



Melissa RDP

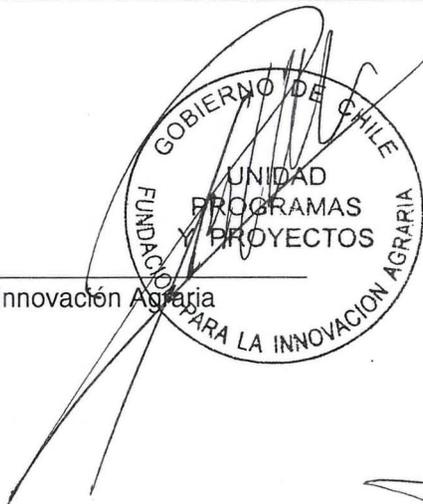
CONVOCATORIA REGIONAL 2016 “INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO (IMA) REGIÓN DE TARAPACÁ 2016”

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Elaboración de Cerveza artesanal con granos de quinoa con etiquetado con identidad de Tarapacá
Ejecutor:	Alférez SPA
Código:	IMA-2016-0802
Fecha:	03.02.2017

[Handwritten signature]

Firma por Fundación para la Innovación Agraria



[Handwritten signature]
ALICE ESPINOZA OBIDIC
Asistente de Operaciones
UPP - FIA

Fecha: 03.02.2017

Conforme con Plan Operativo
Firma por Ejecutor
(Representante Legal o Coordinador Principal)

[Handwritten signature]
NATALIE DEVENIN VERA
Ejecutiva Innovación Agraria
UPP - FIA
Fecha: 06.02.2017





Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo	3
1. Configuración técnica del proyecto	3
2. Costos totales consolidados	9
3. Anexos	12
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	15

I. Plan de trabajo

1. Antecedentes generales del proyecto

ETAPA I

1.1. Nombre del proyecto

Elaboración de Cerveza artesanal con granos de quinoa con etiquetado con identidad de Tarapacá

1.2. Sector, subsector y rubro en que se enmarca el proyecto

Sector	Agrícola
Subsector	Agroindustria
Rubro	Cervecería

1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	06 de Febrero 2017
Fecha término	05 de Enero 2018
Duración (meses)	12

1.4. Lugar en el que se llevará a cabo el proyecto

Región(es)	Tarapacá
Provincia(s)	Tamarugal
Comuna(s)	Pica

1.5. Producto

Identificar Producto: Indicar las características y/o atributos del producto	La cerveza es elaborada con quinoa traída del altiplano de nuestra región que es considerada un súper alimento rico en proteínas y antioxidantes y elaborada con agua de napas fósiles del desierto más árido del mundo lo que confiere un sabor único; la producción es totalmente artesanal, sin usos de preservantes ni clarificantes de origen animal, por lo que es atractivo a un nicho de mercado que son los consumidores vegetarianos o veganos. Nuestra marca es un reflejo de las costumbres de la región de Tarapacá.
N° de Resolución	La cerveza no es considerada alimento por lo cual no requiere de resolución sanitaria, y quien fiscaliza es el SAG

1.6. Acciones del proyecto

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

1.7. Identificación del ejecutor (completar Anexo 1).

Nombre completo o razón social	Alfárez SPA
Giro	Elaboración de maltas y cervezas
Rut	
Nombre completo representante legal	Marisol Acuña Peralta

1.8. Identificación de la entidad prestadora de servicios (completar Anexo 2).

Entidad prestadora de servicios	
Nombre completo o razón social	D A Centro Creativo Ltda.
Giro	Diseño Publicidad
Rut	
Nombre completo representante legal	Cristian Barrientos



Coordinador Entidad Prestadora de Servicios	
Nombre completo o razón social	DA Centro Creativo Ltda
Giro	Diseño publicidad
Rut	
Nombre completo representante legal	Andrea González Sáiz

1.9. Identificación del **coordinador del proyecto IMA** ¹(completar Anexo 3).

Nombre completo	Marisol Andrea Acuña Peralta
Teléfono	
E-mail	

1

Según lo establecido en el punto 2.7.2 de las bases de postulación, el recurso humano corresponde a gastos por contrato de personal incremental para la coordinación del proyecto. Su financiamiento será sólo con cargo al aporte de contraparte.

2. Configuración técnica de la iniciativa

2.1. Objetivos del proyecto

2.1.1. Objetivo general²

Elaborar un Plan de Marketing con el propósito de incrementar la participación de mercado nacional de la cerveza artesanal de quinoa "Alférez".

2.1.2. Objetivos específicos³

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Realizar dentro del estudio de marketing un análisis del entorno
2	Análisis del desempeño de la mezcla comercial y cada una de sus herramientas (4p de la situación actual)
3	Analizar y rediseñar la etiqueta de la cerveza artesanal de quinoa. También crear una imagen de marca que sea lo más representativa de la cultura de la región de Tarapacá y la localidad de Pica.
4	Desarrollo de imagen y marca corporativa para las diferentes variedades de cerveza artesanal de quinoa "Alférez"

² El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con el proyecto. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

³ Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general del proyecto. Cada objetivo específico debe conducir a uno o varios resultados. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.



Handwritten mark resembling a stylized 'A' or 'B' with a checkmark.

2.2. Resultados esperados

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)	Fecha alcance Resultado
1	Encontrar los segmentos y los mercados objetivos de nuestro producto.	06 de mayo 2017
1	La identificación y análisis de la competencia.	06 mayo 2017
2	Reconocer la mejor plaza para la cerveza artesanal de quinoa	06 de mayo 2017
3	Análisis de envase, etiqueta y un sello de calidad que permita acceder a nuevos mercados (supermercados) y mejorar la venta en los canales actuales.	06 de agosto 2017
4	Arquitectura de marca (principios de la marca - compromiso con el consumidor, identidad de marca e identidad gráfica)	06 de Septiembre 2017

2.3. Hitos del proyecto

Objetivos Específicos	Hito Crítico ⁴	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Etapa 1: Elaboración Plan de Marketing	Aprobación del plan de marketing por parte de FIA	Mayo 2017
1	Identificación y análisis de la competencia	6 Mayo 2017
2	Termino de análisis del entorno	6 Mayo 2017
2	Análisis FODA	6 Mayo 2017
Etapa 2: Implementación del Plan de Marketing.		
3	Re diseño de la actual etiqueta	6 Agosto 2017
4	Testeo comercial de la imagen	6 Septiembre 2017

* Completar hasta aquí. La siguiente información corresponde a actividades de la etapa dos, que serán definidas posterior a la aprobación del Plan de Marketing.

**Completar punto 3, cuadro de Costos totales consolidados (pg. 12).

***Completar Anexos 1, 2, 3 y 4 (pg. 14).

4

Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.





ETAPA II

*** Completar una vez que el Plan de Marketing haya sido aprobado.**

2.4. Actividades y Metodología

Indicar las actividades y cómo se llevará a cabo (metodología), asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados.

Nº OE	Nº RE	Metodología	Actividades



2.5. Carta Gantt: Indicar la secuencia cronológica para el desarrollo de las actividades señaladas anteriormente de acuerdo a la siguiente tabla:

N° OE	N° RE	Actividades	Año 2017									Año 2018					
			Trimestre														
			Ene-Mar			Abr-Jun			Jul-Sept			Oct-Dic			Ene-Mar		



2.6. Indicadores de Impacto (ejemplo: Aumento en las ventas, disminución de costos, generación de empleos nuevos):

Indicador (Especificar)	⁵ línea base del indicador ⁸	^M Meta del indicador al término de la propuesta ⁹	Medio de verificación

5

⁸ Completar con el valor que tiene el indicador al inicio de la propuesta.

⁹ Completar con el valor del indicador, al cual se espera llegar, al final de la propuesta.

M

4. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación ejecutor

Nombre completo o razón social	Alfárez SPA	
Giro / Actividad	Elaboración de bebidas malteadas, cervezas y maltas	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>
	Personas naturales	<input type="checkbox"/>
	Universidades	<input type="checkbox"/>
	Otras (especificar)	<input type="checkbox"/>
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA	En trámite	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	50	
Exportaciones, último año tributario (US\$)	No	
Número total de trabajadores	2	
Usuario INDAP (sí / no)	No	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Puquio buena esperanza parcela 10 pica tel-964836840	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Marisol Andrea Acuña Peralta	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Técnico agrícola, Licenciada en ciencias agropecuarias	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Maestra cervecera	
Firma representante legal		



Anexo 2. Ficha identificación de la entidad prestadora de servicios.

Anexo 2. Ficha identificación de la entidad prestadora de servicios.

Nombre completo o razón social	DA CENTRO CREATIVO LTDA	
Giro / Actividad	DISEÑO	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	X
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Número total de trabajadores	10	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	NEVERIA 4890 OF 3 LAS CONDES	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	WWW.DA.CL	
Nombre completo representante legal	CRISTIAN BARRIENTOS	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	DIRECTOR COMERCIAL	
Firma representante legal		



Anexo 3. Ficha identificación **coordinador de la iniciativa IMA**. Esta ficha debe ser llenada por el coordinador.

Nombre completo	Marisol Andrea Acuña Peralta
RUT	
Profesión	Técnico agrícola licenciado en ciencias agropecuarias
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Alfárez Spa
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Maestra cervecera
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Puquio buena esperanza parcela 10, Pica- Tarapacá
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	





Anexo 4. Ficha identificación **coordinador de la Entidad Prestadora de Servicios**. Esta ficha debe ser llenada por el coordinador de la entidad que realizará las actividades de la iniciativa IMA.

Nombre completo	ANDREA GONZALEZ
RUT	
Profesión	DISEÑADORA GRÁFICA
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	DA CENTRO CREATIVO LTDA
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	DIRECTORA EJECUTIVA
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	NEVERIA 4890 OF 3 LAS CONDES SANTIAGO
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



Anexo 5. Plan de Marketing

I. Resumen Ejecutivo

II. Análisis del entorno

El análisis del entorno debiera considerar el análisis de los siguientes aspectos:

- Identificación y análisis de la competencia: identificar productos similares en el mercado local o nacional, y reconocer los atributos que la hacen exitosa.
- Análisis de los segmentos y mercado objetivos: señalar a quién va dirigido el producto, es decir, identificación del potencial comprador -colectivo- según su perfil de actividades y segmento socioeconómico.
- Análisis de la demanda y tendencias: identificar cuáles son los productos y tendencias más valorados y cotizados según nuestro consumidor, y cuáles son los atributos que los hacen marcar una pauta dentro del mercado.
- Análisis de provisión del producto y participaciones de mercado
- Conocimiento del producto y sus atributos: responder ¿Cuál es la historia detrás de este producto, su origen?, ¿Cuáles son sus beneficios?, ¿Para la salud, bienestar, experiencia de consumo?, entre otros.
- Análisis de los hábitos de uso del producto: indicar el comportamiento del consumidor ¿Para qué sirve el producto?, ¿Cuándo o en qué momentos se utiliza o consume?, ¿Cómo es su uso?, entre otros.
- Análisis del desempeño de la mezcla comercial y cada una de sus herramientas (4p de la situación actual): analizar la propuesta de marketing en base al producto. Ésta debe ser coherente entre el producto, el precio, el punto de venta/canal de distribución y la promoción -comunicación- para dirigirse correctamente al consumidor y mercado al que se pretende llegar.
- Análisis de los elementos del medioambiente y de contexto relevantes, que considere los aspectos Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST): considerar que esto también forma parte de la agregación de valor del producto y la empresa.
- Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del producto en consideración al mercado actual.

III. Plan a futuro

Este debiera contener el desarrollo de los siguientes aspectos:

- Objetivos de provisión de servicio
- Objetivos y Estrategia en Marketing
- Estrategia de Posicionamiento (dónde estamos y dónde queremos estar)
- Mezcla de Marketing (4p: producto, precio, plaza, promoción)
- Arquitectura de marca (Principios de la marca - "compromiso" con el consumidor. Identidad de marca, identidad gráfica.)
- Presupuesto.

D/S