

OFICINA DE PARTES - FIA
RECEPCIONADO
Fecha 30 MAR. 2009
Hora 8:30
Nº Ingreso 3725



CONVOCATORIA 2009

INNOVACION EN MARKETING
AGROALIMENTARIO

FORMULARIO DE POSTULACIÓN

Enero 2009

CHECK LIST

- ⇒ Propuesta original completa en formulario correspondiente a la convocatoria
- ⇒ Dos copias de la propuesta original y archivo digital en CD u otro
- ⇒ Firma de Representante Legal en la propuesta original
- ⇒ Antecedentes legales de las Empresas postulantes
- ⇒ Ficha de Datos de las Empresas postulantes
- ⇒ Ficha de Datos de los Representantes Legales
- ⇒ Ficha de Datos del Coordinador
- ⇒ Cuadro con el presupuesto de costos y aportes por cada línea de financiamiento
- ⇒ Balance y declaración de impuestos del año 2006 y 2007

Resolución sanitaria para aquellas empresas procesadoras de alimentos.

CODIGO (Uso interno)	IMA - 2009 - 0335
----------------------	-------------------

I. ANTECEDENTES GENERALES

1. LINEA(S) DE FINANCIAMIENTO A LA(S) QUE POSTULA:

PLAN DE MARKETING		SONDEO DE MERCADO	x	DISEÑOS	x
-------------------	--	-------------------	---	---------	---

2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

“Estudio de Aceptación y Penetración de Mercado de Miel Crema en la Región de Coquimbo”.

3. SECTOR:

Agroalimentario - Apícola.

4. PRODUCTO(S):

Crema Miel o Miel Batida.

4.1. Resolución (es) Sanitarias:

Número 522, Servicio de Salud Región de Coquimbo del 22 de Octubre del 2008.

Adjuntar en el Anexo IV la copia de la Resolución Sanitaria

5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

REGION	LOCALIDAD
CUARTA	LOS CLONQUIS

6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	JULIO DEL 2009
FECHA DE TÉRMINO	DICIEMBRE DEL 2009
DURACIÓN (Máximo 6 meses)	6 MESES.

7. RESUMEN DE COSTOS Y APORTES:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

8. IDENTIFICACION DE LAS EMPRESAS POSTULANTES (Completar Anexos I y II)

NOMBRE EMPRESA	GIRO / ACTIVIDAD	RUT EMPRESA	REPRESENTANTE LEGAL	FIRMA
Jaquelina Olivares Luna	Apícola		Jaquelina Olivares Luna	

9. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE (En el caso de postulaciones de más de una empresa, identifique la responsable):

NOMBRE EMPRESA	Jaquelina Olivares Luna, Apícola La Cumbre.
----------------	---

10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

NOMBRE	Jaquelina Olivares Luna
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

11. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA INICIATIVA (Completar Anexo III)

NOMBRE	Wilson Muñoz Muñoz
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

12. CARACTERISTICAS DE LA(S) EMPRESA(S) POSTULANTE(S)

12.1. En el caso de postulaciones asociadas definir la actividad de cada empresa y el grado de articulación y complementariedad

La empresa de la señora Jaquelina Olivares es una empresa familiar, en donde participa su esposo e hijos, permaneciendo por más de 5 años en el rubro apícola mediante el servicio de polinización y venta de miel al por mayor. La empresa y sala de procesos está ubicada en el sector precordillerano de Los Clonquis, comuna de Monte Patria, en donde la flor nativa y aire limpio hacen de sus productos agropecuarios sean preciados en los consumidores y clientes de la región. En su terreno agrícola posee especies vegetales destinadas a la alimentación de las abejas, contando ya con alrededor de 500 colmenas. En sus comienzos la empresa destinaba su recurso apícola de preferencia a la polinización, sin embargo en estos últimos años comenzó a comercializar miel al por menor en su punto de venta en la Localidad de Los Clonquis y por contactos directos. El año 2008 integra el Programa Limarí Emprende, en el cual participa en ferias comerciales en distintas ciudades del país, por lo que dio inicio a su plan de marketing, presentando publicidad y productos “La Cumbre” en tres presentaciones, miel, arrove de miel y miel crema.

NOTA. Si postulan varias empresas en forma conjunta, cada una deberá llenar por separado los puntos 12.2 y 12.3 de este formulario.

12.2. Experiencia comercial

Nombre de la Empresa postulante: Apícola La Cumbre: Jaquelina Olivares Luna.

- **Productos exportados**

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	MONTO DE LAS VENTAS (\$)		AÑO INICIO DE ACTIVIDADES	PAISES DE DESTINO
	2006	2007		

NOTA: En el Anexo IV adjunte el balance y declaración de impuestos del año 2006 y 2007.

- Describa los acuerdos comerciales establecidos

- Productos vendidos en el territorio nacional

IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	MONTO DE LAS VENTAS (\$)		AÑO INICIO DE ACTIVIDADES	TIPOS DE COMPRADORES (1)
	2007	2008		
Miel	2.000.000	3.000.000	01-01-1995	Mayoristas, ferias.

(1) Supermercados, distribuidores, mayoristas, tiendas especializadas, ferias.

NOTA: En el Anexo IV adjunte el balance y declaración de impuestos del año 2006 y 2007.

- Describa los acuerdos comerciales establecidos

Los acuerdos comerciales se han comenzado a tratar sólo a fines del año 2008, todo lo anterior ha sido por venta al por mayor a IRACH y exportadores de la zona central, hasta que el Servicio Agrícola y Ganadero se pronunció por concepto de las exigencias de la Unión Europea para la exportación de miel a Europa. Por ende, los años 2007 y 2008 las ventas se han efectuado a nivel local y a empresarios de la región.

12.3. Otros antecedentes

13. DESCRIPCION DEL PRODUCTO

NOTA. Si postulan varias empresas en forma conjunta, cada una deberá llenar por separado el punto 13 de este formulario.

Describa las 3 principales características y /o atributos de su producto

1. Producto Natural.
2. Producto Innovador en la IV Región (Crema Miel con Hierbas Medicinales).
3. Producto como tal no presente en el mercado formal.

14. ANTECEDENTES DE MERCADO OBJETIVO DEL PRODUCTO (máximo 500 caracteres)

NOTA. Si postulan varias empresas en forma conjunta, cada una deberá llenar por separado el punto 14 de este formulario.

Se debe describir en forma precisa y con antecedentes reales y no sobre la base de supuestos. Si es necesario, complementa esta información en el Anexo V.

La propuesta de este producto es penetrar en el mercado de tiendas especializadas y Retail nacional, para ello ya se han enviado muestras a Tiendas gourmet de la región metropolitana, esperando respuesta a la fecha para concretar acuerdos comerciales. En tanto, la empresa ha comenzado a ejecutar su plan de marketing, teniendo en consideración captar el real grupo consumidor de la población. La empresa continúa teniendo los clientes mayoristas, por la eventualidad que el ingreso al mercado gourmet no fuese satisfactorio para sus expectativas financieras. La miel al ser un alimento funcional y nutracéutico, se tiene conversaciones con farmacias locales que pueden ser clientes del producto. La capacidad técnica de la explotación apícola de la empresa le otorga una solvencia para poder ofertar un volumen de productos y concretar acuerdos comerciales, sin temor al no cumplimiento de compromisos de entrega. El mercado de la miel está en auge y existe una política de gobierno para aumentar el consumo de miel a nivel Nacional, pensamos en un Chile Apícola, y de esta forma que la empresa espera obtener un retorno del consumidor, ofreciendo e éste un nuevo producto con las mismas características del original.

II. PROPUESTA TECNICA

15. JUSTIFICACION GENERAL DE LA PROPUESTA (máximo 800 caracteres)

La planta de cosecha y envasado de la empresa, posee las condiciones técnicas para preparar una oferta de productos apícolas, productos que existen en gran cantidad en la región, por ello, Apícola La Cumbre estima necesaria la innovación y el riesgo para ser competitivos pretendiendo evaluar la aceptación de Miel crema sola y miel crema con hierbas medicinales aromáticas en la población de la Cuarta región y la factibilidad técnica de su ingreso al mercado formal de tiendas especializadas o Retail. Se cuenta con un formato de envase y etiquetado, el cual debe ser evaluado por el potencial consumidor, con el propósito de recopilar toda aquella información necesaria para hacer de CREMIEL un producto de fácil consumo, esta parte se resolverá con el sondeo a realizar en el proyecto. Una vez terminado este, se diseñarán una serie de imágenes gráficas para el envasado del producto y en diferentes tipos de envase, los que serán presentados al público en puntos de promoción y en ferias agroturísticas, en donde se rescatará toda la opinión del potencial consumidor.

La empresa es la única microempresa apícola del sector rural de la Provincia del Limarí que realiza todo el proceso productivo, manteniendo una producción apícola bajo normas de Buenas Prácticas y realizando continuas mejoras. Señal de esto es su ingreso a la comercialización de un producto que reúne todas las exigencias sanitarias. Lo anterior, marca una diferencia con el resto de apicultores existente, puesto que estos venden un producto con bajo valor agregado. Sin embargo son competencia para productos La Cumbre por lo que debe hacerse más notoria esta diferencia para lograr captar consumidores y mercados con mayor poder adquisitivo.

La IV región no posee un producto miel representativo en el mercado retail ni en tiendas Gourmet, por lo que nuestro producto tiene la chance de serlo y hacer característico de esta zona la Miel Crema con aromas.

16. DESCRIPCION DE LA INNOVACION (máximo 500 caracteres)

Describir las características innovadoras que tiene o tendrá el producto, que lo hace o lo hará diferenciado de los otros en el mercado o la estrategia de acceso a los mercados.

La propuesta agroalimentaria de Apícola La Cumbre con la señora Jaquelina Olivares, es innovadora desde el momento de presentarse por primera vez en un envase, miel crema mezclada con hierbas medicinales aromáticas, Menta, Hierba Buena, y otras, que buscan rescatar la esencia de estas plantas y potenciar las características de la miel, proponiendo un producto con mayor facilidad de consumo que la miel tradicional y en un packaging acorde a su uso estimado, apuntando de preferencia a un mercado de consumidores adultos jóvenes y tercera edad. Esto último será resuelto por el estudio de sondaje. Este producto no existe en el mercado, tal vez no existe a nivel mundial, solamente se encuentran recetas de cocina mezclando miel con especias. Es sabido que la miel es utilizada como reemplazante del azúcar, pero las dificultades de su dilución en éste complican al consumidor. Por esto que la solución ha sido tomada por Apícola La Cumbre y desea proponer al consumidor de miel y para aquel que no habitúa hacerlo, un producto de mejor solubilidad en agua fría y caliente, además de adicionarle otra presentación organoléptica y de envasado, pretendiendo hacer de "Cremiel" un producto de uso diario en el desayuno u onces de la mesa chilena.

17. PARA CADA LINEA DE FINANCIAMIENTO**17.1. PLAN DE MARKETING**

La(s) empresa(s) postulante(s) deberá(n) presentar en forma detallada en el Anexo VI el Plan de Marketing que actualmente esta implementando o el proyecto de Plan de Marketing que requiere implementar mediante esta convocatoria. Recuerde incluir también la factibilidad técnica y financiera de la implementación de este Plan de Marketing.

a. Estructura de costos y aportes para Plan de Marketing

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

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

b. Equipo profesional

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo VII las fichas del equipo técnico y el Anexo VIII los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros.

17.2 SONDEO DE MERCADO**a. Objetivos**

General:
Evaluar el Grado de aceptación del Miel Crema en la población de la Cuarta región de Coquimbo.
Específicos: (Máximo 3)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar el Perfil del potencial consumidor de Miel Crema en la IV Región. 2. Evaluar la factibilidad técnica de Miel Crema para penetración al mercado. 3.

b. Metodología

El Sondeo de mercado será ejecutado mediante la puesta en marcha de puntos de promoción y encuesta en sectores estratégico de la región, exterior de supermercados, tiendas gourmet, análisis por especialistas del rubro agroalimentario, participación en ferias agroindustriales y otras, en donde el encargado de dar muestra del producto será un profesional del área cocina, quien mediante una variedad de preparados, dará degustaciones para posteriormente recopilar la opinión del consumidor en una encuesta o entrevistas personal. Las encuestas tendrán un objetivo de determinar la

población potencial de consumidores del producto y todos aquellos cambios posibles de realizar para las mejoras tanto del envasado actual como del producto en sí. Una vez terminado este estudio que se realizará en tres meses, se evaluarán los resultados para presentar un producto ya definido a la siguiente etapa de estudio, formulando un informe técnico con los detalles estadísticos del estudio, lo que será visto por el asesor de gestión de innovación asociado al proyecto. Toda la materia prima para degustaciones y análisis será aportada por la empresa.

c. Actividades por objetivo

Tipo de actividad	Tiempo de Ejecución
Objetivo 1. Establecimiento de puntos de degustación y consulta.	3 meses
Objetivo 2 Participación en Ferias promocionales y reuniones comerciales	3 meses

d. Resultados Esperados e Indicadores

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Establecimiento de puntos de degustación y realización de encuestas para medir grado de aceptación del producto		1
2	Participación en Ferias promocionales. Reuniones con encargados comerciales de tiendas especializadas.		2

e. Estructura de costos y aportes para Sondeo de Mercado

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

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

f. Equipo profesional

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Adolfo González A.	Técnico de Apoyo	Encargado de Sondeo de mercado.
Felipe Bugueño G.	Asesor	Gestor de Innovación. Análisis de información recopilada.
Carolyn Góngora	Administrativo	Coordinación de ejecución de actividades. Contacto con FIA.

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo VII las fichas del equipo técnico y el Anexo VIII los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

17.3 DISEÑOS

a. Objetivos

General:
Mejoramiento de Packaging y marketing de Miel Crema La Cumbre.
Específicos: (Máximo 3)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar las debilidades del Packaging y marketing actual de Apícola La Cumbre. 2. Determinar la presentación final de producto Miel Crema y el marketing para ingreso a mercado.

b. Metodología

<p>Definido con la etapa anterior del estudio la población objetivo para el producto, el diseñador gráfico dispondrá de esta información para comenzar a prepara las diferentes imágenes y tipos de envasado. Estos serán exhibidos en los puntos de promoción dispuestos para su evaluación por el público en general. Todas estas serán registradas en encuestas dirigidas, apuntando básicamente a los cambios tipográficos y a la comodidad del envase para el consumo o traslado del producto. Así mismo la participación en ferias utilizará la misma metodología con las degustaciones al público. Mensualmente se evaluará la información recopilada para realizar los cambios dispuestos, para que estos sean evaluados de la misma manera hasta llegar a un formato e imagen definitiva. Paralelo a esto, los prototipos de envasado e imagen serán presentados a clientes formales con la intención de recibir la evaluación directa por parte del comprador mayorista y sus sugerencias para una mejor penetración del producto al mercado.</p> <p>El tiempo de esta etapa es de tres meses, esperando al final quede concreto la imagen y envase de presentación del producto Miel Crema, lo que quedará registrado en un informe técnico aprobado por el productor.</p>

c. Actividades por objetivo

Tipo de actividad	Tiempo de Ejecución
Objetivo 1. Evaluación mediante encuestas del diseño actual de packaging y marketing Apícola La Cumbre.	1 mes
Objetivo 2 Campaña de Marketing y participación en ferias promocionales con nuevo packaging diseñado.	2 meses

d. Resultados Esperados e Indicadores

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Evaluación de Marketing y packaging actual del producto.		1
2	Campaña publicitaria y Presentación de diseños de imagen y packaging al público en general para evaluación.		2

e. Estructura de costos y aportes para Diseño

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

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

f. Equipo profesional

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Francisco Levancini T.	Empresa de servicios	Encargado de diseños y marketing.
Felipe Bugueño G.	Asesor	Gestor de Innovación. Análisis de Información recopilada.
Carolyn Góngora	Administrativo	Encargada de registros y actividades.

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- a. Coordinador
- b. Asesor o consultor externo
- c. Técnico de apoyo
- d. Administrativo
- e. Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo VII las fichas del equipo técnico y el Anexo VIII los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros.

III. RESUMEN DE COSTOS Y APORTES

18. Presupuesto Consolidado de la Propuesta.

En el caso de que se postule a más de una línea de financiamiento

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

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

19. Calendarización o Carta Gantt por línea de financiamiento

		Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Actividades						
SONDEO DE MERCADO	Establecimiento de puntos de degustación y consulta.	X	X	X			
	Participación en Ferias promocionales y reuniones comerciales.	X	X	X			
	Análisis de Resultados Informe Técnico				X		
DISEÑOS	Evaluación mediante encuestas del diseño y marketing del producto.				X		
	Campaña publicitaria. Encuestas y participación en ferias promocionales con nuevo packaging diseñado					X	X
	Análisis de Resultados Informe Técnico						X

ANEXO I: FICHA DE DATOS DE LA(S) EMPRESA(S) POSTULANTE(S)

Ficha Empresa(s) Postulante(s)

NOTA. Si postulan varias empresas, cada una deberá llenar su ficha de datos.

Nombre de la organización, institución o empresa	JAQUELINA OLIVARES LUNA, APICOLA LA CUMBRE.		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	Cuarta		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
Tipo entidad (A)			

(A) Ver notas al final de este anexo

(A) Tipo de entidad

Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas
Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores pequeños
Organización o Asociación de Productores mediano-grande
Empresas productivas y/o de procesamiento
Sin clasificar

ANEXO II: FICHA DE DATOS PERSONALES REPRESENTANTE LEGAL**Ficha Representante(s) Legal(es)**

NOTA: Se deberá completar esta ficha tantas veces como números de representantes legales participen.

Nombres	Jaquelina del Carmen		
Apellido Paterno	Olivares		
Apellido Materno	Luna		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Apícola La cumbre		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Representante Legal		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Cuarta		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web			
Género	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino <input checked="" type="checkbox"/>
Etnia (A)			
Tipo (B)			

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO III: FICHA DE DATOS PERSONALES COORDINADOR

Ficha Coordinador

Nombres	Wilson Antonio			
Apellido Paterno	Muñoz			
Apellido Materno	Muñoz			
RUT Personal				
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	Apícola La Cumbre			
RUT de la Organización				
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada	<input checked="" type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Encargado de Producción			
Profesión	Técnico Agrícola			
Especialidad	Apicultura - Fruticultura			
Dirección (laboral)				
País	Chile			
Región	Cuarta			
Ciudad o Comuna				
Fono				
Fax				
Celular				
Email				
Web				
Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
Etnia (A)				
Tipo (B)				

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO VI: PLAN DE MARKETING



La productora, con su empresa Apícola La Cumbre, ha diseñado un Plan de marketing acorde al mercado que desea abordar.

1. Análisis de la situación.

1.1 ENTORNO.

Condicionamientos externos socioeconómicos: marco económico, marco legal, marco político, mercados, intermediarios, evolución de los precios, centros de contratación, situación de la competencia, niveles de consumo.

La Empresa Apícola La Cumbre, se encuentra en un contexto apícola competitivo a nivel regional y nacional, en donde los mercados se encuentran en un dinamismo comercial que provoca cambios en los precios. La empresa se sitúa en un espacio empresarial en donde el trabajo constante lleva a la productividad, teniendo una fuerte competencia con productos similares y a precios inferiores, los que se deben enfrentar con una propuesta comercial agresiva que reúna una imagen atractiva para el consumidor o cliente intermediario, con un valor comercial que refleje el consumidor objetivo.

1.2 EMPRESA.

Conocimiento de los recursos de que dispone (capacidad productiva, recursos financieros, mano de obra disponible, localización, desarrollo tecnológico. Evaluación de la estrategia actual de marketing que lleva a cabo la empresa.

La empresa apícola presente, posee una base familiar operativa, sin embargo utiliza mano de obra local en épocas de mayor trabajo. La sala de cosecha y envasado ha sido implementada de tal forma de ser capaz de proveer a los clientes de mejor manera. El sector en donde se ubica la planta es el sector precordillerano de Los Clonquis, situado en el Valle interior del Río Rapel, comuna Monte Patria, punto que se utilizará como valor agregado al producto miel en el marketing que se ejecutará, buscando que la miel refleje las características de la localidad y que el consumidor lo vea reflejado en su packaging. La empresa actualmente ha tratado de llevar esta idea en su envasado e imagen de producto, sin embargo no ha provocado lo esperado por los productores, aunque la exposición del producto ha sido débil, lo que explicaría esta reacción.

Fuentes de información

1) Internas: La administración y constante autoevaluación empresarial de Apícola La Cumbre le mantiene en constante vigilancia de las mejoras en el rubro apícola y del mercado en general.

2) Externas:

a) **Secundarias.** Aquellas dispuestas por la competencia y el directo consumidor.

b) Primarias:

- **Observación.** Apícola La Cumbre con el sondeo de mercado estima rescatar las características adecuadas para introducir a mercado un producto con la mayor cantidad de virtudes demandadas por el consumidor.

- **Experimentación:** El constante cambio de imagen y presentación del producto, como su calidad organoléptica irán siendo evaluadas y sujetas a cambios según la preferencia del consumidor, la que serán obtenidas del muestreo o sondeo realizado.

- **Encuesta.** Este método es la base estadístico de recopilación de información. El marketing estará sujeto a lo que en ella se refleje, por lo que es parte fuerte del trabajo a realizar la exposición del producto y la captura de la reacción de la población ante tal producto.

2. Objetivos

- De Empresa. Capturar un mercado consumidor y una línea gourmet de comercialización.
- De Marketing Instaurar una imagen atractiva del producto y posicionarlo como oferta para el potencial consumidor a nivel regional.

3. Plan de Marketing

- Política de producto. Producto elaborado con materia prima 100% natural.
- Política de precios: precios para un consumidor con poder adquisitivo medio.
- Política de distribución. Al detalle y entrega en altas cantidades.
- Política de comunicación: visual y radial, uniendo las características del producto con su lugar de origen.

4. Programa de Implantación

El Plante de Marketing ya está siendo aplicado, puesto que actualmente existe una evaluación indirecta del packaging y marketing utilizado por la empresa, si bien no se ha rescatado la información de la manera sugerida en esta propuesta, los productores ya han reunido ciertas deferencias de los consumidores con su producto. La iniciativa de sondear con un objetivo técnico y de competitividad, será propicio para comenzar a reunir todos los aspectos técnicos que al producto mejoren y a su vez encausar la campaña de marketing paralela a diseñar y ejecutar. La información captada desde encuestas, entrevistas, análisis hedónicos, etc., darán pie a una nueva

presentación o formato del producto innovador, direccionando a éste hacia la satisfacción de un consumidor, quien indirectamente estará elaborando un producto nuevo para su paladar. La suma de estos antecedentes más las cualidades y características del producto propiamente tal y la particularidad de su lugar de origen darán realce a un marketing que involucrará materias primas naturales y un fin alimentario o nutracéutico que buscará aumentar el consumo de miel o miel crema en la región de Coquimbo.

ANEXO VII: FICHAS EQUIPO TECNICO

Complete esta ficha para cada integrante del Equipo Técnico por línea de financiamiento.

LINEA DE FINANCIAMIENTO:	
FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES	
Nombre completo	Francisco Levancini Toledo
RUT	
Fecha de Nacimiento y lugar	
Nacionalidad	Chileno
Dirección particular (indicar comuna y región)	
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Género (Masculino o femenino)	Maculino
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameña, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	
ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)	
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Particular
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	
Cargo que ocupa en la empresa o institución a la que pertenece	Representante legal
Profesión	Diseñador Gráfico, Diplomado en Motion HD.
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	
Fono y Fax comercial	
E-mail	
Clasificación de público o privado	Privado

LINEA DE FINANCIAMIENTO:	
FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES	
Nombre completo	Felipe Bugueño Gutiérrez
RUT	
Fecha de Nacimiento y lugar	
Nacionalidad	Chileno
Dirección particular (indicar comuna y región)	
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Género (Masculino o femenino)	Maculino
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameña, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	
ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)	
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Particular
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	
Cargo que ocupa en la empresa o institución a la que pertenece	Representante legal
Profesión	Médico Veterinario, Diplomado en Gestión de la Innovación y Transferencia Tecnológica.
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	
Fono y Fax comercial	
E-mail	
Clasificación de público o privado	Privado

LINEA DE FINANCIAMIENTO:	
FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES	
Nombre completo	Patricio González Araya
RUT	
Fecha de Nacimiento y lugar	
Nacionalidad	Chileno
Dirección particular (indicar comuna y región)	
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Género (Masculino o femenino)	Masculino
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameña, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	
ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)	
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Particular
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	
Cargo que ocupa en la empresa o institución a la que pertenece	Representante legal
Profesión	Técnico Nivel Superior de Cocina Internacional.
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	
Fono y Fax comercial	
E-mail	
Clasificación de público o privado	Privado