



IMA 2009 INFORME TECNICO FINAL (Diseño)

OFICINA DE PARTES - FIA
RECEPCIONADO
Fecha 30 JUN. 2010
Hora 16:09
N° Ingreso 13639

Código iniciativa	Nombre iniciativa
IMA 2009-0419	Plan de Marketing PALTEC

Fecha: 30 de junio de 2010

1. Antecedentes Generales

Código iniciativa:

IMA 2009-0419

Nombre instrumento:

Plan de Marketing PALTEC

Sector:

Agrícola/Exportación

Producto:

Palta Hass

Región o regiones de ejecución (originalmente planteadas en la propuesta y las efectivas)

Propuesta	Efectiva
Quinta y Cuarta	Quinta y Cuarta

Agente ejecutor

Sociedad Agrícola Chacra Lourdes Ltda.

Coordinador iniciativa

Luis A. Leon Bastidas

Representante Legal Sociedad Agrícola Chacra Lourdes Ltda.

Costo total (programado y real)

Programado	Real

Aporte de FIA (en pesos y porcentaje del costo total) (programado y real)

	Programado	Real
\$		
% costo total		

Período de ejecución (programado y real)

Programado	Real
24 de agosto de 2009 al 22 de enero de 2010	24 de agosto de 2009 al 30 de junio de 2010

2. Resumen ejecutivo de la iniciativa (máximo 1 página).

Con el objeto incrementar significativamente la competitividad de las empresas del cluster de palta de la región de Valparaíso, un total de 20 productores (12 independientes y una empresa integrada por 8 agricultores) se organizaron en el 2008 a través de la Agencia Regional de Desarrollo Productivo de la Región de Valparaíso, bajo la figura del Programa de Mejoramiento de la Competitividad (PMC) PALTEC. Es así como se ha buscado agregar valor a los productos de la industria, otorgar mayor poder de negociación a los productores, diferenciar a la Región como líder en innovación agrícola y fortalecer su posicionamiento en los mercados internacionales, especialmente en el segmento “ready to eat”, que corresponde a la venta de la fruta en el momento justo de maduración.

Ante lo anterior, fue clave acompañar este proceso con un plan de marketing que detallara las acciones necesaria para potenciar el posicionamiento del producto en el mercado destino, donde se comunique a los nuevos consumidores sobre el servicio brindado de “cuándo comerla” y releve las cualidades nutritivas y el modo de consumo de la palta Hass “ready to eat” producida por la Cooperativa PALTEC.

De esta manera a través del instrumento IMA se desarrolló el Plan de Marketing de PALTEC, entregando como uno de sus lineamientos la necesidad de contar con una imagen corporativa y sus aplicaciones, resaltando principalmente el posicionamiento actual y futuro y la definición de conceptos a proyectar.

Es así que para el instrumento Diseño de Imagen, al cual hace referencia el presente informe, se definieron los siguientes objetivos.

Objetivo General:

Generar el diseño de Imagen Corporativa y su aplicación a elementos corporativos y de comunicación de palta Hass “Ready to Eat” producida por Paltec; acorde con su posicionamiento actual y futuro, entregando los elementos claves que la harán reconocible en el rubro y medio en que está inserto según sus objetivos estratégicos.

Objetivos específicos:

- 1. Contar con una imagen corporativa acorde con lo que se pretende proyectar en el mercado internacional*
- 2. Tener un diseño de alternativas de marca para la marca Paltec y las nuevas propuestas*
- 3. Diseñar las aplicaciones de la marca para ser utilizadas en papelería básica, carpeta corporativa, Power Point para presentaciones corporativas, folleto/brochure Corporativo, gráfica de embalaje de exportación, marca como sello (autoadhesivo-calcomanía), letreros-señalización para predios de productores y Página Web Corporativa.*

Como resultado de la iniciativa, se puede mencionar que la totalidad de los objetivos fueron logrados, lo que se traduce en que en la actualidad PALTEC cuenta con una imagen corporativa, la cual ha sido utilizada en una gira comercial a Europa y en actividades de difusión a nivel local.

3. Objetivos de la iniciativa.

En relación a los objetivos específicos de la iniciativa, es posible decir que todos ellos se han cumplido a satisfacción de los beneficiarios. De manera específica, a través de las reuniones de trabajo fue posible definir y aprobar la imagen corporativa de PALTEC, la cual lograra proyectar el posicionamiento actual y futuro de los beneficiarios, los conceptos a proyectar y su diferenciación con la competencia directa e indirecta.

Del mismo modo, fueron trabajadas tres alternativas de nombre, definiendo PALTEC como la más apropiada, para la cual se determinaron los modelos y colores originales y alternativos. Fueron así aprobadas por los beneficiarios la marca en sí, el isotipo y logotipo, tipografía y los elementos corporativos, elementos cuya aplicación lo hacen visualmente pertenecientes a una misma entidad.

Una vez desarrollado lo anterior se procedió al diseño de aplicaciones, entre las que se encuentran la papelería básica, como hojas de carta, tarjetas de presentación y sobres, el diseño de una carpeta corporativa, fondos Power Point para presentaciones, carpeta fortalecida tipo brochure, embalaje de exportación, sello autoadhesivo, letreros de señalización para los predios y la página web. Todo lo anterior incorporado en un manual de normas corporativas (anexo), donde se detalla la forma de uso de cada una de las aplicaciones.

En relación a los resultados obtenidos, sólo el diseño de aplicaciones se considero con un 95% de cumplimiento, mientras que los otros tres fueron logrados a cabalidad. Lo anterior debido principalmente a que el brochure planteado en la propuesta fue modificado como una carpeta fortalecida, ya que se consideró de mayor atractivo y utilidad, en conjunto con que la página web sólo pudo ser diseñada en español, ya que los textos en ingles no fueron entregados por los beneficiarios.

De esta manera es posible definir el logro del objetivo general como cumplido bajo las expectativas de los beneficiarios, contando por lo tanto PALTEC con un diseño de Imagen Corporativa y su aplicación a elementos corporativos y de comunicación de palta Hass "Ready to Eat".

4. Métodos.

La metodología utilizada por la empresa ON Diseño S.A. para el logro de los objetivos y productos fue la siguiente:

1. Estudio de Imagen Corporativa.

Se realizaron dos reuniones en las oficinas de ON Diseño en Santiago, con una duración aproximada de 3 horas cada una, y en la que participaron el Gerente del Programa para el Mejoramiento de la Competitividad Paltec; dos productores asociados a Paltec, siendo estos el Coordinador de la iniciativa IMA y el Presidente de la Cooperativa Paltec; además del Gerente del área de Negocios de Proyectia S.A., considerando la importancia de este último en relación a su participación en la elaboración del plan de marketing.

Durante las reuniones de trabajo se discutieron y analizaron la estrategia de imagen que se pretendía proyectar, en términos de lograr identificar:

- Posicionamiento actual y futuro.
- Definición de conceptos a proyectar.
- Competencia directa e indirecta.

2. Búsqueda y definición de nombre.

Se propusieron a las empresas beneficiarias (13 en total) dos nuevas marcas, además de PALTEC, previo al cotejo de los nombres propuestos con los registros de la Dirección de Patentes y Marcas del Ministerio de Economía. Ninguna de las tres alternativas se encontraba registrada, informando de la situación a los beneficiarios.

Se realizó una reunión para la presentación de las alternativas en las oficinas de ON Diseño, contando con la participación de varios de los beneficiarios y de las instituciones involucradas en Paltec, decidiendo y aprobando el uso de la marca PALTEC.

3. Diseño de alternativas de marca.

La alternativa PALTEC, seleccionada anteriormente, fue trabajada en tres modelos y presentada a los beneficiarios en la reunión antes descrita, las cuales fueron discutidas y revisadas por los beneficiarios de manera interna, aprobando finalmente la utilizada hoy en día.



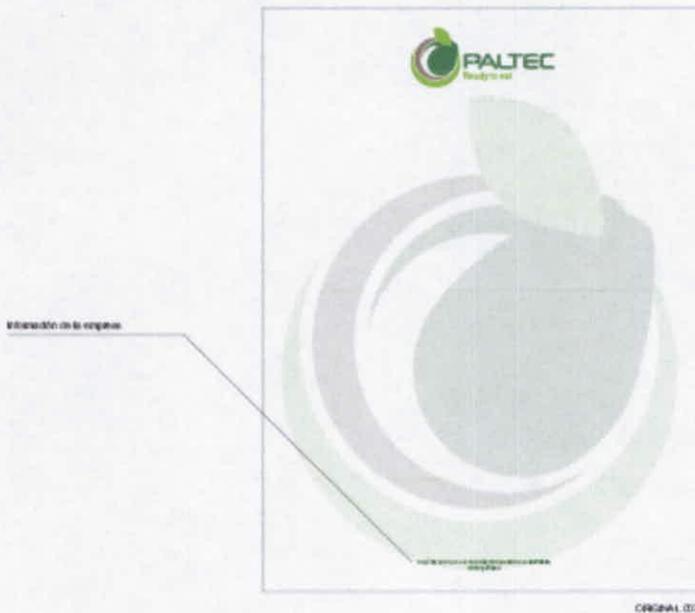
El desarrollo de las alternativas incluyó:

- a. Diseño de marca; isotipo y logotipo.
- b. Diseño y definición de tipografías corporativas y complementarias.
- c. Definición de colores corporativos y complementarios.
- d. Diseño y definición de elementos corporativos predominantes. Elementos cuya aplicación los hacen visualmente pertenecientes a una misma identidad.

4. Diseño de aplicación de imagen corporativa a papelería básica.

Fueron desarrolladas y aprobadas las siguientes aplicaciones de papelería corporativa, las que se encuentran incluidas en el Manual de Normas Corporativas anexo al presente informe.

- Hoja carta
- Sobre tamaño americano
- Tarjeta de visita
- Sobre tamaño carta



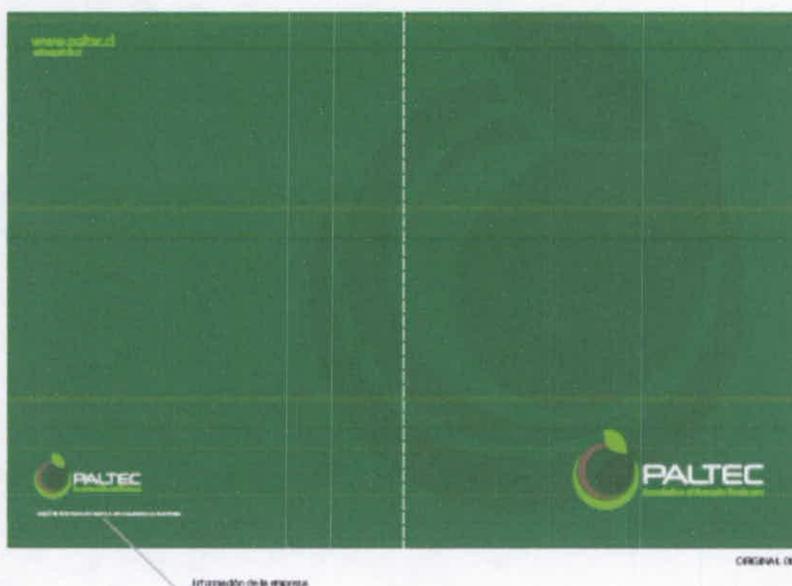


Debido a que en la actualidad los beneficiarios se encuentran gestionando el traslado a nuevas oficinas, se solicitó por parte de ellos que en este y en todos los casos en que se hace necesario contar con los datos de contacto, se construyera una plantilla, la cual permitiera colocar dichos datos a discreción.

5. Diseño de aplicación de imagen corporativa a carpeta corporativa.

Para el diseño de la carpeta tamaño carta se consideraron los siguientes aspectos.

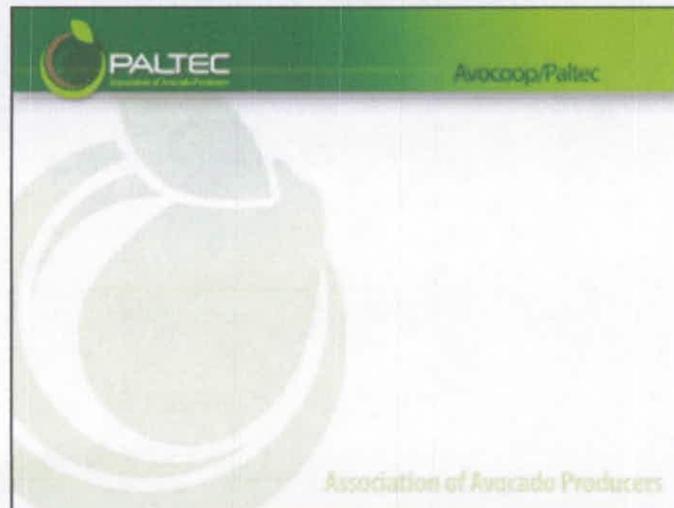
- Diseño y diagramación general
- Definición de formato
- Definición de uso de fotografías
- Definición de uso de ilustraciones
- Confección de originales de impresión



6. Diseño de aplicación de imagen corporativa a Fondos Power Point para presentaciones corporativas.

Se desarrollaron y aprobaron las siguientes aplicaciones.

- Página Portada
- Página Fondo

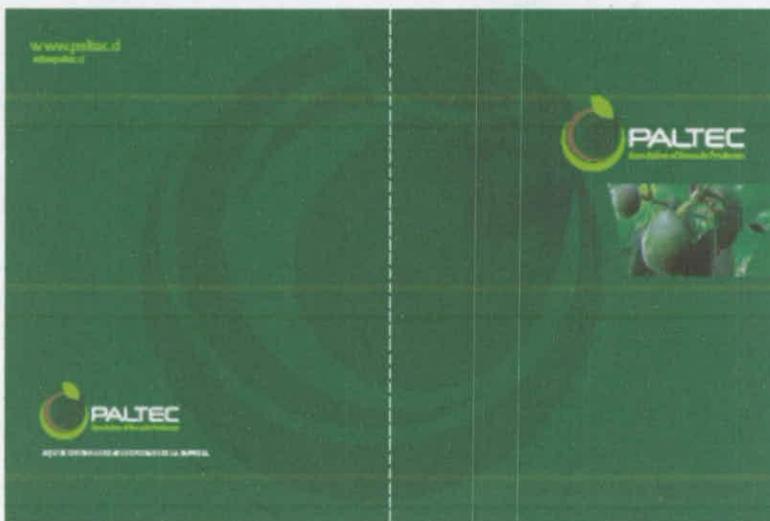


7. Diseño de folleto/brochure Corporativo.

Para el diseño del folleto/brochure se consideraron los siguientes aspectos.

- Definición de conceptos a proyectar
- Diseño y diagramación general del brochure
- Definición de formato
- Definición de uso de fotografías
- Definición de uso de ilustraciones
- Diagramación de texto editado entregado por el cliente (español e ingles)
- Confección de originales de impresión

Un aspecto importante de esta aplicación, corresponde a la decisión por parte de los beneficiarios de desarrollar un producto que tuviera un mayor atractivo y utilidad, por lo que se optó por elaborar una carpeta fortalecida, la cual integrara las características de una carpeta y un brochure.



8. Diseño gráfica de embalaje de exportación.

Para el diseño se consideraron los siguientes aspectos, tomando en cuenta el embalaje (formato, dimensionamiento) entregado por los beneficiarios.

- Definición de conceptos a proyectar
- Aplicación de imagen corporativa
- Diseño y diagramación general
- Definición de formato
- Definición de uso de fotografías
- Definición de uso de ilustraciones
- Aplicación de textos legales
- Confección de originales de impresión



9. Diseño de marca como sello (autoadhesivo-calcomanía)

Se consideró el desarrollo de un sello, el cual permitiera la identificación y diferenciación del producto colocado a la venta final. Se tomaron en cuenta los siguientes aspectos.

- Definición de conceptos a proyectar
- Aplicación de imagen corporativa
- Diseño y diagramación general
- Definición de formato
- Definición de uso de fotografías
- Definición de uso de ilustraciones
- Aplicación de textos legales
- Confección de originales de impresión



10. Diseño de letreros-señalización para predios de productores

Fue desarrollado en base a:

- Definición de conceptos a proyectar
- Aplicación de imagen corporativa y nombre del productos
- Diseño y diagramación general
- Definición de formato
- Definición de uso de ilustraciones
- Confección de originales de impresión
- Confección de planos constructivos



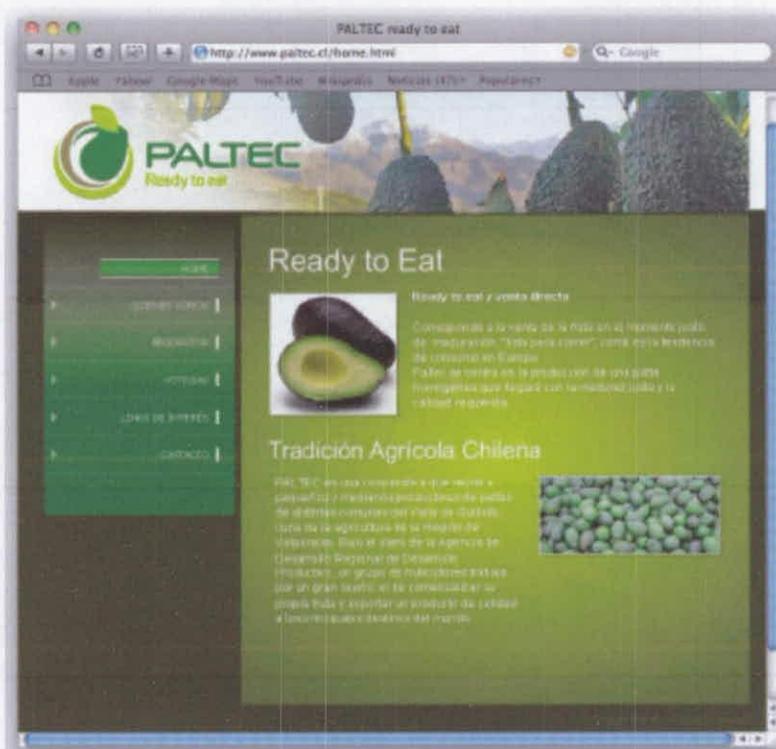
11. Diseño de Página Web Corporativa.

Presentación corporativa de la compañía, tomando en cuenta:

- Aplicación de los conceptos e imagen corporativa de la Empresa
- Diagramación de página principal y sub páginas, en base a textos editados en español, entregados por el cliente.
- Incorporación de fotos entregadas por el cliente.
- Definición de apertura lógica de ventanas y opciones.
- Diseño de íconos de reconocimiento rápido de temas.
- Diseño de edición en HTLM, Drean Weaver y Flash.

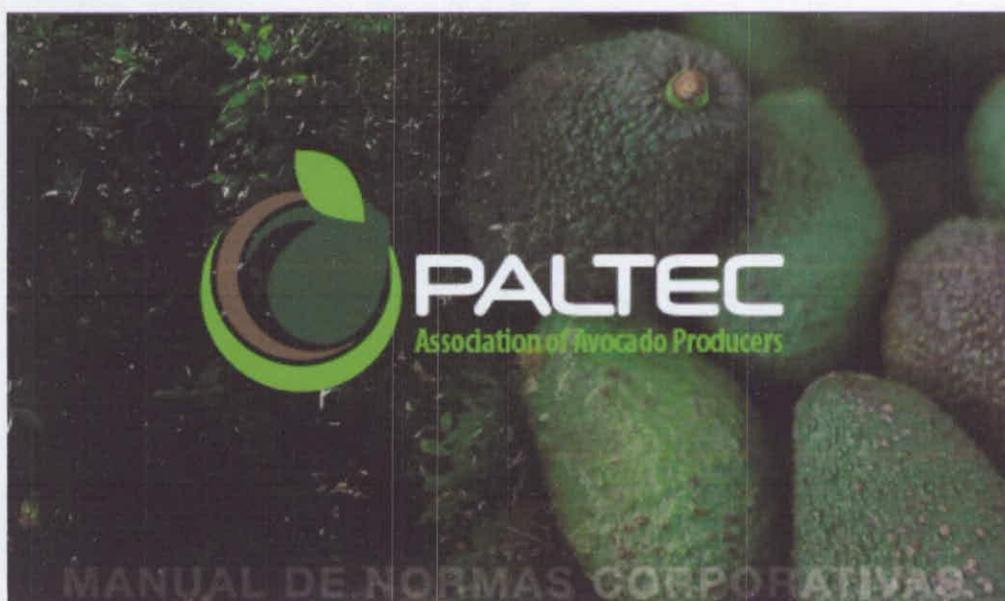
Sus grandes contenidos son:

- Home
- Quienes somos
- Productos
- Noticias
- Links de interés
- Contacto



12. Confección de Manual de Normas Imágenes Corporativas.

La elaboración del manual consideró la normalización de todos los elementos diseñados y explicados anteriormente.



5. Actividades ejecutadas y análisis de brecha (comparativo)

En la planificación original se definieron tres actividades generales, siendo estas: 1) revisión de antecedentes; 2) diseño de alternativas; y 3) diseño de aplicaciones.

De manera general las actividades fueron realizadas con un atraso proveniente desde la etapa de elaboración del plan de marketing, que incluyeron situaciones tales como que en su inicio existieron problemas de coordinación de los beneficiarios que impidieron una ejecución acorde a lo especificado en la carta Gantt del proyecto; la incorporación de dos postulantes complementarios al Proyecto, ya que estos manifestaron su interés posteriormente a que el Proyecto fuera aprobado, haber omitido el envío del addendum del proyecto y la descoordinación entre la postulante y FIA sobre su figura dentro de este; y finalmente a un error en el ingreso del primer informe financiero, lo que se tradujo en un retraso significativo en la ejecución del Proyecto.

Cabe señalar que a pesar de lo anterior, y de no haber cancelado los servicios según lo planificado, la empresa ON Diseño llevó a cabo las actividades, facilitando algunas de las aplicaciones para la gira a Europa llevada a cabo por la Cooperativa Paltec, para la elaboración de las cajas necesarias para la exportación de la fruta y para la puesta en marcha de la página web corporativa.

Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
Revisión de antecedentes	Enero 2010	R (con atraso)	Problemas de coordinación de los beneficiarios, y desconocimiento del instrumento mencionados en el párrafo anterior.
Diseño de alternativas	Enero 2010	R (con atraso)	Problemas de coordinación de los beneficiarios, y desconocimiento del instrumento mencionados en el párrafo anterior.
Diseño de aplicaciones	Febrero a Junio 2010	R (con atraso)	Problemas de coordinación de los beneficiarios, y desconocimiento del instrumento mencionados en el párrafo anterior.

¹ Realizada (R), no realizada (NR), atrasada (A), suspendida (S)

² Si el grado de cumplimiento de la actividad programada corresponde a NR, A, o S, se deben detallar las razones que explican las discrepancias respecto al Plan de Trabajo inicial. Indicar las repercusiones que tendrá el cambio de las actividades programadas en el desarrollo normal de la iniciativa completa.

³ Incluir problemas enfrentados cuando corresponda.

Nota: Completar un cuadro por cada línea de financiamiento (sondeo y diseño).

Cuadro 5.2. Actividades no programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad no programada		Justificación ¹
Descripción	Fecha	
Diseño de aplicaciones (modificación de brochure a carpeta fortalecida)	Febrero a Junio de 2010	Desarrollar un producto que tuviera un mayor atractivo y utilidad.
Diseño de aplicaciones (elaboración de pendón corporativo)	Febrero a Junio de 2010	Apoyo visual a las actividades de difusión de Paltec

¹ Se debe justificar correctamente el porqué se realizó una actividad no programa inicialmente.
 Nota: Completar un cuadro por cada línea de financiamiento (sondeo y diseño).

El cuadro anterior incorpora los productos obtenidos que no estaban considerados o sufrieron modificaciones a lo largo de la ejecución del proyecto, no siendo estas actividades propiamente tal, pero datos relevantes para el cumplimiento de los objetivos.

6. Resultados.

Los resultados obtenidos versus los esperados en el diseño de la imagen corporativa se presentan a continuación.

Cuadro 6.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa.

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Nivel de avance (%)	Razones ¹
Imagen corporativa	Imagen corporativa aprobada por el cliente	100	
Diseño de alternativas de nombre y marca	Nombre y marca aprobadas por el cliente	100	
Diseño de aplicaciones	Aplicaciones aprobadas por el cliente	95	Se planteó en un principio el diseño de un brochure, pero se consideró más adecuada una carpeta fortalecida. La página web consideraba versiones en español e inglés, donde los textos en este último idioma no fueron entregados por la postulante, por lo que no fue posible su incorporación.
Manual de Normas	Documento que incluye la	100	

Corporativas	normalización de todos los elementos diseñados		
--------------	--	--	--

¹ Detallar las razones que explican las discrepancias entre los resultados esperados y alcanzados.
Nota: Completar un cuadro por cada línea de financiamiento (sondeo y diseño).

7. Productos obtenidos

A pesar que no se consideraron dentro del Proyecto la elaboración de etiquetas, envases, carteles publicitarios o trípticos, si no que sólo su diseño, a lo largo de su ejecución fue necesaria la confección de algunas de estas piezas como apoyo a actividades realizadas a nivel nacional e internacional.

Es así como para la gira comercial a Europa llevada a cabo por algunos de los beneficiarios, fue necesario confeccionar:

- Tarjetas de visita, ejemplo de una de estas se incluye a continuación.
- Carpetas fortalecidas, de las que se enviaron a hacer 50, entregándose en su totalidad durante la gira
- Hoja carta corporativa, utilizando una impresora de escritorio.



Del mismo modo, para la exportación de la fruta a Europa fue necesario elaborar 10.000 cajas, las cuales fueron utilizadas en su totalidad.

Finalmente como apoyo a la gestión y difusión de Paltec, se elaboró un pendon (imagen a continuación con el actual Presidente de la Cooperativa) y la página web de Paltec, la cual se encuentra en funcionamiento en la dirección www.paltec.cl.



8. Problemas enfrentados

A continuación se detallan los problemas enfrentados para la ejecución de la etapa de diseño, los cuales a pesar de provenir del inicio del Proyecto, redundaron en un retraso considerable, haciendo importante su identificación.

Cuadro 8.1. Problemas enfrentados y medidas tomadas durante la iniciativa.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación
Coordinación de los beneficiarios para el inicio del proyecto	Empresa consultora tuvo que actuar como la coordinadora de la iniciativa, dado el desconocimiento de los instrumentos públicos de apoyo de los beneficiarios.	Ejecución adecuada de la iniciativa pero con retraso.
Incorporación de dos postulantes complementarios al Proyecto, omisión del envío del addendum y descoordinación entre la postulante y FIA sobre su figura dentro de este.	Trabajo conjunto de la consultora con FIA.	Correca solución del problema.
Error en el ingreso del primer informe financiero.	Cierre correcto de los informes financieros.	Retraso considerable dado el plazo de FIA para su aprobación.
Retraso en la revisión por parte de FIA del primer	Se solicitó aplazar el término del Proyecto.	Plazo adecuado a los requerimientos.

informe financiero y la liberación de la segunda cuota de los aportes.		
--	--	--

9. Conclusiones y recomendaciones.

Es posible concluir que por medio de la ejecución de la presente iniciativa IMA, los beneficiarios de Paltec cuentan con una imagen corporativa acorde con lo que se pretende proyectar en el mercado internacional y poseen una marca propia con un diseño aprobado, apoyada por el diseño de una serie de aplicaciones en papelería básica, carpeta corporativa, Power Point para presentaciones corporativas, gráfica de embalaje de exportación, calcomanía, letreros-señalización para predios de productores y Página Web Corporativa, entre otros.

De esta manera se ha generado el diseño de Imagen Corporativa y su aplicación a elementos corporativos y de comunicación de palta Hass "Ready to Eat" producida por Paltec; acorde con su posicionamiento actual y futuro, entregando los elementos claves que la harán reconocible en el rubro y medio en que está inserto según sus objetivos estratégicos.

10. Anexo.

a) Manual de Normas Corporativas