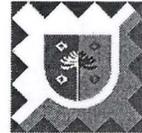




*Mano Busca ACP
MA
FC-1256*



GOBIERNO REGIONAL DE LA ARAUCANÍA



CONVOCATORIA REGIONAL 2016 "INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO (IMA) REGIÓN DE LA ARAUCANÍA 2016"

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Creación de nuevos productos y Fortalecimiento de la imagen de Eco Abet para llegar a nuevos mercados.
Ejecutor:	Sociedad de Inversiones Castañón y Villalobos Ltda.
Código:	IMA-2016-0309 ✓
Fecha:	03.08.2016

[Handwritten signature]
 Firma por Fundación para la Innovación Agraria

[Handwritten signature]
 Conforme con Plan Operativo
 Firma por Ejecutor
 (Representante Legal o Coordinador Principal)



[Handwritten signature]
03.08.2016

COMUNA DE PARTES A FIA
 RECEPCIONADO
 22 AGO 2016
 Fecha
 Hora
 Ingreso 31876

[Handwritten signature]
 NATALIE DEVENIN VERA
 Ejecutiva Innovación Agraria
 UPP - FIA
 Fecha: 04.08.2016



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo	3
1. Antecedentes generales del proyecto	3
2. Configuración técnica de la iniciativa	6
3. Costos totales consolidados	12
4. Anexos	14
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	22

Handwritten initials or signature.



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

I. Plan de trabajo

1. Antecedentes generales del proyecto

1.1. Nombre del proyecto

Creación de nuevos productos y Fortalecimiento de la imagen de Eco Abet para llegar a nuevos mercados.

1.2. Sector, subsector, rubro y especie principal (si aplica), en que se enmarca el proyecto

Sector	Porcino
Subsector	Porcinos no tradicionales
Rubro	Producto gourmet
Especie (si aplica)	

1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	01.08.2016
Fecha término	31.07.2017
Duración (meses)	12 meses

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

Región(es)	Región de la Araucanía
Provincia(s)	Provincia de Cautín
Comuna(s)	Comuna de Vilcún

1.5. Producto

Identificar Producto: Indicar las características y/o atributos del producto	Coppa de la Araucanía: Inspirada en la Coppa italiana y fusionada en el ahumado con especias nativas y la maduración en Merkén de La Araucanía, curamos sin productos químicos la capicola del cerdo para lograr un lomo crudo de exquisita textura, color y sabor, ideal para acompañar el vino y el queso
--	---



	<p>Chutney de La Araucanía: Inspirado en Chatni Indú y fusionando con los frutos y verduras del sur de Chile, además del Merkén de La Araucanía, elaboramos una confitura agridulce y ligeramente picante para acompañar quesos, carnes blancas y de cerdo, así como embutidos parrilleros, potenciando el sabor y añadiendo una exótica textura.</p> <p>Confituras de La Araucanía: Inspiradas en las confituras europeas y fusionándolas con frutas y especería de La Araucanía, las confituras que elaboramos ofrecen una aproximación novedosa y exquisita. Con tomates orgánicos, rojos o amarillos, fresas silvestres, zarzaparrilla y otras frutas silvestres de estación, con Jengibre, Pimienta de Cayena o Merkén, ofrecen una forma soberbia de resaltar el sabor del queso, las tostadas y el yogurt natural.</p>
N° de Resolución	A19-7116

1.6. Línea de financiamiento del proyecto

x	Línea 1: Elaboración o reformulación del plan de marketing (máximo 3 meses).
x	Línea 2: Implementación del plan de marketing (máximo 9 meses).
Acciones de la línea 2 de financiamiento que realizará	
X	Análisis de laboratorios para evaluación de características de los productos e inclusión en etiquetas
X	Mejoramiento de procesos de elaboración o transformación de productos
X	Diseño de productos
X	Envases
X	Estrategia de promoción y/o comunicación



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

1.7. Identificación del ejecutor (completar Anexo 1).

Nombre completo o razón social	Sociedad de Inversiones Castañón y Villalobos Ltda.
Giro	Comercialización de cecinas, carnes y conservas
Rut	
Nombre completo representante legal	Álvaro Emilio Castañón Seoane

1.8. Identificación del o los asociados (completar Anexo 2 para cada asociado).

Asociado 1	
Nombre completo o razón social	
Giro	
Rut	
Nombre completo representante legal	

Asociado n	
Nombre completo o razón social	
Giro	
Rut	
Nombre completo representante legal	

1.9. Identificación del coordinador del proyecto (completar Anexo 3).

Nombre completo	Paula Andrea Vergara Harris
Teléfono	
E-mail	

Handwritten marks or initials in the bottom right corner.



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

2. Configuración técnica de la iniciativa

2.1. Objetivos del proyecto

2.1.1. Objetivo general¹

Potenciar la gestión comercial de nuestros productos, por medio de acciones de marketing y disminución de nuestras brechas productivas, aumentando por ende nuestros mercados y ventas.

2.1.2. Objetivos específicos²

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Desarrollar un plan de marketing para mejorar nuestra gestión comercial.
2	Generar nuevo sistema de envasado
3	Desarrollar los estudios al producto final que permita el cumplimiento de normativas sanitarias para alimentos.
4	Mejorar la producción de materia prima requerida de nuestros productos.
5	Realizar las acciones que permitan dar a conocer el producto en el mercado objetivo

¹ 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.

² 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.

A O



GÓBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

2.2. Resultados esperados

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)
Desarrollar un plan de marketing para mejorar nuestra gestión comercial.	Se cuenta con las características del mercado objetivo y los atributos que son valorados por los clientes e indicaciones para diseñar el packing del producto.
Generar nuevo sistema de envasado	Contar con línea de envasado para los nuevos productos y a lo menos 5 variedades y el etiquetado según nueva normativa vigente.
Desarrollar los estudios al producto final que permita el cumplimiento de normativas sanitarias para alimentos.	Se cuenta con los análisis nutricionales y la información para el etiquetado del producto.
Realizar las acciones que permitan dar a conocer el producto en el mercado objetivo	Se ejecuta el plan de marketing, se realizan las acciones y los elementos gráficos contemplados y se participa en ferias regionales y nacionales que se han definido en la planificación comercial que aumente en un 50% a lo menos las ventas.



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

2.3. Hitos críticos³

Objetivo Específico (OE)	Hito Crítico ⁴	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Desarrollar un plan de marketing para mejorar nuestra gestión comercial.	Se cuenta con el plan de marketing validado por el empresario y la institución financiadora	Octubre 2016
Generar nuevo sistema de envasado	Se cuenta con los envases para la nueva gama de productos, validado por el empresario y la institución financiadora.	Marzo 2017
Desarrollar los estudios al producto final que permita el cumplimiento de normativas sanitarias para alimentos.	Se cuenta con los análisis nutricionales, tablas nutricionales y estudios de duración del producto.	Enero 2017
Realizar las acciones que permitan dar a conocer el producto en el mercado objetivo	Se han ejecutado el 70% de las acciones establecidas como parte del plan de difusión para el lanzamiento del producto al mercado.	Julio 2017

³ Un hito representa haber conseguido un logro importante en la propuesta, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

⁴ Un hito puede estar asociado a uno o más resultados esperados y/o a resultados intermedios.

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
1	1	Se contratará a una agencia regional para que desarrolle el plan de marketing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo del Plan 2. Sanción del plan
2	2	A partir de las recomendaciones del plan de marketing, se trabajará con el diseñador para identificar el envase apropiado y la imagen más apropiada y con los prototipos se realizarán testeos para validar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de propuestas de envase y etiquetado 2. Testeos en potenciales consumidores y puntos de ventas para validación. 3. Correcciones y modificaciones de prototipos para producción de productos.
3	3	Se contratará a la Universidad Austral para llevar a cabo los estudios nutricionales requeridos (duración del producto, tablas nutricionales, índices de sodio y lípidos)	<ol style="list-style-type: none"> 4. Envío de los productos 5. Análisis de laboratorio 6. Entrega de resultados
4	4	Se elabora un plan que contemple acciones de difusión de la nueva línea de productos: lanzamiento, ferias, eventos y folletería.	<ol style="list-style-type: none"> 7. Definición de las actividades 8. Realización de las acciones de difusión



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

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 2016						Año 2017					
			Trimestre						Trimestre					
			Abr-Jun		Jul-Sep		Oct-Dic		Ene-Mar		Abr-Jun		Jul	
1	1	Desarrollo del Plan				X	X	X						
1	1	Sanción del plan						X						
2	2	Desarrollo de propuestas de envase y etiquetado							X	X	X			
2	2	Testeos en potenciales consumidores y puntos de ventas para validación.									X			
2	2	Correcciones y modificaciones de prototipos para producción de productos.									X	X		
3	3	Envío de los productos						X	X					
3	3	Análisis de laboratorio							X	X	X			
3	3	Entrega de resultados							X	X	x			
4	4	Definición de las actividades plan de difusión											X	X
4	4	Realización de las acciones de difusión									X	X	X	X



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

2.6. Indicadores de Impacto:

Indicador (Especificar)	Línea base del indicador ⁸	Meta del indicador al término de la propuesta ⁹	Medio de verificación
Aumento de ventas	2.000.000	Aumento en un 100% al final del proyecto.	Formularios 29: año 2015, 2016 y 2017
N° de Productos con nueva imagen, validada en el mercado europeo.	0	5 productos	Informe con evaluación de intermediario.

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.



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANIA

4. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Sociedad de Inversiones Castañón y Villalobos limitada	
Giro / Actividad	Eco Abet Sociedad Limitada	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	x
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)	0	
Número total de trabajadores	0	
Usuario INDAP (sí / no)	no	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Parcela 45 E2 Vilcún N°45	
Teléfono fijo	no	
Fax	no	
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	www.ecoabet.cl	
Nombre completo representante legal	Álvaro Emilio Castañón Seoane	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Bachiller en Ingeniería Industrial Universidad de Lima Maestría en Ciencias de la Ingeniería Ambiental, 2006 – 2007, Universidad Nacional de Ingeniería	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Encargado de Producción	
Firma representante legal		



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Anexo 2. Ficha identificación de los asociados. Esta ficha debe ser llenada para cada uno de los asociados al proyecto.

Nombre completo o razón social		
Giro / Actividad		
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Anexo 3. Ficha identificación coordinador y equipo técnico. Esta ficha debe ser llenada por el coordinador y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	Paula Andrea Vergara Harris
RUT	
Profesión	Licenciada en estética
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Sociedad Empresarial Vergara Perez-Garcia
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Representante Legal
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Porvenir 810
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	





GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Nombre completo	Ángela María Villalobos Millas
RUT	
Profesión	Diplomada en Comercio Internacional de la Universidad de Santiago de Chile
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	ECOABET
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Gerente Comercial
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Parcela 45 E2 La Victoria II, Comuna Vilcún, Provincia Cautín, Región de La Araucanía
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Nombre completo	ÁLVARO EMILIO CASTAÑÓN SEOANE
RUT	
Profesión	Bachiller en Ingeniería Industrial Universidad de Lima Maestría en Ciencias de la Ingeniería Ambiental, 2006 – 2007, Universidad Nacional de Ingeniería
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	ECOABET
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Representante legal
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	PARCELA 45, Lote E 2, EX COOPERATIVA "LA VICTORIA II" – COMUNA DE VILCÚN NOVENA REGIÓN – CHILE
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

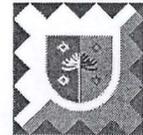




GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Anexo 4. Plan de Marketing

I. Resumen ejecutivo
II. Análisis del entorno
Identificación y análisis de la competencia directa (¿Cuáles son los productos similares en el mercado, y cuáles son los atributos o cualidades?)
Análisis de los segmentos y mercado objetivos (¿Quién es mi cliente? Ej.: Canal Horeca, Tiendas Gourmet, persona natural – Descripción del segmento representativo. ¿Quién es el consumidor objetivo? Ej.: Mujeres, jefas de hogar, que buscan una alimentación saludable y rápida para su familia, y que prefiere el producto local. Describir el segmento del consumidor y del mercado al cual se quiere llegar.)
Análisis de la demanda y tendencias (¿Cuáles son los productos más valorados y que marcan una pauta dentro del mercado, según los requerimientos y anhelos del consumidor objetivo?)
Análisis de provisión del producto y participaciones de mercado
Conocimiento del producto y sus atributos (¿Cuáles son las cualidades y virtudes del producto? ¿Para la salud, bienestar y/o experiencia de consumo?, ¿Cuál es su ritual, historia, tradición o valor cultural? Resumir estas características que otorgan valor agregado al producto.)
Análisis de los hábitos de uso del producto (Comportamiento del consumidor. ¿Qué es y para qué sirve?, ¿Cómo se utiliza?, ¿Dónde se utiliza? Ej: En Raestaurants, ¿Cuándo se utiliza? Ej.: Celebraciones tradicionales, etc.)



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Análisis del desempeño de la mezcla comercial y cada una de sus herramientas (Indicar cuatro puntos de la situación actual) <i>(Estrategia de marketing en función de las 4 P mencionadas anteriormente – Producto, Precio, Plaza, Promoción – en coherencia al segmento y mercado objetivo.</i>
Análisis de los elementos del medioambiente y de contexto relevantes, que considere los aspectos Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST)
Análisis FODA <i>(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del producto con respecto al mercado previamente estudiado.)</i>
III. Plan a futuro
Objetivos de provisión de servicio
Objetivos y Estrategia en Marketing
Estrategia de Posicionamiento <i>(dónde estamos y dónde queremos estar) (¿Dónde veo mi producto en "x" tiempo?)</i>
Mezcla de Marketing <i>(Indicar al menos cuatro puntos de lo que se quiere hacer con el Plan de Marketing)</i>



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

- 1.-
- 2.-
- 3.-
- 4.-

Arquitectura de marca (*Identidad de la marca, comunicación gráfica, Principios de la marca.*)

Presupuesto

IV. Principales indicadores para medir la satisfacción y control

