



ima

**INNOVACION MARKETING
AGROALIMENTARIO**

AGREGUE VALOR A SU PRODUCTO

FORMULARIO PROGRAMA DE TRABAJO

OFICINA DE PARTES - FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	23 MAYO 2008
Hora	14:25
Nº Ingrese	2464

OFICINA DE PARTES - FIA	
07 MAYO 2008	
	12:45
2163	

CONVOCATORIA 2007

TABLA DE CONTENIDOS

A. GENERAL DE LA PROPUESTA

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

B. PARA CADA INSTRUMENTO

B1. ESTUDIO Y PROYECTO

- I. TIPO**
- II. ANTECEDENTES GENERALES**
- III. OBJETIVOS**
- IV. METODOLOGIA**
- V. RESULTADOS E INDICADORES**
- VI. COSTOS Y APORTES**
- VII. EQUIPO PROFESIONAL**

B2. CURSO O PASANTIA

- I. LUGAR DE LA ACTIVIDAD DE FORMACION**
- II. FECHA DE LA ACTIVIDAD DE FORMACION**
- III. INSTITUCION O ENTIDAD RESPONSABLE QUE DICTA U ORGANIZA LA ACTIVIDAD DE FORMACION**
- IV. PARTICIPANTES DE LA ACTIVIDAD DE FORMACION**
- V. OBJETIVOS**
- VI. RESULTADOS**
- VII. PROGRAMA DE LA ACTIVIDAD DE FORMACION**

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

A. GENERAL DE LA PROPUESTA

I. ANTECEDENTES GENERALES

1. NOMBRE DE LA PROPUESTA:
Desarrollo de imagen corporativa de Azahares de Huertos

2. SECTOR:	AGROINDUSTRIAL
-------------------	----------------

3. PRODUCTO:	JABÓN Y CREMA (COSMÉTICA) DE LECHE DE CABRA
---------------------	---

4. REGIÓN:	METROPOLITANA
-------------------	---------------

5. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	12 de Mayo 2008
FECHA DE TÉRMINO	12 de Mayo 2009
DURACIÓN	12 Meses

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

NOMBRE EMPRESA	AZAHARES DE HUERTOS DE TIL TIL LTDA.
REPRESENTANTE LEGAL:	MERCEDES DEL CARMEN GÓMEZ HERRERA
FIRMA	

II. OBJETIVOS**Objetivo general**

Mejorar la comercialización de los productos de Leche de Cabra (jabones, cremas u otros), de la empresa Azahares de Huertos de Til Til, desarrollando una imagen corporativa competitiva que transmita valor al consumidor.

III. CARTA GANTT (Anexo III)**IV. HITOS****Instrumento 1: Estudio**

Los resultados aportados por el Estudio entregan antecedentes, los cuales son fundamentales para el posterior desarrollo del proyecto. Los mismos son:

- Determinación de las propiedades de la leche de cabra, y sus beneficios para la piel y el valor agregado que tiene este producto por ser totalmente natural y sin aditivos.
- Los requisitos para introducir los productos en los mercados internacionales estratégicos.
- La información recopilada de la prospección del mercado nacional, permiten sustentar el posterior desarrollo de la estrategia de Marketing para así estructurar una imagen corporativa más competitiva para la Empresa.

Fecha del hito: Septiembre 2008 (fecha de finalización del Estudio)

Instrumento 2: Proyecto

- Con los antecedentes obtenidos del Estudio, se estructura la estrategia de marketing para la empresa la cual se orientó a posicionar los productos de Azahares del Huerto a nivel nacional e internacional. Fecha del hito: Octubre 2008 (segundo mes del proyecto).
- Definición de una imagen corporativa que destaca aquellos atributos más valorados por los usuarios y los distribuidores. Fecha del hito: Octubre 2008(segundo mes del proyecto).
- Definición de logotipo corporativo. Fecha del hito: Noviembre 2008 (tercer mes del proyecto).
- Rediseño de los productos, packaging, etiquetado, etc. Fecha del hito: Diciembre 2008 (cuarto mes del proyecto).
- Obtención de un folleto explicativo e informativo que haga ver claramente al cliente las ventajas y beneficios que tienen los productos elaborados con leche de cabra. Fecha del hito: Febrero 2009 (sexto mes del proyecto).

V. PRESUPUESTO CONSOLIDADO DE LA PROPUESTA

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

(a) La pertinencia de los ítems está asociada el tipo de instrumento. A excepción de infraestructura, la que no se puede financiar con aportes en ninguno de los instrumentos que componen la convocatoria.

(b) En cualquier caso, los aportes FIA sólo permiten financiar equipamiento menor.

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

Estudio y Proyecto

II. OBJETIVOS**Objetivo Instrumento 1: ESTUDIO**

Obtener antecedentes que permitan potenciar la comercialización de los productos de Azahares de Huerto identificando las propiedades del producto y preferencias de los mercados.

Objetivo Instrumento 2: PROYECTO

Desarrollar estrategias de marketing y diseño que permitan posicionar los productos de Azahares del Huerto a nivel nacional y que además faciliten el proceso de internacionalización de la Empresa.

Nº	Instrumento	Objetivos específicos
1	Estudio	Realizar un estudio científico que acredite y certifique las propiedades y beneficios de la leche de cabra en la industria cosmética.
2	Estudio	Solicitar y conocer todos los requisitos y condiciones básicas, ya sean comerciales y sanitarias para entrar al mercado internacional estratégico.
3	Estudio	Establecer los aspectos valorados por los consumidores-usuarios (considerando los distribuidores) siendo éstos los factores claves en el desarrollo de la estrategia de marketing para Azahares de Huertos y del nuevo producto por desarrollar, la crema corporal
4	Estudio	Definición de estrategias de marketing y posicionamiento con los antecedentes obtenidos a partir del logro de los tres objetivos específicos mencionados anteriormente.
5	Proyecto	Desarrollar nuevos formatos y envases trabajando la presentación y/o formas de los productos, además del desarrollo de líneas de productos como una nueva crema corporal, teniendo en cuenta los beneficios de éstas para los consumidores-usuarios.
6	Proyecto	Desarrollar las estrategias y las herramientas de promoción a nivel nacional que permitan promover la nueva imagen corporativa de la empresa como a su vez los nuevos formatos, presentaciones y/o líneas de productos.

III. METODOLOGIA

Instrumento 1: ESTUDIO

Este instrumento será abordado en tres etapas :

1. Un estudio científico de las propiedades de la leche de cabra, tanto desde el punto de vista cosmetológico como dermatológico. Este estará respaldado con análisis de laboratorio de los productos de la empresa Azahares del Huerto y de la leche de cabra que se utiliza para la elaboración de los mismos. En el anexo se presenta la institución responsable de realizar los análisis de laboratorio mencionados.
 2. Un segundo estudio para establecer y conocer las normas sanitarias y comerciales para entrar al mercado extranjero. Éste consistirá en una recopilación de información básica entre las instituciones nacionales como ProChile, SAG, INIA y Cámaras de Comercio o Asociaciones.
 3. Un tercer estudio que comprende la prospección del mercado de distribución nacional además del consumidor-usuario de la Región Metropolitana, el cual se divide en tres aspectos:
 - i. primero uno cuantitativo, con el objeto indagar sobre el nivel de conocimiento del consumidor respecto a los productos jabón y crema de leche de cabra, además de conocer los hábitos de consumo, establecer la frecuencia de consumo y compra, determinar lugares de compra y finalmente indagar sobre los gustos y preferencias tales como organolépticas, envases, tamaños, etc. Para esto se elaborarán cuestionarios de preguntas cerradas, en el cual también participarán en el proceso de construcción de los instrumentos de recolección las dos encargadas del desarrollo de diseño gráfico e industrial objeto de la propuesta para establecer parámetros de diseño (brief) relevantes para su posterior trabajo en el instrumento de proyecto. Los cuestionarios serán aplicados por encuestadores, el segmento meta de análisis serán mujeres de edades entre los 25 a 60 años, los cuales se estratificarán según segmentos etarios acorde a antecedentes censales, además serán de Nivel socio económico A, B y C1, según clasificación Asomar. Para esto se tomarán del Gran Santiago las comunas caracterizadas según los estratos socioeconómicos a analizar. Los datos obtenidos se analizarán mediante análisis estadístico multivariado exploratorio.
 - ii. Un segundo caracterizado por una etapa cualitativa para así conocer cuáles son los gustos y preferencias de los consumidores, mediante la evaluación de muestras de productos. Se utilizará la metodología de grupos focales o entrevistas en profundidad, según corresponda, conformado por el grupo objetivo, antes señalado. En esta etapa también habrá participación del equipo de diseño de la propuesta, para obtener información que sólo es posible obtener por medio del sinergismo que se produce entre los participantes de las dinámicas grupales. En esta etapa también se hará una investigación de mercado de la necesidad y aceptación del nuevo producto, que es la crema corporal.
 - iii. Finalmente el último aspecto será un estudio de competitividad de la oferta de la empresa, considerando los siguientes factores críticos:
 - la determinación del segmento competitivo en el mercado,
 - la determinación de las dimensiones competitivas de la empresa,
 - el establecimiento de los principales productores locales o importadores, y la localización de éstos,
 - las formas de comercialización y promoción,
 - la determinación de los principales canales y precios practicados.
- Se recopilará información secundaria, además de datos de campo y entrevistas con clientes de la empresa, para reunir la información necesaria. En base a la

información obtenida se realizará un análisis competitivo para la empresa y su oferta.

Instrumento 2: PROYECTO

Con los antecedentes obtenidos del Estudio, por medio de un proceso participativo entre las socias de la empresa y un consultor externo, se definirá la estrategia de marketing de Azahares de Huertos de Til Til, la cual será traducida en el Plan de Marketing de la empresa.

Posteriormente, el consultor se encargará del proceso de operativización (o implantación) de este plan de marketing, proceso que consistirá en una primera etapa, en el desarrollo de nuevos productos y/o líneas, además del potencial descarte de productos poco rentables para la empresa. El campo de acción de esta etapa abarcará el nivel más elemental del producto, lo cual se verá reflejado en un rediseño del producto, entendiendo por esto nuevas formas y formatos de los mismos, todo estando alineado en función de la nueva estrategia. En esta etapa del proyecto la empresa dispondrá de la cámara frigorífica que posee para así acelerar el proceso de maduración de los jabones. Esta primera etapa será desarrollada entre los meses seis y ocho de esta propuesta.

Posteriormente se realizará el trabajo de mejora de la *imagen marca* de la empresa, la cual comprende la totalidad el packaging de los productos, además del desarrollo de material promocional. El procedimiento se detalla a continuación:

- [1] Primero se definirán los parámetros de diseño (brief). Los datos para la definición de éstos serán aportados por la información obtenida principalmente del Estudio. Esta labor será realizada por equipo de diseño en conjunto con el consultor externo.
- [2] Una vez definido el brief, será presentado a la empresa Azahares de Huertos, y obtenida la aprobación final por parte de la empresa, se dará comienzo al proceso de diseño. La metodología propuesta inicialmente por el equipo de diseño se presenta a continuación:
 - a. Presentación propuesta.
 - b. Proceso de corrección y desarrollo piezas solicitadas (prototipos de diseño).
 - c. VºBº final.
 - d. Producción de originales.
 - e. Entrega trabajo completo a imprenta o a cliente según se indique.

En este punto se contará con la implementación total del rediseño de los productos, estando de este modo disponibles para su comercialización.

- [3] Concluido el proceso de rediseño se elaborará material publicitario para así terminar el proyecto con una campaña de promoción, el cual abordará dos áreas fundamentalmente, la primera mediante la publicación en revista(s) identificada(s) cómo relevante(s) para el target-market, como por ejemplo desarrollar un folleto informativo con respaldo científico, de fácil entendimiento por parte del público, que destaque las propiedades y valores del producto y lo diferencie de la competencia. Esta información también puede ser usada en los publireortages y publicidad en revistas de *El Mercurio* o *La Tercera*, la definición de la relevancia estará dada por los antecedentes obtenidos en el Estudio punto [3] ítem (i), dada la mayor representatividad que los antecedentes obtenidos en esa etapa.

La segunda área será, por medio del material publicitario publicado, dar a conocer la plataforma web que se desarrollará, con el objetivo de facilitar, principalmente, la interacción de la Empresa con sus clientes, encontrándose en ésta un catalogo virtual, para

así facilitar el proceso de compra, además de proveer el feedback con los usuarios de los productos. El Desarrollo estará a cargo de un profesional específico para esta tarea.

IV. RESULTADOS E INDICADORES

Resultado o producto		Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
Nº	Nombre			
1	Resultados análisis Científico de los productos	Los resultados aportarán gran información con respaldo científico de las propiedades de la leche de cabra.	Informe de la Institución responsable del estudio.	1
2	Definición del marco comercial para exportación	Recopilación de información de requisitos comerciales y sanitarios para exportar en países comercialmente estratégicos.	Documento que describa las normativas comerciales y sanitarias.	2
3	Caracterización de los atributos valorizados por los consumidores-usuarios del mercado nacional.	La determinación y descripción de los aspectos valorados por los consumidores-usuarios, incluyendo los distribuidores.	Informe de resultados de la prospección de mercado de distribución nacional y consumidores usuarios de la Región Metropolitana.	3
4	Estrategia de marketing	Definición de la estrategia de marketing de Azahares de Huerto	Plan de Marketing	4
5	Mejora y/o desarrollo de producto	Nuevos formatos y/o líneas de productos además de mejoramiento en la <i>imagen corporativa</i> de la empresa.	Nuevos formatos, líneas, presentación y packaging	5
5	Mejora en las ventas	La empresa cuenta con una estrategia de marketing más competitiva que le permite incrementar sus ventas.	Contraste de los registros contable de ventas, al inicio y termino de la propuesta	6

V. ESTRUCTURA DE COSTOS Y APORTES

Presupuesto Consolidado Instrumento 1: Estudio

ITEM	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATIVOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						
%						

Presupuesto Consolidado Instrumento 1: Proyecto

ITEM	FIA		EMPRESA		TOTAL	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATIVOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						
%						

VI. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo	Función o tarea a desarrollar	Instrumento
Stefano Cinti	Coordinador	Nexo entre Azahares de Huerto, Consultor y FIA, velando el perfecto desarrollo del trabajo general.	Estudio y Proyecto
Ideacción Ltda.	Consultor	Apoyo global entre Azahares de Huerto, FIA y los servicios de terceros.	Estudio y Proyecto
USACH Universidad de Chile Universidad Católica Ideacción Ltda	Empresas de servicios	Estudio científico coordinado y complementario de la calidad de la leche de cabra y de los productos de Azahares de Huerto.	Estudio
USACH ProChile INIA SAG Cámaras Comercio Ideacción Ltda. Egidio Bravo	Empresas de servicios	Análisis de información de requisitos comerciales y sanitarios para exportar.	Estudio
USACH Opina Ideacción Ltda	Empresas de servicios	Determinación y descripción de los aspectos valorados por los distribuidores y consumidores.	Estudio
Carolina Hidalgo (Diseñadora) Angélica Plubins (Diseñadora) Francisco Rebolledo (Diseño web) Victor Pizarro (Diseño web) Tania Gomez	Empresas de servicios	Desarrollo de Imagen corporativa y de todas las herramientas de Marketing y Publicidad necesarias	Proyecto

(diseñadora) Ideación Ltda. (Agencia Marketing y Publicidad)			
---	--	--	--

B2. CURSOS O PASANTIAS**VIII. LUGAR DE LA ACTIVIDAD DE FORMACION**

País	
Ciudad	

IX. FECHA DE LA ACTIVIDAD DE FORMACION

Fecha Inicio	
Fecha Final	

X. INSTITUCION O ENTIDAD RESPONSABLE QUE DICTA U ORGANIZA LA ACTIVIDAD DE FORMACION**XI. PARTICIPANTES DE LA ACTIVIDAD DE FORMACION**

Nombre participante	RUT	Cargo dentro de la empresa

XII. OBJETIVOS**XIII. RESULTADOS****XIV. PROGRAMA DE LA ACTIVIDAD DE FORMACION**

ANEXOS**ANEXO I: FICHA DE DATOS INSTITUCIONALES****Ficha Empresa Postulante**

Nombre de la organización, institución o empresa	Azahares de Huertos de Til-Til Ltda.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	<input type="checkbox"/> Pública	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Privada
Dirección			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
Tipo entidad	Empresa Productiva y/o procesamiento		

ANEXO II: FICHA DE DATOS PERSONALES

Ficha Representante(s) Legal (es)

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

Nombres	Mercedes del Carmen		
Apellido Paterno	Gómez		
Apellido Materno	Herrera		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Azahares de Huertos de Til-Til		
RUT de la Organización	Mercedes del Carmen		
Tipo de Organización	<input type="checkbox"/> Pública	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Privada
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Presidenta		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Femenino
Etnia			
Tipo	Sin Clasificar		

Ficha Coordinador

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

Nombres	Stefano		
Apellido Paterno	Cinti		
Apellido Materno	D'Anna		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Independiente		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Publica	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella			
Profesión	Asesor-Consultor		
Especialidad	Asesoría en Marketing y posicionamiento empresarial		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
Etnia			
Tipo	Sin Clasificar		

ANEXO III: CARTA GANTT GENERAL DE LA PROPUESTA

Instrumento	Actividad	Meses											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Presentación Informe FIA													
Estudio													
	Propiedades y beneficios de la leche de cabra en la industria cosmética												
	Requisitos y condiciones para internacionalización												
	Prospección del mercado de la Región Metropolitana												
Proyecto													
	Definición Marketing Estratégico.												
	Elaboración plan de Marketing.												
	Apoyo en operativización de la estrategia												
	Desarrollo y rediseño de producto y líneas.												
	Desarrollo nueva <i>Imagen marca</i> .												
	Elaboración material promocional.												
	Promoción												

Curriculum

Stefano Cinti D'Anna

Asesor en Marketing y Planificación Estratégica

Desde el 1982 hasta el 1990 Analista de Empresas en el banco Crédito Varesino - Milano.
Desde el 1990 hasta el 1993 Analista de Empresas en el Banco Ambrosiano Veneto - Milano.
Desde el 1994 desarrollo en Chile planes estratégicos Corporativo para el Posicionamiento y Marketing de Empresas Comerciales y de Servicios.

Curriculum en Chile

Desde el 1999, asesor del Gerente General y Director de Grupo Sem S.A. (Grupo Fernández León – Garcés Silva).

Asesoría global de negocio, desarrollando e implementando diversas estrategias y acciones comerciales y organizacionales con el fin de ampliar el posicionamiento del Grupo en el mercado local y en Perú.

El trabajo implica además, el análisis y el desarrollo del área RRHH, con una constante evaluación organizacional, además en la Selva Peruana se trabaja para el desarrollo de Comunidades Locales en conjunto con Instituciones Sociales Mundiales.

Desde el 2002, asesor del Directorio de Bosques Amazónicos S.A. - Perú, primer proyecto Latino Americano de reforestación de la Selva para la captura de Carbono (convención de Kyoto contra el Calentamiento Global).

Desde los comienzos del proyecto la asesoría se desarrolla a nivel global desde la planificación hasta las relaciones con los inversionistas internacionales, con análisis y control de las acciones a desarrollar.

Desde el 2005, director de Estudio Paisaje Ltda. empresa que, en los últimos diez años, ha marcado tendencia y capacitado en el rubro del Paisajismo. El trabajo incluye también la planificación y organización del Concurso de Paisajismo de Jardines de la Costa, Viña 2006 - Seminario de Paisajismo Contemporáneo, Viña 2006 - Seminario de Diseño del Paisaje, Centro Cultural de Las Condes 2007 y dos Seminarios de Marketing para Paisajistas y Arquitectos, Santiago 2007.

Desde el 2005, socio y administrador del Convenio LANPASS/Restaurantes.

El trabajo empieza desde el desarrollo de la idea, planificación y administración del Convenio "Acumule Kms LANPASS comiendo en los Restaurantes de Chile".

Trabajando directamente con la gerencia LANPASS se desarrolla globalmente la administración de este proyecto que beneficia el mundo gastronómico de los Restaurantes y la venta de kilómetros a los Socios de la línea aérea.

Desde el 2000 hasta el 2007, asesoría al Centro de Eventos y Capacitación Empresarial Los Almendros, para desarrollar herramientas de marketing y posicionamiento, incluyendo relaciones públicas y comunicación.

Trabajé directamente con el Gerente General y el Consejo Nacional del Centro evaluando que las acciones a seguir fueran coherentes con la filosofía de FONDACIO, cristianos para el Mundo, cuya sede principal se encuentra en Francia.

Desde el 1996 hasta el 1998 asesoría al Grupo SENCORP Desarrollo Inmobiliario, SENEXO Constructora, SENARQ Arquitectura, SX MAQ Maquinarias, VALLE NEVADO. (Fam. Séneman)

Trabajé directamente con la Familia Séneman en un cambio de imagen institucional, hasta el desarrollo de una estrategia de reposicionamiento de las empresas, con el fin de alcanzar una presencia importante en las obras que constrúan.

Se realizó una evaluación de la situación de Valle Nevado, analizando las debilidades y el porqué de éstas, para luego planificar las acciones necesarias que llevaran a lo que hoy es este Centro Turístico.

Desde el 1994 hasta el 1996 asesoría al Grupo Briones para las marcas Swatch - Montblanc - Cartier, en la cual se desarrolló una reestructuración, luego de una evaluación de posicionamiento de las marcas. Por lo anterior, hubo relaciones y reuniones con las Casas Matrices, en las cuales se decidió incorporar en Chile el modo de operar en Europa. Se planteó una estrategia de reposicionamiento en mediano y largo plazo para diferenciar los puntos de venta, la que incluía una nueva imagen en grandes tiendas y tiendas especializadas. Además se trabajó con un nuevo Product Manager en el desarrollo de una política de venta y administración de stock a nivel internacional y se capacitó al personal para el entendimiento de la nueva estrategia e imagen.

Desde el 1998 hasta el 2002 asesoría a La Vinoteca, trabajando directamente con su dueño Mauricio Fredes para el desarrollo de herramientas de marketing para restaurantes, supermercados y venta directa a público.

Creación, evaluación y ejecución de los siguientes Festivales: Carmenere – Syrah – Ensamblajes – Reserva – Top 20 – Pinot Noir.

Diseño de Cartas Menú y Cartas de Vinos para distintos Restaurantes. Organización de eventos en conjunto con viñas, diseño de catálogos de apoyo a los eventos y catálogos informativos, relación con medios de comunicación. Además participando en la apertura de la tienda de Viña, desarrollando acciones de ventas y marketing.

Desde el 2000 distintas asesorías de reposicionamiento a los siguientes Restaurantes, Hoteles y Empresas del rubro Gastronómico: BordeRio, Pinpilnpausha, La Cascade, Liguria, Isla Negra, Étniko, Café Mokka, Hotel Kennedy, Hotel Río Bidasoa, Hotel Centinela, Carnes Ñuble, Grasco Soprole,

Viña Calina, Viña Nido de Aguila, Revista Gourmand, Primera Fiesta de la Vendimia de Alonso de Córdoba.

Desde el 1994 distintas asesorías a las siguientes Empresas e Instituciones : Patagonia Sportswear, Atlas de Citibank, Carabineros de Chile, Federación de Natación, Automotora Bilbao, Construcciones Bronfman, Weleda, Laboratorio Petruzzo, Maidenform, Oscar de la Renta, Minassian Office System, Artekna, Colegio lo Castillo, Vitae Ingeniería Ambiental, Hidrogestión, Alhsud MOP, Scientific Line Chile.

 I D E A

Marketing y Posicionamiento**Ideación Ltda****Planificación Estratégica de Posicionamiento**

Somos una empresa flexible y dinámica con más de 10 años de trayectoria. Presente en Chile desde el 1994 desarrollamos planes estratégicos Corporativo para el Posicionamiento y Marketing de Empresas Comerciales y de Servicios.

De acuerdo a los objetivos del Cliente, o definiendo estos mismos, la Asesoría se enfoca directamente en las necesidades comerciales y organizacionales, optimizando los recursos disponibles.

Se evalúan campañas Comunicacionales y de Imagen Institucional en estrecho contacto con el departamento interno de Marketing y las Agencias de los Clientes con el fin de adecuar las estrategias a los cambios que se puedan presentar en el Mercado y en la misma Empresa.

Contamos con un Equipo de profesionales para las distintas áreas:

Claudia Salas Serán – Desarrollo Proyectos

Maria Isabel Aguirre Cristo – Diseñadora Grafica

Maria Soledad Hansen Fernandez – Periodista

Macarena Mandujano Spencer – Relacionadora Publica

Patagonia (Thomkins – Mc Divitt)

El primer Cliente.

La confianza de Jorge Montaner, dueño de Chilexport y representante en Chile de esta prestigiosa marca mundial de ropa deportiva/outdoor, ha permitido asesorar su empresa en su posicionamiento y estrategias de marketing y ventas.

Con apoyo creativo en campañas, diseño, ferias y eventos se ha logrado el objetivo de consolidar en un siempre más amplio público, la alta calidad de los productos Patagonia, que actualmente se venden a lo largo del país en todas las tiendas Falabella.

Centro Gastronómico BordeRío

Asesoría global para el reposicionamiento de este Centro Gastronómico y Lugar de Encuentro. Directamente con los dos directorios de Inmobiliaria Sta. Mónica y Restaurantes BordeRío evaluamos y ejecutamos las acciones necesarias para hacer de este Centro un punto de referencia para un público con altas expectativas, sean ellos Altos Ejecutivos de Empresas, Turistas de Excelencia, Productoras de Eventos y Grandes Instituciones del País. El trabajo empieza desde las propuestas de cada Restaurant, pasando por los medios de comunicación y críticos gastronómicos, hasta el desarrollo de nuevos servicios innovadores que hace años marcan tendencias en otras ciudades internacionales.

Swatch (Fam. Briones)

Se desarrolló una reestructuración, luego de una evaluación de posicionamiento de marca. Por lo anterior, hubo relaciones y reuniones con la Casa Matriz (Suiza), en las que se decidió incorporar en Chile el modo de operar en Europa.

Se planteó una estrategia de reposicionamiento de la marca en mediano y largo plazo para diferenciar los puntos de venta, la que incluía una nueva imagen en grandes tiendas (Almacenes París, Ripley y Falabella) y tiendas especializadas.

Además se trabajó con un nuevo Product Manager en el desarrollo de una política de venta y administración de stock a nivel internacional y se capacitó al personal para el entendimiento de la nueva estrategia e imagen de la marca que hoy en día es presente en todos los Malls.

TDK (Fam. Briones)

Se trabajó con el product Manager, para solucionar problemas de distribución y de mercado.

Planteamiento de una estrategia con el fin de posicionar la marca, apuntando a que el mercado entendiera el factor precio en relación a la alta calidad de los productos TDK. Se reforzó el concepto de calidad y la importancia que tiene en este tipo de productos.

Cartier (Fam. Briones)

Luego de un diagnóstico en el que se detectó una mala presentación de los productos en los puntos de venta y una baja recepción del mercado objetivo, se trabajó con el Product Manager en el desarrollo de una estrategia de reposicionamiento y ampliación del mercado.

Con el apoyo de la Casa Matriz se desarrolló una nueva estrategia comunicacional que incluiría, entre otras cosas, plan de medios, marketing directo, nueva imagen en los puntos de venta.

Mont Blanc (Fam. Briones)

Se trabajó con el Product Manager en la planificación de una política de distribución a nivel nacional. Además se reevaluó el mercado objetivo y se desarrolló una nueva estrategia comunicacional dirigida al cliente final.

SENCORP Desarrollo Inmobiliario, SENEXO Constructora, SENARQ Arquitectura, SX MAQ Maquinarias, VALLE NEVADO (Fam. Seneman)

Se trabajó directamente con la Familia Seneman en un cambio de imagen institucional, desde el rediseño de los logos hasta el desarrollo de una estrategia de reposicionamiento de la empresa, con el fin de alcanzar una presencia importante en las obras que construían.

Se realizó una monografía, como presentación, para todas las empresas del grupo y para cada una por separado para negociar la compra de Valle Nevado.

Se realizó una evaluación de la situación de Valle Nevado, analizando las debilidades y el porqué de éstas, para luego planificar las acciones necesarias que llevaran a lo que hoy es este centro.

La Vinoteca (Fam. Fredes)

Asesoría Global para reposicionar la tienda, imagen y definición de clientes.

Desarrollo de herramientas de marketing para restaurantes, supermercados y venta directa a público.

Creación, evaluación y ejecución de los siguientes Festivales: Carmenere – Syrah – Ensamblajes – Reserva – Top 20 – Pinot Noire.

Diseño de Cartas Menú y Cartas de Vinos para distintos Restaurantes, organización de eventos en conjunto con viñas, diseño de catálogos de apoyo a los eventos y catálogos informativos, relación con medios de comunicación.

Además participamos en la apertura de la tienda de Viña, desarrollando acciones de ventas y marketing.

Atlas de Citibank

Campaña nacional para atención en sucursales del Departamento Recupero Crediti. Ideas creativas para el diseño de invitaciones, folletos y materiales gráficos para el desarrollo del Marketing Interno – Convention Pucon para la Gerencia General.

Alhsud (Ministerio de Obras Públicas)

Desarrollo global, desde el concepto hasta la organización y comunicación del Seminario Anual de Aguas Subterráneas, para 250 personas en Aula Magna Universidad Católica. Con los auspicios de este evento se logró además el financiamiento de esta Institución para los próximos 3 años.

Fechina (Federación Chilena de Natación)

Asesoría al Presidente y al Directorio en reposicionamiento y organización de las cuatro Ramas (natación-sincro-polo-salto) abarcando las relaciones pública, contactos con medios y relación con CAR y Comité Olímpico.

Desde la creación del logo se trabajó para el desarrollo de los campeonatos Nacionales y participación en los Internacionales (Sudamericano-Panamericano-Olimpiada) promoviendo auspicios y convenios.

Automotora Bilbao (Suzuki, Renault)

Reingeniería en todos los departamentos, venta, taller, finanzas y personal, realizando capacitación en cada uno de ellos.

Desarrollamos un plan de marketing y herramientas de apoyo para estrategia de marketing directo. Además se asesoró para una mejor negociación con la importadora Derco.

Con lo anterior se logró un aumento del posicionamiento de la empresa, pasando del sexto lugar al tercer lugar dentro de los concesionarios Suzuki. Además se adquirió una nueva representación de la Firma Renault con apertura de un nuevo concesionario en la comuna de La Reina.

Viña Calina - Kendall Jackson, California – USA.

Se trabajó en conjunto con la Product Manager - Paulette Labatute, en el desarrollo de una política comercial en la que se fijaron nuevas pautas de venta, desarrollo de actividades con Restaurantes y todo el material de apoyo y merchandising. Además se asesoró la idea gráfica de etiquetas para la nueva imagen de dos líneas de vinos.

Diseñadores Asociados - Revista Gourmand

Se trabajó directamente con Alex Gonzalez (qepd) en el desarrollo de reingeniería organizacional para las divisiones de Ferias y Revista Gourmand, incluyendo la planificación y capacitación de los departamentos de ventas y eventos en cada uno de éstas.

Participación en la Feria BIT, Milano – Italia, para lograr lazos comerciales en ferias internacionales y desarrollo de la primera fiesta de la Vendimia de Alonso de Cordova.

Arteknia (Targetti, Italia)

Directamente con los dueños, familia Irarrázaval, se desarrolló una planificación de marketing con el fin de posicionar mejor la empresa, para lo cual se realizó un análisis de mercado objetivo y se evaluaron herramientas de marketing, como diseño de página web, diseño de stand para feria especializada, folder para curso de ingenieros y arquitectos y se desarrolló un cd institucional como presentación de la empresa en conjunto con Targetti Group Italia.

Carnes Ñuble (Chillán)

Análisis del área comercial y de la imagen institucional, en base al cual se desarrolló una nueva planificación de Marketing, incluyendo el estudio de productos y subproductos, diseño de nuevos envases y negociación con el supermercado Jumbo para el ingreso de nuevos productos al mercado. Dentro del desarrollo de nuevos envases se innovó con la creación de la primera caja de hamburguesas de 24 unidades que ingresó al mercado chileno.

Bar Liguria

Con los hermanos Cicali se realizó toda una evaluación de los locales, los productos y los precios, considerando el público objetivo y la competencia. Además se diseñó la carta menú y carta de vinos para los 4 locales que hoy son unos de los restaurantes y puntos de encuentro mejores posicionados de Santiago.

Restaurant Etniko

Se trabaja con los dueños para definir y potenciar los productos del restaurante y alcanzar un mayor posicionamiento. Se diseñan cartas nuevas y se negocia con proveedores para la realización de eventos en el Restaurante. (Ej.: Vodka Absolut, Vinoteca, etc.)

Hotel Kennedy

Uno de los Hoteles Cinco Estrellas de mayor prestigio de Santiago.

Asesoría al Hotel desde su comienzo en todo lo relacionado a optimización de recursos, estrategias comunicacionales y de posicionamiento. Constantemente desarrollando ideas creativas y herramientas que apoyan el posicionamiento y venta del Hotel. Campañas publicitarias, plan de medios y análisis del mercado internacional.

Café Mokka

Con cuatro locales, en el año 1994 empezamos la asesoría global, directamente con su dueña, Marta Pfeil. Los esfuerzos, los logros, la alegría de este trabajo se reflejaron en el éxito de vender a la Familia Said 14 locales con una imagen de alta calidad reconocida por un público exigente y heterogéneo.

Hotel Río Bidasoa (Fam. Sanz)

Se realizó una reestructuración, que incluyó: organigrama, cambio en la política de ventas, capacitación, cambio de la imagen institucional, rediseño del logo y papelería, creación de una página web, carpetas de presentación y herramientas para el equipo de ventas. El reposicionamiento de este Hotel y su actual participación de mercado, se traducen hoy en un porcentaje de ocupación sólido que lo proyecta a una posible futura ampliación.

Restorán Pinpilinpausha (Fam. Sanz)

Asesoría integral para el posicionamiento del Restorán. Se realizó un análisis del mercado objetivo con el fin de ampliarlo y llegar a un segmento más joven. Para cumplir este objetivo fue necesario capacitar al personal, analizar los precios y productos, crear la Página Web del Restaurant y diseñar las cartas Menú y cartas de Vinos las cuales se cambian cada temporada, para innovar en platos y diseño, siempre de acuerdo al estilo del Restorán. El constante apoyo y asesoría en acciones y herramientas de Marketing, Diseño y Comunicación, se traduce en mantener una imagen de prestigio a lo largo de 60 años y se refleja en los Siete Tenedores de la crítica gastronómica, Soledad Martínez (Wiken).

Restaurant La Cascade

Restaurant Francés con 40 años en el mercado y un posicionamiento que no reflejaba su calidad y estilo. El trabajo directo con Edouart Weisz (dueño-Chef) demuestra un reposicionamiento que después de solo dos meses de trabajo se reflejó en un sensible aumento de público y apreciación por parte de la crítica gastronómica, Soledad Martínez con Siete Tenedores (Wiken).

Fondacio (ex Fundación Para Un Mundo Nuevo)

Asesoría y reingeniería institucional con definición de nuevo organigrama. Acompañamiento personal al Consejo y al Presidente de la Fundación en Chile bajo la supervisión de la Casa Matriz Francesa. Realizamos, además, una planificación que incluye la definición de políticas de crecimiento para el mejor desarrollo de obras sociales para la evangelización y campañas contra la pobreza.

Centro de Extensión Los Almendros

Asesoría a este Centro de Eventos y Capacitación Empresarial para desarrollar herramientas de marketing y posicionamiento, incluyendo relaciones publicas, comunicación y estrategias de venta.

Se trabaja directamente con el Gerente del Centro Sr. Patricio Letelier evaluando que las acciones a seguir sean coherentes con la filosofía de FONDACIO, cristianos para el Mundo, cuya sede principal se encuentra en Francia.

Construcciones Bronfman

Se trabaja directamente con el dueño y Gerente General de la empresa, asesorándolo en toda la estrategia comunicacional y de marketing en sus proyectos inmobiliarios, desde el diseño de logos, folleterías y página web, hasta una asesoría integral en todas las acciones de venta.

DESA (Armada de Chile)

Para la participación en la licitación de "Fragata" de la Armada de Chile, se asesoró el rediseño de la Imagen institucional y su aplicaciones en el desarrollo de una carpeta institucional, de un Stand para una feria especializada y se creó una presentación en CD.

Evima, Maidenform, Oscar de la Renta, Valfrance.

Empresas dedicadas a la comercialización de Ropa Interior femenina de alto nivel.

Asesoría directa a su dueña en distintas acciones y estrategias de marketing y venta. Se planteó una política de venta y distribución, negociando con tiendas especializadas y grandes tiendas (Almacenes París, Falabella y Ripley). Para este fin se capacitó al equipo de venta.

Se realizó un análisis de los procesos comerciales para optimizar los recursos que se destinan a esta área. Además se diseñó la folletería y otras herramientas para apoyar la acción comercial, ventas y posicionamiento de las marcas.

Fuji Professional

Desarrollo de acciones de Marketing Directo para eventos específicos dirigidos a fotógrafos profesionales. Participamos además, en la apertura de una tienda especializada Fuji Professional y se desarrolló una campaña publicitaria en medios profesionales.

Kodak Professional

Se desarrolló una planificación y reingeniería organizacional en Black Box, taller oficial de Kodak Professional, incluyendo capacitación de personal, definición de metas y prioridades, organización de eventos y estrategia de marketing directo

Grasco (Grupo Soprole)

Se desarrolló una reingeniería organizacional en los departamentos de Administración y Finanzas, Producción, Despacho y Laboratorio Químico. Además, para el producto Margarina Soprole, se realizó un análisis de resultados y en base a éste se plantearon nuevas metas y proyecciones.

VITAE Ingeniería Ambiental

Marina Hermosilla y Mauricio Alegría, socios fundadores de VITAE Ingeniería Ambiental, confiaron desde su creación, desde el diseño del logo hasta las campañas de información social. Desarrollamos una imagen corporativa que lograra identificar y posicionar esta nueva empresa en el mercado.

Hidrogestión

Eugenio Celedón, dueño de esta empresa de asesoría y construcción de obras vinculadas a la Ingeniería Hidráulica y Sanitaria, ha confiado en una asesoría integral en imagen, posicionamiento y planificación de la gestión en marketing. Trabajamos permanentemente en la creación de tácticas y estrategias de marketing con el principal objetivo de desarrollar y ampliar el mercado en el que actualmente se desenvuelve.

Weleda, Productos Homeopáticos

Planificación de Marketing de acuerdo a imagen institucional definida por la Casa Matriz Europea. Desarrollamos una estrategia de ampliación de mercado y posicionamiento. Participamos en la apertura de una nueva tienda y apoyamos al departamento de venta de Santiago y provincias, logrando hoy un posicionamiento en los supermercados Jumbo..

Laboratorio Petrizio

Se realizó en conjunto con los dueños, un completo análisis de mercado y de competencia desarrollando una campaña con la creación de tres nuevas líneas, incluyendo diseño de envases, logrando una mayor recordación y aumento de ventas. Diseñamos el primer envase

abierto que deja ver el producto al interior de la caja, generando el inicio de un nuevo estilo de envases en el mercado Chileno.

Minassian Office System

Se desarrolló con Esteban Minassian, una planificación de marketing, incluyendo el diseño de materiales de apoyo para promoción y ventas, como catálogos de productos, diseño de avisos para Revista Diseño y se desarrolló una campaña publicitaria.

Se negoció con exportadores Italianos para muebles de oficina y se desarrollaron presentaciones para licitaciones, aeropuertos, clínicas y cines.

Restaurant Gatopardo (Guillermo Franke)

Un Restaurant de comida típica Boliviana. Se trabajó directamente con su dueño, luego que se decidió cambiar el restaurant a comida Internacional. Fue necesaria una evaluación y definición de mercado objetivo, que involucraría un cambio y redefinición de menú, precios, política de venta e imagen del Restaurant.

Lomiton' - Pura Carne (Fam. Carné)

Análisis y evaluación del mercado objetivo, precios, productos y optimización de recursos de algunos locales Lomiton'.

Creación de la imagen del Restaurant Pura Carne, para los 5 locales (Santiago, Hijuelas, Viña y Temuco), creación del logo y todas las herramientas y acciones de marketing necesarias para lograr posicionar este nuevo restaurant y cautivar el mercado objetivo.

Restaurante Kilometro

Restaurante de Gastronomía Internacional, Trabajamos fuertemente en el reposicionamiento del local, pasando de comida Francesa a Internacional, desarrollando eventos, búsqueda de auspicios, intervención en medios y disposición a establecer relaciones con empresas del sector.

Restaurante Fiume- Borderio (Juan Las Heras)

Uno de los restaurantes de comida Italiana de mas prestigio en nuestro país, se trabaja directamente con su dueño en el posicionamiento y marketing del restaurant, realizando acciones de relaciones publicas y alianzas estratégicas con grandes marcas.

Café Tamarugo

Café-Restaurant en Aeropuerto de Santiago.

Se trabajó directamente con el dueño, asesorándolo en la imagen del Café, creación del logo y diseño de las cartas.

Se realizó un análisis y planteamiento de política de precios y se desarrollaron estrategias de negociación con los proveedores. Hubo además capacitación para el personal del Restaurant.

Galeria Animal – Café Animal

Asesoría en diseño e imagen institucional, desde la creación del logo hasta el desarrollo de todas las herramientas comunicacionales y de venta.

Hotel Centinela (Puerto Octay)

Se realizó una reestructuración y cambio de imagen del Hotel (Monumento Nacional), en la que se asesoró a los dueños, en análisis competitivo, cómo proyectar y definir el negocio, análisis del mercado, objetivos y tarifas. Fue necesario además, capacitar a todo el personal administrativo y transmitir la nueva filosofía de la empresa.

Bikecenter (Trek, Bianchi)

Se desarrolló un plan de Marketing para la Firma Norteamericana Trek y la Firma Italiana Bianchi. Se organizaron eventos para promocionar las marcas y se cambió la imagen del punto de venta en Vitacura.

Rhelec

Se realizó directamente con el dueño Ricardo Herrera, un plan de marketing, se diseñaron las herramientas de apoyo a la venta y promoción y materiales institucionales para la casa matriz y la sucursal de Temuco: diseño de logo, papelería, carpeta institucional. Se analizó además, la presencia y reconocimiento que la empresa tenía en las obras realizadas en Falabella y Ripley.

Patagonia Connection – Termas de Puyuhuapi

Mejor Stand Creativo Feria – Pro Tiempo Libre

SAA (South African Airways)

Primer premio Mejor Stand Feria Internacional de Turismo

San Alfonso Del Mar

Primer premio Idea Creativa Feria Internacional de Turismo

Zappa Zapatos

Se realizó la campaña Primavera-Verano, creando una nueva imagen institucional y el diseño de las vitrinas. Se desarrollaron eventos para la temporada de Navidad y se logró el Primer Premio en el "Concurso de Vitrinas" del Alto las Condes.

Egidio Vicente Bravo Núñez

Antecedentes Personales

Nacionalidad : Chileno

Antecedentes Académicos

Enseñanza Básica

Enseñanza Media

Enseñanza Superior : Instituto Superior de Comercio Diego Portales

Título : Contador General

Año : 1987 (máxima calificación)

Realiza en su etapa de Profesional, seminarios y cursos relacionados con su carrera tales como Laborales – Tributarios – Computacionales – Gastronómicos y en Prevención de Riesgo.

Antecedentes Laborales

Año 1988-1990 : **Olega Chile S.A. (Casa Matriz Argentina)**

Se desempeña como Ayudante de Contador en Exportadora de Fruta Seca, realizando labores contables en Teneduría de Libros-Conciliaciones Bancarias - Imposiciones - Impuestos-Confección y Trámites de Exportación - Informes de Costos de Productos de Exportación - Balances- Declaración de Renta.

Año 1991-1992 : **Lanier de Chile S.A.**

Se desempeña como Ayudante Contador en Importadora de Fotocopiadoras e Insumos, realizando labores contables similares al rubro anterior.

Año 1992-2008 : **Comercial Café Mokka S.A.**

Asume el cargo Contador General en cadena de locales de Elaboración de Productos Alimenticios.

Realiza la Gestión de ordenamiento Contable y Financiero de la Compañía, teniendo la responsabilidad de informar a sus Accionistas la realidad Tributaria y Laboral de la empresa.

La función realizada permite obtener en un corto plazo el ordenamiento Contable - Financiero y Productivo de 10 locales distribuidos en el sector oriente, permitiendo el normal desarrollo operativo de cada uno de ellos.

Dirige la contratación de personal tanto operativo como administrativo de la empresa teniendo a cargo a 150 personas entre, Jefes de Local-Cajeros-Garzones-Mesoneros-Coperos-Sandwicheros-Bodegueros.

Cumpliendo la función principal de Contador General le permite desarrollarse en el Area de Información Financiera, manteniendo un estrecho contacto con sus Gerentes y Accionistas, basado en informes mensuales de Gestión Contable y Operacional.

En forma independiente se desempeña como Asesor Contable-Laboral y Financiero de diferentes empresas de rubro Gastronómico – Empresa de Márketing y Publicidad – Empresa Importadora de Insumos Médicos para Animales – Corporaciones Sin Fines de Lucro. (Parque Metropolitano)

Actualmente asume su mayor desafío como Asesor Contable y Financiero en el Círculo de Amigos de Carabineros de Chile y Corporación Cultural Carabineros de Chile (Proyecto Restauración y Construcción Museo Histórico de la Institución) trabajando directamente con su General Director.

CAROLINA CECILIA HIDALGO CONCHA

EXPERIENCIA LABORAL

Noviembre
2006 a la
fecha

- **MICKELSEN GOURMET (empresa familiar – productos delikatesen (mermeladas y conservas) – ventas en mercado nacional y extranjero)**
Gerente de Marketing – Export Manager

** 1997 - desarrollo concepto creativo de nueva imagen corporativa, packaging y soportes varios para Mickelsen Gourmet. Este cambio de imagen permitió la apertura de nuevas oportunidades de negocio para esta PYME (Falabella – Cencosud – D&S – Lan Chile – exportaciones varias, etc.)*

- **Directora Imagen Corporativa**

– supervisión permanente de la correcta difusión y aplicación de la imagen corporativa en soportes requeridos (productos – papelería – web – ferias internacionales – recepción visitas, etc.)

- **Gerente Exportaciones**

- Desarrollo y seguimiento relación comercial con importadores – distribuidores – agentes comerciales Prochile en el extranjero – medios de prensa, etc.
- Estudio y análisis de mercado de interés
- Asistencia a ferias internacionales
- Desarrollo herramientas de MKT y comerciales que impulsen ventas (promociones – degustaciones – press releases – etc.)

- **Otros**

- creación packaging global para productos nuevos y de línea (concepto creativo y dirección de desarrollo: etiquetas – envase unitario – caja embalaje – etc.)
- concepto creativo y supervisión desarrollo de diversas etiquetas, líneas de etiquetas y gift packs según: canales distribución – segmentos – clientes especiales – eventos especiales
- desarrollo plan MKT y posicionamiento producto (estrategia comercial y definición 4P)
- creación recetas y productos nuevos
- manejo relación comercial/MKT/RRPP con clientes nacionales y extranjeros
- desarrollo – seguimiento de herramientas de apoyo para difusión de la empresa y gestión de ventas (página web – fact sheets – press releases –

degustaciones en eventos especiales y ferias nacionales e internacionales – recepción de grupos de clientes, regalos publicitarios, etc.)

- control de presupuesto anual del área
- relación con proveedores – importadores – líderes de opinión – periodistas nacionales y extranjeros – etc.

1998 - 2006 **VIÑA ECHEVERRIA (viña boutique – vinos de exportación – ventas anuales de USD 3.000.000)**

Santiago /
Molina

Gerente de Marketing

- **Directora Imagen Corporativa** – supervisión permanente de la correcta difusión y aplicación de la imagen corporativa en soportes requeridos (productos – papelería – web – medios publicitarios – ferias nacionales / internacionales – recepción visitas en bodega, etc.)
- **Desarrollo de productos nuevos** –
 - creación packaging global para productos nuevos y de línea (concepto creativo y dirección de desarrollo: etiquetas – cápsulas – papel envoltorio – envase unitario – caja embalaje – definición botella – accesorios anexos)
 - concepto creativo y supervisión desarrollo de diversas etiquetas y líneas de etiquetas según: canales distribución – segmentos – clientes especiales – eventos especiales
 - desarrollo plan MKT y posicionamiento producto (estrategia comercial y definición 4P)
- **Otros**
 - manejo relación MKT/RRPP con clientes nacionales y extranjeros
 - desarrollo y seguimiento de herramientas de apoyo para difusión de la empresa y gestión de ventas (página web – fact sheets – press releases – degustaciones en eventos especiales y ferias nacionales e internacionales – recepción de grupos de clientes en viña, regalos publicitarios, etc.)
 - control de presupuesto anual del área
 - análisis de mercado y benchmark para optimizar campañas de MKT de la viña
 - relación con proveedores – importadores – líderes de opinión – periodistas nacionales y extranjeros – oficinas comerciales de Prochile en el extranjero, etc.

2000 **DIPLOMADO MARKETING INTEGRAL (DMI), UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ, post título – mejor proyecto**

1991 - 1995 **UNIVERSIDAD MAYOR, ESCUELA DE DISEÑO**
Diseñadora Industrial - premio mejor alumna generación

1978 - 1990 **COLEGIO THE GRANGE SCHOOL**

Enseñanza básica y media

** estudios complementarios (Diploma International Baccalaureate) química y castellano aprobado, arte aprobado con distinción máxima*

INFORMACION ADICIONAL

Computación: Freehand, Photoshop, Uso de Internet, Word, Excel.

Idioma: inglés avanzado - oral y escrito

MARIA ANGELICA PLUBINS VON CHRISMAR

EXPERIENCIA LABORAL

marzo a Julio de 2007	<p>UNIVERSIDAD MAYOR, Vicerrectoría de Desarrollo Directora de Ediciones Universidad Mayor</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Administración de Fondo de Desarrollo Editorial, captación de autores, desarrollo de productos, creación de canales de venta y distribución, elaboración de convenios con editoriales e imprentas, manejo de stock. ■ Supervisión de desarrollo de sitio Web y soportes promocionales. 	Santiago, Chile.
Marzo de 2005 a febrero de 2007	<p>UNIVERSIDAD MAYOR, Vicerrectoría de Desarrollo Directora de Imagen Corporativa</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Definición de estándares de uso de la marca, y desarrollo de manual de normas gráficas ■ Supervisión del uso y aplicación de la marca en todos los soportes promocionales externos e internos (trabajo con agencias y departamentos internos como Web) ■ Trabajo conjunto con Direcciones de Marketing, Comunicaciones y Admisión en el desarrollo de estrategias macro para las 4 áreas. ■ Manejo del Fondo de Desarrollo Editorial ■ Administración y desarrollo de proyectos de comunicación y marketing para los Departamentos Corporativos (Rectoría, Vicerrectorías Académica, Desarrollo y Administración y Finanzas; Admisión, Relaciones Internacionales, Matrícula, etc.) 	Santiago, Chile.
Marzo 2004 a marzo de 2005	<p>UNIVERSIDAD MAYOR, Vicerrectoría de Desarrollo Directora de Marketing e Imagen Corporativa</p> <p><i>Traspaso formal a Universidad Mayor para la creación del Departamento de Marketing e Imagen Corporativa, funciones realizadas desde la Agencia Domus en forma permanente. Una vez contratado el Director de Marketing, se hace traspaso paulatino de las responsabilidades específicas del área.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Medios: negociación y manejo de presupuestos; desarrollo y administración del plan de medios, supervisión y evaluación permanente de campañas (gráfica). ■ Investigación de Mercado: Creación y participación en el desarrollo y supervisión de encuestas propias y con empresas externas (imagen de marca, posicionamiento, pertenencia, etc.) ■ Soportes Gráficos: Elaboración de contenidos para soportes troncales, dirección de arte, corrección de estilo, negociación con proveedores, supervisión de impresos y distribución. ■ Web: Desarrollo de primeras ideas de sitio Web corporativo y diario electrónico, elaboración de mapa de navegación, contenidos y administración de contenidos con equipo de periodistas a mi cargo. (traspaso de administración completa año 2003 a dirección de comunicaciones) ■ Otros proyectos: 	Santiago, Chile.

- Presentación y puesta en marcha de Proyecto de **Comunicaciones Internas**, (presentado por una Titulada de la Universidad)
- A cargo del lanzamiento y puesta en marcha de la **nueva plataforma telefónica, y el Contact Center corporativo**. (campaña interna y externa)
- Desarrollo de "Círculo Mayor", **agrupación de ex alumnos de la Universidad Mayor**. Idea desarrollada en conjunto con otros titulados, formación de equipo de trabajo, supervisión de actividades y desarrollo permanente. **Presidenta** hasta septiembre de 2007.
- Manejo del **Fondo de Desarrollo Editorial**

1996 a febrero de 2004

AGENCIA DOMUS, (agencia cautiva Universidad Mayor)

Santiago, Chile

Directora General

- Creación de agencia, puesta en marcha, contratación y administración de personal. Administración de cuentas clientes cautivos Grupo Universidad Mayor. *Directora de Cuentas, Directora de Arte, Planificadora de Medios, Manejo de Proveedores*. (Universidad Mayor, Colegios Mayores, Clínicas Veterinarias, etc.)

Rol Activo en y para Universidad Mayor (como encargada de marketing, colaboradora en comunicaciones, y manejo de marca entre otras)

- Manejo de la Marca, planificación y administración de estrategias publicitarias, Directora de cuentas, Directora de Arte, Planificadora de Medios, Manejo de presupuestos, Manejo de proveedores imprentas, pop y medios, Creación, aplicación y supervisión de encuestas de mercado. Definición de soportes gráficos, encargada de contenidos de revistas y sitios Web.
- Generadora de nuevos soportes como sitios Web, revistas y diversos soportes (encargada desde el contenido hasta la entrega del producto impreso o publicado)

1991-1994

UNIVERSIDAD MAYOR, ESCUELA DE DISEÑO

Diseñadora Gráfica

Egreso año 1990

COLEGIO SAN JUAN EVANGELISTA

Enseñanza básica y media

METAS PROFESIONALES

Liderar e integrar equipos de trabajo con fuertes desafíos en las áreas de estrategias de marketing y comunicaciones

INFORMACION ADICIONAL

Nacionalidad: Chilena

Computación: Freehand, Photoshop, Uso de Internet, Word, Excel.

CURRICULUM VITAE**Antecedentes Personales**

Nombre : Tania Valeria Gómez Avendaño

Antecedentes Académicos

1989 - 1993

Escuela de Diseño Pontificia Universidad Católica de Chile,

Título: Diseñadora - Obtenido con distinción máxima

2000

Escuela de Diseño Universidad del Pacífico

Diplomado "Diseño Digital y Multimedia"

Otros Estudios y Seminarios

2006 XX Reunión Anual Comité Nacional de Conservación Textil, Santiago, Chile

2005 Taller de Teñido Vegetal, Escuela de Diseño P.U.C.

2003 51 Congreso Internacional de Americanistas, Santiago

2002 XVI Reunión Anual Comité Nacional de Conservación Textil, Lima, Perú

1994 Taller de Escenografía, profesor Ramón López. Escuela de Teatro, P.U.C.

1994 Seminarios de Diseño Gráfico e Industrial, II Bienal de Diseño, Santiago

1991 Seminario "Ergonomía en el lugar de Trabajo", Dauphin-FISA, Santiago

1990 Curso de Extensión "El mundo de las Fibras Textiles", Centro de Extensión U.C.

Dominio de Softwares (usuario ambientes Mac y PC)

Diagramadores Page Maker 6.5, In Design CS

Ilustradores Illustrator CS2, Freehand MX

Edición de Imágenes Photoshop CS2

Multimedia y Web Dreamweaver MX Pro, familiarizada con Director

Programas Microsoft Office

Experiencia Laboral

Desde 1993 he desarrollado, como profesional de libre ejercicio, proyectos en diferentes ámbitos de la disciplina del diseño.

He llevado a cabo gran cantidad de trabajos de diseño gráfico para el área privada, los que generalmente contemplan desde la creación del concepto de diseño, diseño y diagramación del impreso, edición de imágenes, preparación de originales, cotizaciones de servicios de impresión y supervisión del proceso de imprenta (V°B° y pruebas de color).

Desde 1995 he participado en diversos proyectos de investigación Fondecyt - Museo Chileno de Arte Precolombino, elaborando la gráfica para publicaciones especializadas en técnicas textiles y realizando ilustraciones de piezas líticas, arte rupestre y textiles arqueológicos.

Desde el año 2003 he trabajado con instituciones de apoyo a la pequeña y mediana empresa -Fosis, Sercotec y Fundación Trabajo para un Hermano- realizando la evaluación y selección de expositores para ferias temáticas de muebles finos, artículos de decoración y artesanía, elaborando el lay-out de los espacios de exhibición y asistiendo el proceso de montaje.

A partir de julio de 2007 he estado a cargo de la selección y control de calidad de los productos comercializados en las tiendas de Fundación Trabajo para un Hermano (TPH), fundamentalmente orfebrería, marroquinería, textiles y juguetes didácticos.



Feria Muebles Finos y Complementos 2003, Marbella Resort / FOSIS



Vista general exhibidores tienda de Fundación Trabajo para un Hermano en Centro Los Almendros, Huechuraba (2007)

Trabajos Profesionales**Logotipos y Papelería**

Desarrollo de imagen isotipo, Logotipo y su aplicación en hojas carta, sobres, tarjetas de visita, tarjetas de salud, invitaciones, material promocional impreso para mailings, documentos internos, autoadhesivos institucionales, fichas técnicas, etc.

- AMG Bioingeniería Ltda.
- Agrupación ecuménica "Caminata de fin de siglo".
- Atrapaluz, Taller Textil.
- CECVAL, Centro de Ex-Comercialinos de Valdivia.
- Concentrados Proteicos Ltda.
- COVAL, Centro de Orientación Vocacional y Laboral.
- CREO, Centro de Reciclaje.
- Ediciones TecnoAgua Ltda.
- Galería de Arte Costa de Montemar.
- Industria de Envases Quinta Normal.
- Kimber-Fort, alimentos para animales.
- LCD International Computer.
- Nutrimentos Fort S.A., alimentos para animales.
- PAWLLU, Centro de Restauración y Conservación.
- Revista América Energía
- Sello Verde Ingeniería Ambiental
- STU, Servicios Técnicos Urbanos
- TecnoTerra, empresa de ingeniería
- Vitrumplast, fábrica de envases plásticos.

Folletería

Diseño de volantes, dípticos, trípticos, catálogos, manuales, boletines, etc.

- AMG Bioingeniería Ltda.
- Arte en Madera, fábrica y comercializadora de muebles finos
- Artista Julieta Pérez Compagnon.
- Artistas Textiles: Inge Dusi, Carolina Irrázaval y Patricia Velasco.
- Aminodan Group, empresa de ingeniería.
- Babcock Montajes Chile, empresa de ingeniería.
- Candle Light, cristales escandinavos.
- CNCT, Comité Nacional de Conservación Textil
- DIPREL, Distribuidora de Productos Eléctricos S.A.
- Fundación Trabajo para un Hermano (TPH)
- Galería de Arte Costa de Montemar.
- Gimnasio Fitnessport.
- Hidronor Chile S.A.
- Nutrifort, alimentos para animales.
- Proteínas del Agro S.A., alimentos para animales.
- Santiago Innova, Corporación para el Desarrollo de Santiago.
- TecnoTerra, empresa de ingeniería.

Diseño Editorial

Diseño, diagramación e ilustración de libros, revistas, manuales, catálogos, memorias anuales, boletines, etc.

- "Quebrada de las Ulloa, Alfarería tradicional de Florida, Región del Bío Bío", Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura, Fondart / World Vision Chile
- "Artesanía, nuestra cultura viva", Pontificia Universidad Católica / Sercotec / Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- "CAN"
- Comics ilustrados por Cristóbal Román B.
- "Crónicas de pueblo chico" Autoedición Hugo Gómez Solís.
- "Flores para el Desierto: un traje ceremonial Chimú", Museo Chileno de Arte Precolombino / LOM Ediciones.
- "Por una vida sexual sana" Universidad La República.
- "Recomendaciones para el cuidado de su perro"

- Proteínas del Agro S.A.
- Revista América Energía.
- Revista TecnoAgua.

Ilustración

Proyectos Fondecyt / Museo Chileno de Arte Precolombino

- Ilustración de estructuras textiles de Traje Ceremonial Chimú
- Ilustración de piezas textiles precolombinas y sus diferentes técnicas de confección
- Ilustración digital de líticos de la cultura Tiwanaku
- Ilustración digital de arte rupestre chileno

Diseño de Ambientes y Soportes de Promoción

- Exposición "Lo mejor de lo nuestro", 2005
Microempresarios de la zona norponiente de Santiago / Ciudad Empresarial de Huechuraba - TPH
- Expo Artesanía en Semana de la Chilenidad 2003
Aeropuerto Internacional de Santiago - SERCOTEC
- Expo Muebles Finos y Complementos, Expo Retail 2003
Espacio Riesco - SERCOTEC
- Feria Muebles Finos y Complementos 2003,
Marbella Resort - FOSIS
- Vitrina temática textil para Museo Chileno de Arte Precolombino, 1999.
- Gigantografías para Kvaerner Chile, Expoferia 1997

Diseño Textil

Teñido y confección de textiles artísticos, vestuario y artículos decorativos para el hogar empleando preferentemente técnicas y colorido precolombino.

- Taller Textil Atrapaluz
Diseño y producción de objetos textiles andinos contemporáneos.
- Museo Chileno de Arte Precolombino
Diseño y confección de pendones de 5 mt. teñidos con técnica precolombina de amarras para complementar exposición "Amarras; arte de teñir en los Andes".
- Museo Chileno de Arte Precolombino
Diseño y confección de serie de pañoletas teñidas con técnica precolombina como regalos institucionales

Etiquetas y Rotulación

Diseño de marbetes, etiquetas y envases. Proyectos de rotulación de acuerdo al Reglamento Sanitario de los Alimentos del Ministerio de Salud.

- Agrícola San Francisco, productos lácteos.
- Agrícola Santa Delia, productos lácteos.
- "Alma", productos de chocolatería
- Kimber-Fort, alimentos para animales de crianza intensiva.
- NutriFort, alimentos para animales de crianza intensiva.
- PAWLLU, objetos de arte escultórico y textil.
- Proteínas del Agro S.A., alimentos para animales.

Diseño Web

Diseño y mantención de sitios web para pequeña y mediana empresa

- | | |
|--|--|
| www.acfi.cl | Asociación Chileno-Francesa de Profesionales |
| www.artemadera.cl | Fábrica y comercializadora de muebles finos "Arte en Madera" |
| www.cnct.cl | Comité Nacional de Conservación y Restauración Textil |
| www.recytec.cl | Empresa de reciclaje de teléfonos celulares |
| www.deliciel.cl | Materias primas y equipos para cosmética y otros |
| www.mane.cl | Aromas y sabores para perfumería y alimentos |
| www.lstrigelli.com | Artista textil italiana |
| www.mueblesmillaray.cl | Cooperativa de mueblistas línea plana |
| www.semanafrancesa.cl | Semana Francesa en Chile 2006 |

Nombre: Francisco José Rebolledo Carvajal

Portafolio en línea: <http://fjreboll.110mb.com/>

Estudios

Colegio República de Siria (1° a 6° básico)
Liceo José Victorino Lastarria (7° a 4° medio)
Año Egreso: 2000

Estudios Superiores Finalizados

Título: Diseñador en Comunicación Visual de la Universidad Tecnológica Metropolitana
Grado Académico: Licenciado en Diseño
Titulado desde: Julio 2007.

Experiencia Laboral

Central de Distribución Blockbuster S.A.
Práctica Curricular Gráfica Escorpio.
Práctica Curricular Fundación Cipress.
Animador color del corto animado "Pasta" de Tomás Welss.
Práctica Profesional Dpto. Marketing Área Diseño Metro S.A.
Trabajo Como Diseñador Utem Virtual
Dibujante Planos Ingeniería Planta Externa Entel S.A. para Eproxa Ltda.
Dibujante Planos Ingeniería Planta Externa Telefónica Chile S.A. para Eproxa Ltda.
Dibujante Planos Ingeniería Planta Externa Telefónica para Sociedad Proyectista Remtel Ltda.
Trabajo como Diseñador Independiente.
Diseñador en Comunicación Visual de InnovaWeb (Diseño de sitios web, identidad corporativa,

diseño editorial.)

Otros

- Proyecto Profesional 2005, desarrollando stand Universidad Tecnológica Metropolitana ya presentado en la Feria Internacional Milán 2005.
- Desarrollo Campaña "Tú decides", prevención del VIH SIDA, para Fundación Cipress.
- Desarrollo Tipografía "superchiken", cuyo nombre y forma nacen en el mercado central.
- Desarrollo seminario: Tomás Welss y la Animación en Chile
- Participación y desarrollo de la campaña Metroinvita, para Metro S.A., que busca acercar las diferentes manifestaciones culturales y de entretenimiento al público en general.
- Audiovisual para Fundación Cipress de prevención contra el VIH sida.
- Identidad visual para la banda independiente Souza.
- Participación con el proyecto Souza en "Puro Filete, 5° Salón de diseño Joven 2007-Proyectos de título de Diseño."

Programas Utilizados

Adobe Photoshop

Adobe Illustrator

Adobe Indesign

Macromedia Freehand

Adobe Flash

Adobe Dreamweaver

Adobe Firework

Autocad 3d studio max (básico)

After effect (básico)

Adobe Premier (básico)

CURRICULUM

Nombre Víctor Eduardo Pizarro Pérez

Datos Académicos

Educación Media

Liceo 7 de Ñuñoa

Educación Superior

Universidad Arcis

Diseño Gráfico - 1989 / 1993

Idioma

Ingles nivel medio, oral y escrito

Experiencia Laboral

2002 a la fecha, Mediagraf y victorpizarro.cl, Diseño Gráfico y Multimedia

Microempresario

1998 - 2001, De'javu, Productora multimedial

Diseño y producción Gráfica y audiovisual, Santiago.

1995 - 1997, SELAH Publicidad

Director Artístico, Temuco.

1993 - 1995, Sud-Améris Publicidad

Diseñador e impresor serigráfico, Santiago

Área Gráfica

Proyectos Corporativos

Colectivo Red Vilu

Vilu Consultores

NEWCHEM QUÍMICA Ltda., Santiago, Chile.

Centro de Estudios de Justicia de Las Américas, Santiago.

Restaurante ANAKENA, Hotel Hyatt Regency, Chile.

Kennes, ropa deportiva, Santiago.

TDA, Empresa Automotriz. Santiago.

Impresos

Dípticos

Club de La Unión, Pta. Arenas, Chile.

Dípticos

Centro de Salud Las Mercedes, La Florida, Santiago.

Catálogos

Chilcorrofin, Santiago.

Diagramación y Diseño

Manual "Servicio de asistencia técnica específica para las unidades de intervención familiar que operan el programa puente, entre las familias y sus derechos"

Fosis – Instituto Carlos Casanueva

Material Educativo Para Educación de Adultos, Programa Capacitación para el Trabajo.

Sence-Cecap

Libro, Dos Manzanas en un Barco de Papel

Márco Hernández Mariangel

Área Audiovisual y Proyectos

Producción de Campo para cortometrajes en 16mm. en

"Olor a pan", Cristóbal Valderrama, Escuela de Cine de Chile.

"Tango Sur", Claudia Garrido, Escuela de Cine de Chile.

"Relatos del Autor", Programa Piloto, Cinedigital, Santiago.

"Silencio", Paulina García, Escuela de Cine de Chile.

Video Institucional

Edición en sistema AVID media composer,

Colegio Saint Gaspar, Santiago.

Producción, Edición y Cámara

Formato Hi8, duración 17'36m., edición en sistema AVID media composer.

Proyecto "La Interculturalidad en la Educación, sus protagonistas hablan",

Conadi - Ministerio de Educación - I. Municipalidad de Pedro Aguirre Cerda, Chile.

Coordinador Area Gráfica y Difusión.

Obra de teatro Multimedial "Homo-Zapping".

Video Clip

Banda Desvios

Productora Audiovisual Cineurbano

Edición y postproducción en AVID Pro HD y Combustión

Proyectos Multimediales y Web

Web Site

www.redvilu.cl - PHP, CSS, FLASH

www.lachimenea.cl - PHP, CSS, FLASH

www.microesculturas.cl - HTML - FLASH

www.imasa.cl - FLASH

www.greenoffice.cl - PHP - CSS - FLASH

www.mop.cl - HTML - ACCES

www.minexportchile.cl - FLASH

www.petchile.cl - HTML

www.fhw.cl - FLASH

www.antiguos.cl - PHP - MySQL

entre otros

Presentaciones Multimediales

"Microesculturas, un mundo fascinante"

FONDART, Embajada de Francia y Alemania, de Cristhian Hernández Mariangel

Proyecto de Mejoramiento Educativo y específicos por asignatura

PRODET – Proyectos para el Desarrollo Educativo y Tecnológico.

"Sistema de Concesiones, una Respuesta al Chile del Futuro"

Ministerio de Obras Públicas

Manual en formato CD-ROM

"Servicio de asistencia técnica específica para las unidades de intervención familiar que operan el programa puente, entre las familias y sus derechos"

FOSIS – Instituto Profesional Carlos Casanueva

"28a Conferencia Regional de la FAO para América Latina y el Caribe"

FAO

Proyecto de Mejoramiento Educativo y específicos por asignatura
CECAPSA – Centro de Estudios, Capacitación y Perfeccionamiento S.A.
Presentación multimedial en formato CD-ROM y desarrollo de sitio Web
Minexporchile
Agencia Partner
"Guía Geográfica Socio Cultural"
Dirección de Archivos Bibliotecas y Museos, DIBAM
Otras Actividades
1998 Profesor de Fotografía
Escuela de Fotografía en zonas urbanas de bajos recursos,
"Entorno a un entorno saludable", financiado por el Ministerio de Salud, Chile.
1999 – 2001 Relator Cursos de Perfeccionamiento Docente
Utilización de Medios Audiovisuales para el Aula
PRODET – Proyectos para el Desarrollo, Educación y Tecnología.
Universidad Arcos
Docente Taller de Diseño, alumnos de 4o año, Puerto Montt
Aplicaciones
Soporte Gráfico
Adobe Photoshop, Freehand, Illustrator, etc.
Soporte Multimedial y Web
Dreamweaver, Fireworks, Flash.
Soporte Audiovisual
AVID, FinalCut-pro, Combustion, Adobe Premiere

ANEXO V. COTIZACIONES CONTRATACION DE SERVICIOS DE TERCEROS

ANEXO VI. COTIZACIONES DE COMPRA DE EQUIPOS

ANEXO VII. ANTECEDENTES DE MERCADO DEL PRODUCTO OBJETIVO**Mercado General**

El mercado del producto jabón de leche de cabra ya existe, en éste se encuentran tanto productos sustitutos perfectos como sustitutos cercanos, este se encuentra en el ciclo de introducción. Si bien el producto ya se encuentra en el mercado, todavía existen potenciales consumidores, dado que desconocen el producto o bien al conocerlo desconocen las propiedades y atributos de éste. Además este mercado está mostrando señales de dinamismo que son apoyadas por la figura 1 de ventas de la empresa, que muestran una clara tendencia a alza

Según la encuesta de presupuestos familiares del INE entre un 0,35% y 0,36% del ingreso mensual de los dos quintiles de mayores ingresos de los consumidores chilenos va destinado al consumo de cosméticos, por otro lado según un estudio realizado por Gemines Marketing Research, estimó que el año 2005, el gasto en cosméticos correspondía a un total de US\$ 900 millones.

Cuadro 1. Gasto (%) del ingreso destinado a cosméticos

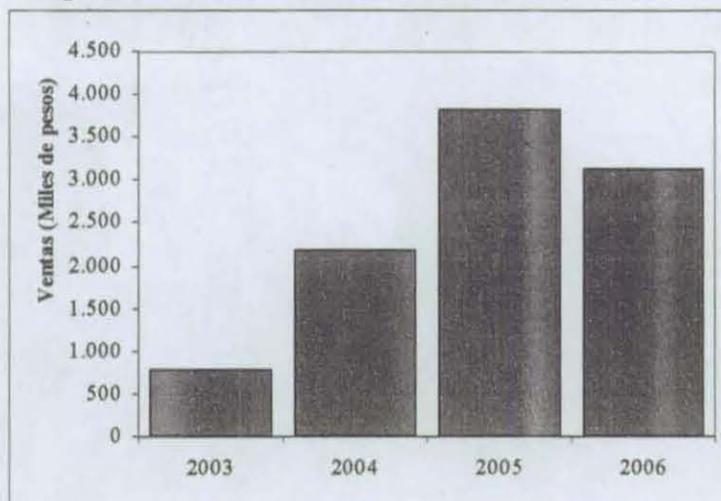
Grupo Quintil	Porcentaje
1	0,22
2	0,31
3	0,25
4	0,36
5	0,35

Fuente: INE, V Encuesta de presupuestos familiares (Agosto 1996 - Julio 1997)

Se debe considerar también que más de la mitad de la facturación correspondiente a la industria cosmética corresponde a jabones, champús y otros productos de higiene. Estas son cifras que nos permiten dimensionar el tamaño del mercado de cosméticos a nivel nacional.

Dentro de la oferta de productos cosméticos, alrededor del 10% corresponde a jabones artesanales, donde existen al menos cuatro grupos que elaboran jabones artesanales, constituyéndose como la principal competencia dentro del mercado nacional para la empresa; estos grupos son *Mujeres de Litueche*, *Mujeres de Punta Arenas*, *Hermanas Cabrera* (Calama, Región de Antofagasta) y *Aromas Naturales de Chile*. Otro competidor dentro del mercado cosméticos, son los jabones naturales, los cuales son principalmente de origen importado, donde destacan grandes empresas de ventas por catalogo como son Natura, Avon, Oriflame.

Hoy en día el precio de los jabones ya sean artesanales o naturales fluctúa alrededor de los \$1.270 a los \$2.700, precio consumidor.

Figura 1. Ventas Anuales de Azahares de Huertos

Debido a la capacidad de producción que tienen y los altos costos de distribución del producto, Azahares de Huertos ha determinado que el mercado geográfico es el nacional, el cual abarca la región Metropolitana y la V región principalmente, estos dos mercados representan el 50,3% de la población total del país (INE, censo 2002).

Cuadro 2 Distribución de la población en las regiones de Chile

REGIÓN	POBLACIÓN	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN TOTAL
I Región de Tarapacá	423.260	2,8
II Región de Antofagasta	498.842	3,3
III Región de Atacama	256.979	1,7
IV Región de Coquimbo	604.657	4,0
V Región de Valparaíso	1.541.876	10,2
Región Metropolitana	6.061.690	40,1
VI Región del Libertador B. O' Higgins	786.055	5,2
VII Región del Maule	906.986	6,0
VIII Región del Bío-Bío	1.859.322	12,3
IX Región de la Araucanía	876.753	5,8
X Región de los Lagos	1.073.267	7,1
XI Región Aysén	90.699	0,6
XII Región de Magallanes/ Antártica	151.164	1,0
Total	15.116.435	100

Fuente: INE, Censo 2002

Mercado Objetivo

Dada la naturaleza de bien superior el mercado general de este tipo de producto corresponde a aquellos segmentos de altos ingresos, clasificados según el criterio Esomar a los segmentos A, B y C1, los cuales corresponden en su conjunto al 10% de la población del país (INE, censo 2002).

Cuadro 3. Grupos socioeconómicos en la región metropolitana

Grupo	Participación (%)
AB	2
C1	8
C2	20
C3	25
D	35
E	10

Fuente: De Kanel Consultores, con datos de INE, Censo 2002

Por otro lado, el uso de este tipo de producto es llevado a acabo casi en su totalidad por mujeres, las cuales poseen entre 30 y 59 años (correspondientes al 38,5% de la población total).

Cuadro 4. Estratificación según segmento etario

Segmentos etarios	Todo el País	Región Metropolitana
Niños 0-9 años	16,5%	15,8%
Pre-adolescentes 10-14 años	9,3%	9,0%
Adolescentes 15-19 años	8,5%	8,3%
Jóvenes 20-29 años	15,8%	16,4%
Adultos jóvenes 30-44 años	23,5%	24,1%
Adultos 45-59 años	15,0%	15,2%
Tercera edad 60 o más años	11,0%	11,0%

Fuente: De Kanel Consultores, con datos de INE, Censo 2002

Si consideramos que 50,7% (INE, Censo 2002) de la población nacional corresponde a mujeres, se obtiene una estimación del mercado potencial de aproximadamente 148.418 mujeres de nivel socioeconómico alto en ambas regiones antes señaladas, el cual estaría distribuido en 118.321 potenciales usuarias en la Región Metropolitana y 30.097 en la Región de Valparaíso.

Antecedentes que respaldan esta segmentación socioeconómica, es que en la Expo Mundo Rural, feria organizada por INDAP y llevada a cabo en la Comuna de La Reina (la cual es próxima a comunas, según De Kanel Consultores, como A, B y C1), la empresa llega a totalizar el 38% del total de sus ventas anuales. Según cifras del año 2006, además, la empresa hoy distribuye a tiendas ubicadas en sectores de dicha clasificación socioeconómica tales como el *Pueblito de los Dominicos* y la *Comunidad Ecológica* de Peñalolén.

Finalmente, según Fundación Chile, los usuarios de este tipo de productos, están dispuestos a pagar hasta un 300% más por un jabón, cuya principal característica es ser producido en forma artesanal y sin ingredientes químicos.

ANEXO VIII. CARTA O CERTIFICADO DE ACEPTACION A LA ACTIVIDAD DE FORMACION