



Mano base ADP



GOBIERNO REGIONAL DE LA ARAUCANÍA



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

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	"CHARQUI 3.0, ALIMENTACIÓN, SALUD Y DEPORTE"
Ejecutor:	ELABORACIÓN Y VENTA DE CARNES DESHIDRATADAS MARÍA ANGÉLICA VALDEAVELLANO FUENTEALBA EIRL
Código:	IMA-2016-0286
Fecha:	25.07.2016

[Handwritten signature]



Firma por Fundación para la Innovación Agraria

[Handwritten signature: Valdeavellano]

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

[Handwritten signature: Natalie Devenin Vera]

NATALIE DEVENIN VERA
Ejecutiva Innovación Agraria
UPP - FIA

Fecha: 28.07.2016

[Handwritten signature]
ALICE PINOZA GUILIG
Asesora de Operaciones
Fecha: 28.07.2016

OFICINA DE PARTES Y SERVICIOS RECEPTIVOS	
Fecha	<u>11 AGO 2016</u>
Hora	<u>13:10</u>
Nº Ingreso	<u>31698</u>



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. Anexos15	
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	22

D



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

I. Plan de trabajo

1. Antecedentes generales del proyecto

1.1. Nombre del proyecto

CHARQUI 3.0, ALIMENTACIÓN, SALUD Y DEPORTE.

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

Sector	Equino
Subsector	Equinos Carne
Rubro	Agroalimentario
Especie (si aplica)	

1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	20.07.2016
Fecha término	20.06.2017
Duración (meses)	12 meses

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

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

1.5. Producto

Identificar Producto: Indicar las características y/o atributos del producto	<p>A la fecha, producimos 4 variedades de Charqui:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Tradicional2. Merkén3. Con cobertura de Chocolate4. Sin sal <p>Además, se desarrolló un nuevo producto no presente en el mercado nacional de Charqui molido para preparación de pastas hidratándolo con agua, leche, crema, vinagre y otros usos como aderezo. Se han desarrollado a la fecha 6 variedades de sabores Base para Pastas de y tenemos en carpeta más de 15 tipos:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ciboullete Ajo2. Merkén Cilandro
--	---

<p>Identificar Producto: Indicar las características y/o atributos del producto</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Avellana – romero 4. Nueces – Finas Hierbas 5. Orégano Pimienta 6. Almendra Perejil <p>Por último, estamos desarrollando Pastas lista en base a charqui que están en proceso y análisis nutricional (NUEVO PRODUCTO).</p> <p>Nuestro nuevo desafío como empresa, que nos mueve a postular a fondos públicos de innovación es aprovechar los atributos de nuestro charqui de equino, para desarrollar nuevos productos.</p> <p>Tenemos 3 grandes atributos:</p> <p>Calidad de producto: Nuestro charqui tiene un sabor y textura muy agradable dado que solo lo elaboramos en base a Posta para no incorporar fibras al producto.</p> <p>Alimento saludable: Contamos con una serie de análisis nutricionales que avalan que nuestro producto tiene menos sodio que los otros presentes en el mercado, ni carbohidratos ni azúcares. Tenemos una enorme preocupación porque tener proveedores formales de los aderezos y especias, con igual preocupación y certificación que la nuestra y cumplan las normas sanitarias.</p> <p>Innovación de productos: El constante desarrollo de nuevos productos en base a charqui nos coloca en un lugar destacado considerando que somos una microempresa, puesto que no existen en el mercado.</p>
<p>N° de Resolución</p>	<p>N° A11-603</p>

1.6. Línea de financiamiento del proyecto

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



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

1.7. Identificación del ejecutor (completar Anexo 1).

Nombre completo o razón social	Elaboración y venta de carnes deshidratadas María Angélica Valdeavellano Fuentealba EIRL
Giro	Elaboración y venta de carnes deshidratadas
Rut	
Nombre completo representante legal	María Angélica Valdeavellano Fuentealba

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	

D



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

2. Configuración técnica de la iniciativa

2.1. Objetivos del proyecto

2.1.1. Objetivo general¹

Desarrollar la estrategia de marketing para el nuevo suplemento alimenticio en base a Charqui que favorezca su introducción al mercado nacional

2.1.2. Objetivos específicos²

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Desarrollar un plan de marketing que oriente el desarrollo comercial del producto.
2	Desarrollar los estudios al producto final que permita el cumplimiento de normativas sanitarias para alimentos.
3	Mejorar los procesos de molido y empaque del producto mediante equipamiento especialmente desarrollado.
4	Implementar el diseño de envase y etiquetado coherente con el plan de marketing
5	Realizar las acciones que permitan dar a conocer el producto en el mercado objetivo

2.2. Resultados esperados

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)
Desarrollar un plan de marketing que oriente el desarrollo comercial del producto.	Se cuenta con las características del mercado objetivos y los atributos que son valorados por los clientes e indicaciones para diseñar el packaging del producto.
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

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.

D

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)
Mejorar los procesos de molido y empaque del producto mediante equipamiento especialmente desarrollado.	Se genera un proceso de molido y empaque que disminuye tiempos de envasado en un 10% y reduce en un 10% la pérdida de materia prima por el proceso de molido
Implementar el diseño de envase y etiquetado coherente con el plan de marketing	Contar con el envase de nuevos productos y a lo menos 2 variedades, con el etiquetado que cumple con la nueva normativa de etiquetado de alimento.
Realizar las acciones que permitan dar a conocer el producto en el mercado objetivo	Se ejecuta un plan de difusión que considera elementos gráficos como pendones, flyers y fotografías para la página web y participación en ferias

2.3. Hitos críticos³

Objetivo Específico (OE)	Hito Crítico ⁴	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Desarrollar un plan de marketing que oriente el desarrollo comercial del producto.	Se cuenta con el plan de marketing validado por el empresario y la institución financiadora	Agosto 2016
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.	Febrero 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.





GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Objetivo Específico (OE)	Hito Crítico ⁵	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Mejorar los procesos de molido y empaque del producto mediante equipamiento especialmente desarrollado.	Se cuenta con la maquinaria desarrollada especialmente para la empresa y en funcionamiento	Octubre 2016
Implementar el diseño de envase y etiquetado coherente con el plan de marketing	Se cuenta con el prototipo definitivo validado por el empresario y la institución financiadora.	Febrero 2017
Realizar las acciones que permitan dar a conocer el producto en el mercado objetivo	Se han ejecutado el 90% de las acciones establecidas como parte del plan de difusión para el lanzamiento del producto al mercado.	Mayo 2017

⁵ 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 la Agencia Huella Producciones que permita contar con una asesoría especializada que permita abordar el nuevo mercado objetivo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratación de Agencia. 2. Desarrollo del Plan 3. Sanción del plan
2	2	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
3	3	Se tiene cotizado con una maestría el diseño de una máquina de molido y envasado que confirmado el financiamiento se comenzará su fabricación	<ol style="list-style-type: none"> 7. Revisión de los diseños de maquinaria para mejorar calidad de producto. 8. Pruebas de puesta en marcha para verificar funcionamiento 9. Instalación definitiva en fábrica.
4	4	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"> 10. Desarrollo de propuestas de envase y etiquetado 11. Testeos en potenciales consumidores y puntos de ventas para validación. 12. Correcciones y modificaciones de prototipos para producción de productos
5	5	Se elabora un plan que contemple acciones de difusión de la nueva línea de productos: lanzamiento, ferias, web y folletería	<ol style="list-style-type: none"> 13. Definición de las actividades 14. Realización de las acciones de difusión

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

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2016						Año 2017							
			Trimestre						Trimestre							
			Abr-Jun		Jul-Sep		Oct-Dic		Ene-Mar		Abr-Jun		Jul-Sep			
1	1	Contratación de Agencia.			X											
1	1	Desarrollo del Plan			X	X	X									
1	1	Sanción del plan					X									
2	2	Envío de los productos					X									
2	2	Análisis de laboratorio					X	X	X	X	X	X	X	X	X	
2	2	Entrega de resultados					X	X		X						
3	3	Revisión de los diseños de maquinaria para mejorar calidad de producto					X									
3	3	Pruebas de puesta en marcha para verificar funcionamiento						X	X							
3	3	Instalación definitiva en fábrica.								X						
4	4	Desarrollo de propuestas de envase y etiquetado					X	X	X							
4	4	Testeos en potenciales consumidores y puntos de ventas para validación.								X	X					
4	4	Correcciones y modificaciones de prototipos para producción de productos								X	X					
5	5	Definición de las actividades de difusión									X	X				



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

5	5	Realización de las acciones de difusión											X	X	X	X	X	X	X
---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	---	---	---	---	---	---

2.6. Indicadores de Impacto:

Indicador (Especificar)	Línea base del indicador ⁸	Meta del indicador al término de la propuesta ⁹	Medio de verificación
Generación de nuevos servicios o productos	3 productos (charqui, base y pasta lista) con sus variedades.	1 producto nuevo con 2 variedades.	Web, prototipos y facturas de venta.
Acceso o implementación de nuevos canales de comercialización	15 puntos de ventas productos gourmet.	5 puntos de venta para el nuevo producto.	Facturas.

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 ARAUCANÍA

4. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Elaboración Y Venta De Carne Deshidratada María Angélica Valdeavellano Fuentealba EIRL	
Giro / Actividad	Elaboración de carne deshidratada y alimento para mascotas	
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		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	0	
Exportaciones, último año tributario (US\$)	1	
Número total de trabajadores	NO	
Usuario INDAP (sí / no)	Aldunate 0495, Temuco, Cautín La Araucanía.	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	www.charquiaraucano.cl	
Nombre completo representante legal	María Angélica Valdeavellano Fuentealba	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Gerente	
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 Comercial Vergara Pérez - García Ltda
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Representante legal, jefe de proyecto
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Porvenir 810, Temuco
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Nombre completo	María Angélica Valdeavellano Fuentealba
RUT	
Profesión	Empresaria
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Elaboración Y Venta De Carne Deshidratada María Angélica Valdeavellano Fuentealba EIRL
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Empresaria
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Aldunate 0495, Temuco, Cautín La Araucanía.
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANIA

Nombre completo	Alejandro Javier Pérez -García Vergara
RUT	
Profesión	Licenciado en Geografía
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Sociedad Comercial Vergara Pérez - García Ltda
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Asesor de proyecto
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Porvenir 810, Temuco, Cautin, La Araucania
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	

A



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.)

N



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) *(Estrategia de marketing en función de las 4 P mencionadas anteriormente – Producto, Precio, Plaza, Promoción – en coherencia al segmento y mercado objetivo.*

Análisis de los elementos del medioambiente y de contexto relevantes, que considere los aspectos Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST)

Análisis FODA
(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del producto con respecto al mercado previamente estudiado.)

III. Plan a futuro

Objetivos de provisión de servicio

Objetivos y Estrategia en Marketing

Estrategia de Posicionamiento *(dónde estamos y dónde queremos estar) (¿Dónde veo mi producto en "x" tiempo?)*

Mezcla de Marketing
(Indicar al menos cuatro puntos de lo que se quiere hacer con el Plan de Marketing)

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

D 1



GOBIERNO REGIONAL
DE LA ARAUCANÍA

Arquitectura de marca (<i>Identidad de la marca, comunicación gráfica, Principios de la marca.</i>)
Presupuesto
IV. Principales indicadores para medir la satisfacción y control

D D.