etapa** tiene el objeto de establecer **equipos de brainstorming** que ayuden a la concepción de estrategias competitivas funcionales que promuevan, incrementen y sustenten la comercialización oportuna, eficaz y de calidad, Tormenta de ideas efectiva y capaz de generar diversas ideas sobre la estrategia de promoción: soportes gráficos, innovación en publicidad no tradicional (Internet), post venta para luego determinar que idea -o ideas- presentan la mejor solución.

Posterior al brainstorming el equipo de diseño debe **definir la Imagen Comercial (Branding)**. El mismo contemplará la definición de una Imagen Comercial de acuerdo a la Visión y Misión organizacional, un Análisis de la Marca, diseños de Logos e Isotipos, diseño de la Carpeta Institucional, definición de los Contenidos y Diseños de soportes tradicionales (papelería básica, ropa corporativa) y no tradicionales (web, blogs, banners), definición y diseños de soportes gráficos con una definición y un mensajes promocional ya definido.

Investigación y cotización de envases disponibles para ser adquiridos: El envasado deberá ser fuera de lo corriente, distinguido, con alta visibilidad, prístino, simple y elegante.

Implementar un prototipo de etiquetado y envase a través de la metodología focus group con el objetivo de desarrollar un trabajo grupal para la creación de un prototipo en etiquetado y envase con el objetivo de identificar con un producto gourmet y de alto valor agregado.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Prototipo envase y etiquetado terminado		2
2	Las estrategias de marketing aplicadas permitirán aumentar las ventas de la empresa.		1
3	Captación de nuevos clientes		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
María Regina Sánchez Hennings	A	Coordinador
Jorge Mansilla Schwerter	B	Asesor/ Encargado Desarrollo Empresarial Municipalidad Ancud
Edgar Brandau	E	Empresa Consultora Dekus Sourcing Ltda Jefe de Proyectos Branding, Packaging y Medios.

(1) Utilizar las siguientes categorías:
a. Coordinador

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	Grupo de Mujeres Raíces de Catrumán.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	Región de Los Lagos.		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
Tipo entidad (A)	Organización o Asociación de Productores pequeños		

(A) Ver notas al final de este anexo

Nombre de la organización, institución o empresa	Agrupación de Productores de Algas del Pacífico Guapilacuy		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	Región de Los Lagos.		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
Tipo entidad (A)	Organización o Asociación de Productores pequeños.		

(A) Ver notas al final de este anexo

Nombre de la organización, institución o empresa	Comité Productivo Las Doce Rosas.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	Región de Los Lagos		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
Tipo entidad (A)	Organización o Asociación de Productores pequeños.		

(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	María Regina		
Apellido Paterno	Sánchez		
Apellido Materno	Hennings		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Grupo de Mujeres Raíces de Catrumán		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Presidente		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Región de Los Lagos		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino <input checked="" 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	María Regina		
Apellido Paterno	Sánchez		
Apellido Materno	Hennings		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Grupo de Mujeres Raíces de Catrumán		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada X
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Encargada de Procesos		
Profesión			
Especialidad	Proceso Productivo y Comercialización		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Décima Región de Los Lagos		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino		Femenino X
Etnia (A)			
Tipo (B)	Productor individual pequeño		

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

(A) Etnia

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

(B) Tipo

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

ANEXO IV: FICHAS EQUIPO TECNICO

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

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

CURRICULUM VITAE

Datos Personales:

Nombres : Alejandro Andrés
Apellidos : Vidal Alvarado.

Nacionalidad : Chileno.

Antecedentes Académicos:

Enseñanza Media : Colegio San Francisco Javier (Puerto Montt),
licenciado el año 1997.

Estudios Superiores : Años 1998–2002 Carrera de Ingeniería Civil
Industrial, Universidad Técnica Federico
Santa María, Valparaíso

Años 2003–2008: Carrera de Ingeniería Civil
Industrial, Pontificia Universidad Católica de
Valparaíso.

Grados y Títulos

Abril (2007) : Licenciado en Ciencias de la Ingeniería, en la
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

Noviembre (2008) : Ingeniero Civil Industrial en la Pontificia
Universidad Católica de Valparaíso.

Perfeccionamiento

- Octubre (2007) : Taller de Modelamiento “Framework de Modelamiento, Corporate Modeler”, Casari & Asociados.
- Junio – Julio (2008) : Curso “Inst. Eléctricas de Consumo en Baja Tensión: Interp. y Apl. Norma Nch Elec. 4/2003”, DICTUC.
- Junio – Julio (2009) : Curso de Auditores Internos “Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008”, ABS Consulting.

Antecedentes Laborales:

- Enero – Febrero (2000) : Práctica de Operario en Planta Termoeléctrica de Ventana, AES Gener.
- Enero (2005) : Práctica de Operario en Concesionaria Berríos y Cía. Ltda.
- Julio – Diciembre (2005) : Ayudantía de Investigación Operacionales II en la Escuela de Ingeniería Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Enero – Febrero (2006) : Práctica Profesional como asistente de Ingeniero a cargo del “Proyecto ZEAL” que forma parte del “Plan de Desarrollo Puerto Valparaíso” en la Empresa Portuaria de la misma ciudad.
- Marzo (2006) : Miembro del equipo de profesionales que realizó “Estudio de Prospección para Productos de Mar, Nueva York - Estados Unidos”, para la empresa Costa Viva.
- Julio (2006) : Estudio de mercado “Factibilidad para Planta de Tratamiento de Residuos Orgánicos en la Quinta Región” para la empresa GeoCiclos.

- Julio – Diciembre (2006)** : Ayudantía de Formulación y Evaluación de Proyectos en la Escuela de Ingeniería Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Enero – Febrero (2007)** : Práctica Profesional, desarrollada en Área de Ventas y Servicios de Chilquinta Energía S.A.
- Marzo – Junio (2007)** : Ayudantía de Investigación Operacionales II en la Escuela de Ingeniería Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Marzo – Abril (2007)** : Estudio de Evaluación Económica del Proyecto Full Electric en Área de Ventas y Servicios de Chilquinta Energía S.A.
- Mayo (2007) – Marzo (2009)** : Analista de Gestión Comercial en el Área de Venta de Servicios, Chilquinta Energía S.A.
- Abril (2009) a la fecha** : Analista Comercial del Área de Planificación y Control Comercial, Chilquinta Energía S.A.

Otros Antecedentes:

- Julio (2005) – Diciembre (2007)** : Asesor del Plan de Fomento Productivo en la Fundación Un Techo Para Chile.

Alejandro A. Vidal Alvarado
Ingeniero Civil Industrial

e d g a r B r a n d a u

Compras Internacionales
Dirección de Arte / Diseño
Desarrollo de Producto
Gestión Comercial / Marketing_Retail
Trade Marketing

Instituto Nacional, General José Miguel Carrera

Enseñanza Media

1988 - 1993. Santiago, Chile.

Pontificia Universidad Católica de Chile

Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos

Matrícula de Honor (1994)

Grado Académico de Licenciado en Diseño (1999)

Concentración en diseño integral, corporativismo
y comunicación visual.

Título Profesional de Diseñador. Tesis de Grado: "Design
Management y la Estrategia de Producto en Retail"

Santiago, Chile (2006). Aprobado con distinción.

The International Christian University

Division of Humanities, Art and Archaeology

Institute of International Relations

Posgrado "Programa de Estudios del Japón"

Septiembre 1999 - Julio 2000

Tokio, Japón.

Educación

Nacionalidad : Chilena

Información Personal

- Español (nativo)
- Inglés (bilingüe / TOEIC, Nivel Profesional)
- Japonés (nivel conversacional)
- Chino Mandarín (básico)

Idiomas

• **Consultor Independiente en Gestión de Compra y Desarrollo de Producto**
Santiago, Chile. (desde marzo de 2007 a la fecha)

Servicios de outsourcing en gestión de compras internacionales y desarrollo de producto y diseño en Asia, principalmente en el área de textiles, impresos y packaging. Clientes: Flex Chile, Hites S.A., Jimenez-Cerasa S.A., Tramahuel S.A., Pascualina-Libesa, Productos Mickelsen, entre otros.

• **Johnson's S.A.**

Retailer. Cadena de tiendas por departamento.

Santiago, Chile. (desde marzo, 2004 a febrero, 2007)

Director de Arte / Jefe del Depto. de Diseño

Jefe de Compras Internacionales de Deco-Hogar

Responsable tanto de la dirección creativa, como de la coordinación comercial, productiva y logística de las importaciones de deco-hogar. Mi gestión comprendía todas las instancias del desarrollo de productos para las distintas líneas del área, desde la definición conceptual y de diseño, hasta su implementación efectiva en tienda. Como coordinador de importaciones participé en la selección de proveedores en el extranjero y gestioné los aspectos comerciales de las compras, como precios, producción y consolidación de las mercaderías; coordinando la gestión de los product managers respectivos con el equipo de diseño, planificación y de importaciones. Como Director de Arte, dirigí el desarrollo e implementación de las marcas propias exclusivas del departamento de deco-hogar, en función de la estrategia comercial y estructura de surtido de las distintas líneas comerciales del área. También fui responsable de la dirección y ejecución de las acciones de marketing del departamento en relación al desarrollo de catálogos, trade marketing, material POP y visual merchandising.

• **Diseñador-Asesor Creativo Independiente**

Santiago, Chile (abril 2002 - febrero 2004)

Servicios de asesoramiento creativo, diseño e implementación de variados productos y soluciones de marketing para diversas agencias de publicidad y empresas vinculadas al diseño y el retail, entre ellas:

- Casa&Ideas
- Diseñadores Asociados
- Midia Comunicación
- Publicidad Universitaria
- DeRamon
- Pandora, Grupo de Diseño

• **Ashley Associates Ltd.**

Integrated marketing communications, web solutions, e-Commerce.

Tokyo, Japón. (marzo 2000 - marzo 2002)

Senior Designer

Desempeño centrado en la creación e implementación de múltiples soluciones de marketing en el ámbito de las comunicaciones corporativas, publicidad y web para algunas de las compañías más importantes en Japón, tales como Sony, Nestle, Lloyds TSB, Clarion, entre otras. Representativo de cuentas y responsable de la implementación de nuevos proyectos. Un agudo sentido del corporativismo y un hábil manejo conceptual y comunicacional destacan como requisitos relevantes de la labor profesional desempeñada.

• **ProChile**

Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile.

Departamento de Comunicaciones

Santiago, Chile (Servicios part-time. Julio 1998 - Enero 1999)

Diseñador Asistente

Servicios de diseño y producción de materiales impresos de divulgación y promoción comercial. Asesoramiento en la elección y supervisión de proveedores externos de diseño, publicidad y equipamiento de espacios.

Experiencia
Profesional

Viajes realizados por motivos profesionales

Chicago, Illinois. USA (2002)
Frankfurt / Tendance Fair (2004)
Frankfurt / HeimTextile (2005)
Canton/ CECF (abril 2005)
Nueva Delhi (abril 2005)
Hong Kong / Houseware Fair (2005)
Canton/ CECF (10/2005 - 10/2006)
Nueva Delhi (10/2005 - 09/2006)
Canton/ CECF (abril 2007)

Altamente eficiente en el uso de los más importantes softwares para diseño gráfico, materiales interactivos, web y equipamiento de espacios. Versátil en ambas plataformas de trabajo (Macintosh/Windows). Instruido en conocimientos relativos a pre-prensa digital y variadas técnicas de impresión. Extensamente experimentado en el manejo de: •PhotoShop •FreeHand •Adobe Illustrator •FireWorks •InDesign •Dreamweaver •Flash •Cinema 4D •Strata StudioPro, entre otros. Sólido manejo del paquete Microsoft Office e internet. Amplio conocimiento de múltiples técnicas de producción textil, así como un efectivo manejo de los principales procesos productivos, técnicas, materiales y calidades utilizados en la producción de variados artículos para mesa, cocina y baño; tales como cerámicas, porcelanas, plásticos, metales y vidrios.

• **"Imagen Corporativa y Competitividad"**

Collins Bryce
2ª Bienal de Diseño, octubre 1994. Santiago, Chile

• **"Diseño: Teoría del Color"**
David Embry, Wilsonart-US
Octubre 1995. Santiago, Chile

• **"Workshop"**
David Carson
3ª Bienal de Diseño. 1996. Santiago, Chile

• **1994-1995 _ Matrícula de Honor**

*Pontificia Universidad Católica de Chile
Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos y Territoriales
Escuela de Diseño.*

• **1998 _ Concurso de Identidad Corporativa**

*Mención Honrosa
Instituto de la Construcción-Chile
Diciembre 1998. Santiago, Chile.*

• **1999 _ Beca de Estudios AIEJ**

*Ministerio de Educación del Japón
International Christian University.
Tokyo, Japón.*

• **2001 _ Concurso Publicitario para la Lotería de la Ciudad de Tokyo**

*Primer Lugar
(serie de 3 afiches para el sistema de transporte público).
The Tokyo City Government
Mayo 2001. Tokyo, Japón*

• **"Fotografía"**

Stephan Lobel
Fotógrafo Profesional
P. Universidad Católica de Chile
1997. Santiago, Chile

• **"Multimedios Interactivos"**
Alvaro Sylleros. Diseñador,
Universidad de Chile, 1998

• **"Programa de Negociación Efectiva"**

Bernard Kaminker, The American Management Association.
2001. Tokio, Japón

Capacidades
Técnicas

Cursos de
Especialización /
Seminarios

Reconocimientos

CURRÍCULUM VITAE

RODRIGO ANDRÉS APARICIO LAGOS

1. DATOS PERSONALES

▼ Nombre Rodrigo Andrés Aparicio Lagos

▼ Nacionalidad Chileno

2. PERFIL

- ✦ Joven profesional proactivo, con demostradas habilidades de consejero, instructor, liderazgo y trabajo en equipo a través de experiencia profesional y estudios.
- ✦ Sólidas habilidades analíticas, fuerte orientación de trabajo en terreno e interés en el uso de tecnología para la resolución de problemas.
- ✦ Historial probado de adaptabilidad, sólidos valores morales e impecable ética profesional, con experiencia laboral en las empresas Ditzler Chile Ltda., Frisac S.A., Vital Berry Marketing S.A. y Hortifrut S.A, entre otras.
- ✦ Formación como Ingeniero Agroindustrial, de la Universidad Adventista de Chile.

3. ESTUDIOS REALIZADOS

3.1. Universitarios

- 1999 a 2002 Título de Ingeniero Agroindustrial, Facultad de Ingeniería, Universidad Adventista de Chile, Chillán.
- 1993 a 1998 Estudios de Ingeniería Civil Metalúrgica, Universidad Arturo Prat, Iquique.

3.2. Secundarios

- 1988 a 1991 Enseñanza media, Liceo Narciso Tondreau, Chillán.

3.3. Primarios

- 1980 a 1987 Enseñanza básica, Escuela República de México, Chillán.

4. EXPERIENCIA LABORAL

Mayo 2009 a la fecha: Empresa Ecoberry S.A.

- ✦ Gerente PROFO.
- ✦ Gerente Operaciones entre Junio y Diciembre de 2008. A cargo de las operaciones de la planta en la producción de

semiproceso de espárragos, congelados de frambuesas, y servicio de embalaje de arándanos.

- 2006 a la fecha Empresa Ditzler Chile Ltda.
- ✦ Coordinador Programa de Desarrollo de Proveedores Espárragos.
 - ✦ Abastecimiento materias primas zona centro-sur: espárragos, frambuesas, arándanos, moras, kiwis, hongos silvestres.
 - ✦ Supervisor de productos terminados en rubros frambuesas, moras, arándanos y espárragos.
- 2006 a la fecha Empresa Natural Chile Ltda..
- ✦ Asesor en higiene e inocuidad alimentaria rubro arándanos.
- 2005 a 2006 Empresa Frisac S.A.
- ✦ Asesor técnico departamento agrícola.
 - ✦ Encargado de abastecimiento materias primas área frutas: espárragos, arándanos, frambuesas, moras, hongos silvestres, kiwis.
 - ✦ Diagnóstico PDP frambuesas.
- 2004 a 2005 Empresa Vital Berry Marketing S.A., Chillán.
- ✦ Jefe zonal de operaciones en los rubros frambuesas y arándanos frescos y congelados.
- 2003 a 2004 Empresa Vital Berry Marketing S.A., Curicó
- ✦ Jefe de operaciones planta Copefrut - Cenkiwi, para la exportación de arándanos temporada 2003-2004 y supervisión de frambuesas congeladas.
- 2002 a 2003: Empresa Vital Berry Marketing S.A., Chillán.
- ✦ Jefe zonal de operaciones en los rubros de frambuesas y arándanos frescos y congelados.
- 2001 a 2002: Empresa Vital Berry Marketing S.A., Chillán.
- ✦ Control de calidad berries, frambuesas y arándanos frescos y congelados, en centro de acopio.
- 2000 a 2001: Empresa Hortifrut S.A., Chillán.

- ✦ Control de calidad berries, frambuesas y arándanos frescos y congelados, en centro de acopio.
 - ✦ Supervisor producto industrial en planta de procesos.
- 1999 a 2000: Empresa Hortifrut S.A., Chillán.
- ✦ Control de calidad en terreno para frambuesas en fresco.
 - ✦ Supervisor producto industrial de frambuesas en planta de procesos.

5. CURSOS Y CAPACITACIONES

- 2008 "Inocuidad Alimentaria", FDF-Davis Fresh-GlobalG.A.P., Santiago, Chile.
- 2007 "Aplicación de Normas ISO en el Sector Productivo Agropecuario y Agroindustrial", Chillán, Chile.
- 2005 "Introducción a los Fundamentos y Aplicación de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), INACAP Ñuñoa – Santiago, Chile.
- 2003 "Fortalecimiento de Habilidades Comunicacionales", Vital Berry Marketing S.A., Santiago, Chile.
- 2000 "Certificación de Operadores para la Aplicación de Plaguicidas en Huertos Frutales", Facultad de Ingeniería Agrícola, Universidad de Concepción, Chillán, Chile.

6. OTROS

6.1. Conocimientos de Informática

- ✦ Sistemas Operativos: MS DOS, Windows (98, 2000, ME, XP).
- ✦ Programas: Word, Excel, Outlook, Access, Power Point, Project.
- ✦ Internet.

6.2. Estudios de Idiomas

- 1996 - 2008 Estudios particulares de inglés.

YESSEL CAROLINA VIDAL FOHOMANN
Ingeniero de Ejecución en Marketing
Licenciado en Marketing

Objetivos Profesionales

Participar en proyectos que me otorguen la oportunidad de entregar los conocimientos y técnicas adquiridas como Ingeniero, aportando al desarrollo y gestión de la industria en Chile. A la vez potenciar mis destrezas y habilidades en el ámbito de los negocios, aplicando la creatividad y dinámica necesaria para la sustentabilidad de las empresas.

Antecedentes Educativos

Realicé mis estudios básicos en la Escuela Particular 250 "El Pilar" de Ancud, entre los años 1988 al 1995. Posteriormente cursé mis estudios secundarios en el Liceo Comercial El Pilar de Ancud. En el año 2000 ingresé a la Universidad Diego Portales, Campus Sur Austral en la ciudad de Temuco, a la Carrera de Ingeniería de Ejecución en Marketing. Obtuve el título de Ingeniero de Ejecución en Marketing el año 2004.

Antecedentes Laborales

- | | |
|-------------------------------|---|
| <i>Diciembre a Marzo 2000</i> | <i>Práctica profesional realizada en Empresa "Chilolac", Ancud.</i> |
| <i>Marzo a Diciembre 2001</i> | <i>Administrativa, Cooperativa Bio- Leche Temuco.</i> |
| <i>Enero a Agosto 2005</i> | <i>Sociedad Educacional Araucanía, Encargada de Admisiones en Universidad Arturo Prat Campus Ancud.</i> |
| <i>Temporada 2005-2006</i> | <i>Administrativo Contable y RRHH en Hostería Las Torres de la Patagonia, Parque Nacional Torres del Paine.</i> |
| <i>Sep. 2006 a Dic. 2007</i> | <i>Asistente Comercial, Imágenes del Sur Consultores</i> |
| <i>Marzo 2008 a la fecha</i> | <i>Jefe de Proyectos y Desarrollo, A-Head Consultores.</i> |
- *Línea de Financiamiento Negocios Tecnológicos Innova Bio Bio para la formulación de proyecto "NEGRONI PREMIUM GOURMET". Adjudicado en Marzo 2009*

Yessel Carolina Vidal Fohomann

- *Diagnóstico empresarial a nueve empresas de la comuna de Ancud, para apoyo en formulación de proyectos IMA 2009, FIA.*
- *Formulación proyectos IMA 2009, "Leyendas Ancestrales del Mar", "Cocina Fusión Gourmet de Chiloé", "Dulce Exótico Gourmet".*
- *Gestión Comercial y Asesoría para la Exportación para Proyecto FIA "Establecimiento de un Centro de Producción de semillas orgánicas de Ajos Chilotes y una Red de Productores de Ajos Orgánicos Certificados para Exportación desde Chiloé" de Cooperativa Coipomo, Abril 2009- Abril 2010.*
- *Etapas de Formulación aprobada para PROFO GOURMET*

Otros Antecedentes Académicos

- *Seminario de "Periodismo de investigación basado en documentación Pública" (UDP)*
- *Curso "Taller de Habilidad Ejecutivas" (UDP)*
- *Perfeccionamiento a nivel usuario: World, Excel, Power Point, Internet.*

Competencias Personales

En cuanto a mis principales competencias profesionales puedo nombrar el área marketing, comerciales, contable y recursos humanos. En lo personal soy una persona con diversas cualidades como son, proactiva, responsable, dinámica, con metas claras, liderazgo y lo principal, con ansias de adquirir nuevos desafíos profesionales.

Referencias

- *Sra. Rosemarie Junge Rabie Directora General Universidad Diego Portales Temuco*
- *Sr. Christian Cazaudehore Castillo, Gerente Comercial Imágenes del Sur,
www.imagenesdelsur.cl*
- *Sr. Pierre Negroni Alvarez, Gerente General Agroindustrial Negroni Limitada,*
- *Sr. Héctor Zúñiga Bustamante, Ingeniero Agrónomo, Coordinador Proyecto FIA
"Establecimiento de un Centro de Producción de Semillas Orgánicas de Ajos Chilotes y
una Red de Productores de Ajos Orgánicos Certificados para Exportación desde Chiloé"*

YESSEL CAROLINA VIDAL FOHOMANN.

CURRICULUM VITAE CHRISTIAN CAZAUDEHORE EIRL

Nombre Fantasía: **Imágenes del Sur**
Rut:
Razón Social: Christian Cazaudehore, Asesorías, Consultorías, Prestación de Servicios en tecnologías de información y publicidad. Producción de eventos. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.
Dirección:
Teléfono:
Fax:
Ciudad:
Región: Bío Bío
Sitio Web: www.imagenesdelsur.cl
Acreditaciones: Consultor Corfo en Tecnologías de Información, área informática.
Consultor INDAP en Gestión Empresarial, área Marketing.

Nuestra Empresa

Nuestro personal está compuesto por profesionales dinámicos y capaces, dedicados y comprometidos con su labor, ellos son:

Christian Cazaudehore Castillo, Gerente General.

Consultor CORFO e INDAP en tecnologías de Información, multimedia, marketing y publicidad.
Sonidista Universitario, especializado en edición y grabación de audio y video profesional.
Cursos de Fotografía y Video profesional. Cursos de Informática, computación y desarrollo de tecnologías digitales.

Cristian Keilhold, Informático y programador, Jefe de Proyectos

Ingeniero en Informática, Instituto Profesional Virginio Gómez, posee cursos de diseño Web, tecnologías de información, lenguajes de programación y herramientas digitales.

Ximena Aedo

Diseñadora Grafica, Universidad del Bío Bío. Experiencia en Implementación de Estrategias de Marketing en diversas empresas Provincia de Ñuble. Destacan asistencias prestadas a empresas como Curimapu, Lácteos Pelales entre otras.

Giovanni Baeza, Traductor y Locutor

Profesor de Inglés en Universidad Bolivariana e Instituto Valle Central radicado por muchos años en Inglaterra.

Belén Gutiérrez, Locutora profesional y animadora radial

Locutora profesional, con cursos y basta experiencia en grabación de jingles radiales, animación de programas radiales en vivo, y locuciones de textos y videos corporativos.

PORTAFOLIO IMAGENES DEL SUR

VINOS LAUTARO

Año 2005

Nuestro equipo participo en el desarrollo y diseño de una presentación multimedia para ser presentada en una campaña de prospección comercial con el Comercio Justo de Europa y el Medio Oriente. Al regreso de su gira, el cliente nos confirmó el impacto generado por este tipo de herramientas ya que fortalecen las negociaciones al acercar los hitos relevantes de las empresas hacia sus clientes.

La gira se extendió por casi un mes y comprendió países como Inglaterra, Alemania, Rusia y Japón.

Cliente: Raúl Navarrete

Cargo: Gerente General y Presidente del PROFO "Sociedad Vitivinícola Sagrada Familia".

GEODATA ANDINA

Año 2005 Empresa austriaca contratista de empresa METRO. Contrato nuestros servicios para el desarrollo de un soporte Business Card, utilizado en la X Exposición Internacional para la Minería Latinoamericana EXPONOR 2005

VIÑA CASAS DE GINER

www.casasdeginer.cl

Año 2005 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Business Card y desarrollo Web vía FAT CORFO.

Los soportes se utilizaron en eventos promocionales como Fiesta de la Vendimia de Chillán, Evento de Copas en Alonso de Córdova, Vitacura y en Eventos de Degustación en Hotel Termas de Chillán.

TURISMO LO VILCHES

www.lovilches.cl

Año 2005 Desarrollo de soportes Business Card y portal Web, vía FAT CORFO.

Año 2005 Promoción y difusión para el Concurso de Emprendimiento

Año 2005 Defensa Capital Semilla (restauración casa colonial), Business card presentada frente al comité del proyecto

Año 2005 Adjudicación Proyecto Restauración Casa Colonial

Año 2005 Presentación Business Card en ExpoMundo Rural, Santiago.

Año 2006 Presentación Business Card en ExpoMundo Rural, Santiago.

Presentación de B- card en ferias y Workshops organizados por Achitur, Sernatur, Sercotec, Fosis y la Corporación de Turismo del Valle del Itata.

PROFO MAS ÑUBLE, AGROSERVICIOS DIGUILLÍN

Año 2005-2006 Desarrollo de soportes Business Card y portal Web, vía FAT CORFO.

Campaña de Prospección de Mercado Año 2005-2006 a nivel regional y hacia el sur de la provincia.

ORO VERDE LTDA. HÉCTOR MORALES RUBIO

www.oroverdechillan.cl

Año 2006 Desarrollo de soportes Business Card y portal Web, vía FAT CORFO.

Año 2006 Promoción y prospección de nuevos mercados a través del lanzamiento de su sitio Web www.oroverdechillan.cl en conjunto con el desarrollo de un SAT Indap para el desarrollo de soportes publicitarios como: letreros, ropa corporativa y papelería acompañada de la imagen corporativa adecuada.

El desarrollo de la Business Card como producto le permitió la promoción de su gran gama de productos a través del evento promocional ExpoMundo Rural 2006 en Santiago y Valdivia.

Cliente; Héctor Morales Rubio

Cargo: Gerente Propietario

VIÑA MÄNNLE, SOCIEDAD COMERCIAL EL NARANJAL

Año 2007 Desarrollo de soportes Business Card y DVD, vía FAT CORFO.

Año 2007 Promoción y prospección de nuevos mercados. Uso de soportes Video y Business Card en eventos tales como: Expoalimenta y otros en Europa (Alemania), degustaciones, ferias y Workshops en Santiago y la región. Prospección en el mercado de Europa, Estados Unidos y Dubai, Emiratos Árabes Unidos.

Cliente; Christian Männle

Cargo: Gerente Comercial

SOF SOUTH ORGANIC FRUITS

www.sofsachile.com

Año 2007 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Business Card y Portal Web en cuatro idiomas (español, Ingles, Chino Mandarin y Holandés), Web actualmente en línea.

Los soportes se utilizaron en la prospección de nuevos mercados en la comunidad Europea y China.

CASAS DEL LAJA, PRODUCTOS CASAGRANDE

www.casasdellaja.cl

Año 2007 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Business Card y Portafolio Web en dos idiomas (español e Ingles), vía FAT CORFO.

Los soportes se utilizaron en la prospección de nuevos mercados en ExpoMundo rural de Indap, Santiago y regiones.

TURISMO EL MIRADOR

www.turismoelmirador.cl

Año 2007 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Business Card y Portafolio Web en dos idiomas (español e Ingles), vía FAT CORFO.

Los soportes se utilizaron en la prospección de nuevos mercados en ExpoMundo rural de INDAP, Santiago y regiones.

TURISMO EL PORVENIR

www.turismoelporvenir.cl

Año 2007 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Business Card y Portal Web en dos idiomas (español e Ingles), vía FAT CORFO.

Los soportes se utilizaron en la prospección de nuevos mercados en Santiago y regiones.

ALIMENTOS NEGRONI

www.negroni.cl

Año 2008 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Business Card y Portal Web en dos idiomas (español e Ingles), vía FAT CORFO.

Los soportes se utilizaron en la prospección de nuevos mercados en Santiago y regiones.

FUNDO EL CASTAÑO, Gastón Harismendy

www.fundoelcastano.cl

Año 2008 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Software de gestión mediante Intranet (cotizaciones a clientes, stock, bodega) y Portal Web en dos idiomas (español e Ingles), vía FAT CORFO.

LYMFLEX LTDA.

www.lymflex.cl

Año 2008 Nuestro equipo de trabajo desarrolló primera etapa del Software de gestión mediante Intranet (cotizaciones a clientes, stock, bodega, personal) y Portal Web en dos idiomas, vía FAT CORFO.

PIZZERIA IVANCRÉPE

www.ivancrepe.cl

Año 2008 Nuestro equipo de trabajo desarrolla los soportes Software de gestión mediante Intranet (stock, bodega, personal) y Portal Web en dos idiomas, Web e Intranet, vía FAT CORFO.

LYMFLEX LTDA.

www.lymflex.cl

Año 2008 Nuestro equipo de trabajo desarrolló la segunda etapa del Software de gestión mediante Intranet (cotizaciones a clientes, stock, bodega, personal), vía FAT CORFO.

MOLINTEC

www.molinstec.cl

Año 2008 Nuestro equipo de trabajo desarrolla Software de gestión mediante Intranet (stock, bodega, personal, cotizaciones, ordenes de servicio y de trabajo) y Portal Web, vía FAT CORFO.

ALIMENTOS NEGRONI

www.negroni.cl

Año 2008 Nuestro equipo de trabajo desarrolla Software de gestión mediante Intranet (stock, bodega, cotizaciones), como continuación a la primera etapa de desarrollo de marketing, Portal Web y Business Card, vía FAT CORFO.

LYMFLEX LTDA.

www.lymflex.cl

Año 2009 Nuestro equipo de trabajo desarrolla actualmente la tercera etapa del Software de gestión en modalidad Intranet, vía FAT CORFO.

www.imagenesdelsur.cl

CURRICULUM VITAE

ANTECEDENTES PERSONALES

Nombre : Jessica del Carmen Cabezas Rodríguez

Nacionalidad : Chilena

ANTECEDENTES ACADÉMICOS

Enseñanza Básica : Colegio de Niñas La Dehesa
Lo Barnechea, Santiago (1981-1988)

Enseñanza Media : Colegio de Niñas La Dehesa
Lo Barnechea, Santiago (1989- 1992)

Estudios Superiores : Administración de Empresas de Servicio
Universidad de los Andes
(1993-1994)

Técnico en Administración de Empresas
Centro de Formación Técnica Francisco
Antonio Encina (1994 -1995)

Actualmente cursa el tercer año de la carrera de Ingeniería de ejecución en Administración de Empresa en la Universidad del Bio-Bio, sede Chillán.

Cursos : Contabilidad General
Matemáticas Financiera
Calidad de Servicio
(Banco Santander Chile)
(Instituto de Estudios Bancarios
Guillermo Subercaseaux)

ANTECEDENTES LABORALES

1995 - 1998	Asistente de la Gerencia de Calidad de Servicio, Banco Santander Chile, Santiago
	Ejecutiva Comercial, Banca de Personas Banco Santander Chile, Santiago
1998 - 2001	Ejecutiva Comercial, Banca Preferente Bank Boston N.A. Sucursal La Dehesa Sucursal Manuel Montt, Santiago
2001 - 2003	Ejecutiva Banca Preferente Banco de A Edwards, (Banco de Chile), Santiago
2003	Relacionadora Pública Consortio Radial Vaccaro Collao, Chillán
2004 - 2008	Gerente Comercial Imágenes del Sur
2008 a la fecha	Ahead Consultores- Socia

REFERENCIAS DE CONSULTORIA Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS

Experiencia en Formulación de Proyectos tales como Profo Lácteos Premium, Profo Logística de Exportación, Profo Polinización Artificial de Kiwi, todos ellos proyectos actualmente en curso y operados por operador CORFO Codesser.

Formulación de Proyecto FIA Eva Hagwall, línea de financiamiento IMA: Desarrollo de una potente estrategia de Comunicación Comercial orientada a mejorar la visibilidad de los atributos de la línea de productos de Mermeladas Brita, potenciando la comercialización en la línea de alimentos Gourmet tendiente a mejorar la competitividad, rentabilidad y calidad del negocio.

Formulación de Proyecto Negocios Tecnológicos para Innova Bio Bío: Negroni Premium Gourmet, aprobado el 31 de Marzo del 2009 y en ejecución.

Formulación de Proyecto Cocina Fusión Gourmet de Chiloé para FIA, línea de financiamiento IMA preaprobado a fines del mes de Mayo del 2009.

Formulación de Profo Gourmet a través de CORFO en su etapa de Estudio y Plan de Negocios, aprobada con fecha 31 de Marzo del 2009. Cabe destacar que dicho proyecto integra a siete empresas: Lácteos San Sebastián, Hortalizas Oro Verde, Agroindustrial KEPIKA, Ecoberry SA, Caracol Austral Limitada, Whittard y Hotel El Greco.

PORTAFOLIO

[CURIMAPU](#)

www.curimapu.com

Año 2005 Rediseño de Business Card en dos idiomas. Proyección del mismo en Congreso ISF (Internacional Seeds Federation), Hotel Sheraton, Stgo.

Año 2006 Desarrollo de Portal Web con Intranet en 2 niveles de usuarios.

COMERCIAL DE CAMPO

www.comercialdecampo.cl

Año 2004 Desarrollo de Business Card Campaña Comercial Estados Unidos

Desarrollo de Web www.comercialdecampo.cl

Año 2005 Desarrollo de Business Card Campaña Comercial México

Año 2007 desarrollo de Portal Web para los productos de Los Tilos y El Roble, junto a catalogo fotográfico.

VIÑA CASAS DE GINER

www.casasdeginer.cl

Año 2005 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Business Card y desarrollo Web que actualmente está en línea.

Año 2006 Prospección de mercados en Singapur y Estados Unidos

LACTEOS SAN IGNACIO

www.lacteossanignacio.com

Año 2006 Formulación de proyecto Profo Lácteos Premium operador CORFO CODESSER

Año 2006 Desarrollo de soportes Business Card y portal Web, actualmente está en línea

COMERCIAL SAN IGNACIO

Año 2006 Formulación de proyecto Profo “Logística para la Exportación” CORFO-CODESSER

FRUTICOLA VILLAGRA HERMANOS

Año 2008 Formulación de proyecto Profo Polinización Artificial de Polen de Kiwi
operador CORFO CODESSER

SOF SOUTH ORGANIC FRUITS

www.sofsachile.com

Año 2007 Nuestro equipo de trabajo desarrolló los soportes Business Card y Portal Web en cuatro idiomas (español, Ingles, Chino Mandarín y Holandés), Web actualmente en línea.

Los soportes se utilizaron en la prospección de nuevos mercados en la comunidad Europea y China.

MERMELADAS BRITA Eva Hagwall Soderlund

Año 2007 Formulación Capital Semilla SERCOTEC “Orgánicos Brita”

Implementar Sala de Ventas y Salón de Té, Adjudicación Octubre 2007

Año 2007 Formulación Proyecto FIA IMA “Desarrollo de una potente estrategia de Comunicación Comercial orientada a mejorar la visibilidad de los atributos de la línea de productos de Mermeladas Brita, potenciando la comercialización de alimentos Gourmet tendiente a mejorar la competitividad, rentabilidad y calidad del negocio”. Adjudicación Diciembre 2007

REFERENCIAS LABORALES

Sra. María Angélica Díaz Ibarra, Jefa de Unidad Calidad de Servicio, Banco Santander Chile.

Sra. Marcela Blum, Bank Boston N.A., Agente de Sucursal La Dehesa y Sucursal Manuel Montt.

Sra. Margarita Letelier, Gerente General Lácteos San Sebastián,

Sr. Eduardo de la Sotta, Gerente General CURIMAPU S.A.

Jéssica Cabezas Rodríguez.



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

III. DETALLES ADMINISTRATIVOS

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

Costo total de la Iniciativa	
Aporte FIA	
Total Contraparte	

Período ejecución	
Fecha inicio:	15 de septiembre de 2009
Fecha término:	15 de marzo de 2010
Duración (meses)	6 meses

- Calendario de Desembolsos

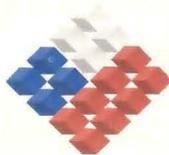
Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
15/09/2009	Firma de Contrato		
10/12/2009	Aprobación informes técnico y financiero N°1 (Plan de Marketing)		
12/05/2010	Aprobación informes técnico y financiero finales		
Total			

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

- Calendario de Entrega de Informes

Informes Técnicos	
Informe técnico de avance N°1:	23/10/2009

Informes Financieros	
Informe financiero de avance N°1	23/10/2009



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

INFORME TECNICO FINAL:	24/03/2010
INFORME FINANCIERO FINAL:	24/03/2010

CONFORME CON PLAN OPERATIVO

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL