



CHILE LO
HACEMOS
TODOS



FORMA DE PARTES 2 FIA
RECEPCIONADO
Fecha 17 OCT 2018
Hora 15:32
Nº Ingreso 52210



GOBIERNO
REGIONAL
REGIÓN DE ANTOFAGASTA
¡Más región, mejor calidad de vida!



*Manabases BOP
MGB*

PLAN OPERATIVO F UPP 73 01

MODIFICACION N°1

Nombre iniciativa:	Desarrollo e Implementación de Plan de Marketing para agregar valor a los productos generados por la comunidad de socaire
Ejecutor:	Comunidad Atacameña de Socaire
Código:	IMA-2017-0361
Fecha:	09.10.2018





GOBIERNO REGIONAL
REGIÓN DE ANTOFAGASTA
¡Más región, mejor calidad de vida!

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	15
4. Anexos.....	17
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	21

I. Plan de trabajo

1. Antecedentes generales del proyecto

ETAPA I

1.1. Nombre del proyecto

Desarrollo e implementación de plan de marketing para agregar valor a los productos generados por la Comunidad de Socaire

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

Sector	Agrícola
Subsector	Hortalizas y Tubérculos
Rubro	Hortalizas de hoja

1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	06 de Noviembre de 2017
Fecha término	30 de Enero de 2019
Duración (meses)	15

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

Región(es)	Antofagasta
Provincia(s)	El Loa
Comuna(s)	San Pedro de Atacama

M
D.

1.5. Producto

Identificar Producto: Indicar las características y/o atributos del producto	Los atributos de las lechugas producidas por la Comunidad Atacameña de Socaire son diversos y todos ellos pueden ser relevados para su valorización por parte del mercado. Entre éstos cabe señalar, que son productos locales que se producen y comercializan dentro de una distancia de menos de 100k lo cual asegura que son productos frescos, que son producidas bajo un sistema hidropónico lo cual permite hacer un uso eficiente del recurso hídrico reciclando el agua, son producidas por una comunidad de pequeños productores usuarios de INDAP que se organizaron para sacar adelante este proyecto productivo como comunidad, que son producidas a una altura de 3.500 msnm lo cual confiere un esfuerzo y desarrollo mayor para lograr el objetivo, que son productos de alta calidad ya que los productores se han capacitado para producir y operar las instalaciones, que se producirá todo el año, lo cual le da estabilidad a los clientes, que el equipo de trabajo conformado por mujeres jóvenes son un ejemplo para incentivar que los jóvenes busquen alternativas para desarrollarse en los sectores rurales.
N° de Resolución	En trámite, pronto a obtenerse.

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
X	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)
X	Página web
	Diseño de mailing
X	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	Comunidad Atacameña de Socaire
Giro	Otros productos agrícolas
Rut	
Nombre completo representante legal	Daniel Wildo Varas Varas

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

Entidad prestadora de servicios	
Nombre completo o razón social	DA Centro Creativo Ltda.
Giro	Diseño gráfico, Producción de eventos, servicios de publicidad, asesoría y exportación de servicios
Rut	
Nombre completo representante legal	Andrea González S.

Coordinador Entidad Prestadora de Servicios	
Nombre Completo	Andrea González
Teléfono	
E-mail	

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

Nombre completo	Alvaro Antonio García Morales
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

Lograr que la Comunidad Atacameña de Socaire, consolide la producción de lechugas frescas crespas de Variedad Granite, de sus dos invernaderos, maximizando la producción y venta. Para esto la Comunidad buscará que se diferencien y tengan valor agregado, como producto y como servicio, que sea reconocido y pagado por los clientes, hoteles, restaurantes, cocinerías y almacenes de la zona de San Pedro de Atacama y alrededores, y supermercados de la Región de Antofagasta, mediante la elaboración y ejecución de un Plan de Marketing especializado, que indique las estrategias y acciones a seguir en el corto y mediano plazo.

2.1.2. Objetivos específicos³

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Elaborar plan de marketing para lechugas y hortalizas de hoja de la Comunidad Atacameña de Socaire.
2	Implementar el plan de marketing elaborado para las lechugas de la Comunidad Atacameña de Socaire para crecer en el mercado de restaurantes, hoteles y cocinerías de San Pedro de Atacama y alrededores.
3	Habilitar analíticamente la producción de lechugas de Socaire para poder acceder a Supermercados de Calama.

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.



2.2. Resultados esperados

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)	Fecha alcance Resultado
1	1. Investigación e información secundaria levantada	30 / Nov /2017
1	2. Análisis del entorno terminado	30 / Nov / 2017
1	3. Plan a futuro para implementar plan de marketing	30 / Nov / 2017
1	4. Informe Preliminar	20 / Diciembre / 2017
1	5. Indicadores para medir satisfacción y control con factibilidad técnica y financiera de empresa para ejecutar actividades	30 / Enero / 2018
1	6. Informe Final elaboración Plan de Marketing	12 / Febrero / 2018
2	7. Procesos mejorados o transformación (proceso de venta y contactabilidad semanal – ficha de producto)	30 / Noviembre / 2018
2	8. Diseños o re-diseños realizados	7 / Diciembre / 2018
2	9. Impresión de envases, etiquetas y brandeo.	15 / Enero / 2019
2	10. Estrategia de promoción y/o comunicación ejecutada.	20 / Enero / 2019
3	11. Análisis de laboratorio requerido por Supermercados.	15 / Noviembre / 2018
1, 2 y 3	12. Informe Final Implementación Plan de Marketing ejecutado.	30 / Enero / 2019

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.	Septiembre / 2018
	Resolución Sanitaria obtenida. (Última información solicitada por la autoridad fue entregada a fin de Agosto). Solo pedían un plano, como formalidad del proceso, por lo cual es cuestión de tiempo su aprobación. Por lo mismo se asume, aprobación ahora en el mes de Octubre)	Octubre / 2018
Etapa 2: Implementación del Plan de Marketing.	Análisis de laboratorio o certificación realizada.	Octubre / 2018
	Mejoramiento de procesos o transformación.	Octubre / 2018
	Re-diseños	Diciembre / 2018

* 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.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

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	7	Definición Proceso de venta y contactabilidad semanal de los Clientes para entregas / Informes de Control a ser realizados por parte del equipo de DA con información e interacción con el equipo de trabajo de la Comunidad de Socaire y del proyecto.	Procesos mejorados o transformación: - Definición Proceso de venta y contactabilidad semanal de los clientes para entregas / Informes de Control. - Desarrollo de Ficha técnica de producto
2	8	Se desarrollará con la información obtenida del Plan de Marketing realizado en la etapa 1 de este proyecto, visita y sesión en terreno de equipo de 2 personas a Socaire y el intercambio de información y opiniones entre la Coordinación y equipo de trabajo de la Comunidad de Socaire. Se realiza un 1er diseño por DA, luego lo revisa el equipo del proyecto, DA lo rediseña y efectúa comentarios o fundamentos respectivos, luego una 2da revisión final con aprobación de equipo de proyecto; y luego se produce lo diseñado en la próxima etapa (impresión, desarrollo y/o puesta en marcha).	a) Construcción del relato del producto y la Comunidad. b) Imagen: - Rediseño de expresión visual alineada con nuevo posicionamiento de marca. - Diseños de elementos corporativos (tales como tarjetas de visita, hoja carta y firma de correo). - Entrega de Brandbook de marca y normas corporativas. - Definición de estilo de comunicación. c) Propuesta e implementación de plan comunicacional con nueva imagen y línea gráfica en siguientes piezas: - Diseños o re-diseños realizados: - Table Tent cartel (para mesa) para Restaurantes - Folletería (díptico) para Mesones de Hoteles y hostales (Tamaño flyer). - Ficha Técnica - Página Web, Sitio informativo; que

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

			<p>contenga el relato; de contacto; no es un sitio transaccional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gráfica Camión (actualmente solo tiene el logo). - Gráfica de Carro Entrega (burrita). - Uniformes (chaqueta y polera) y jockey. - Sticker para bolsas de Lechugas - Bolsas biodegradables de Lechugas (venta público).
2	9	Esta etapa se realiza posterior a cada uno de los diseños o reformulaciones planteados en actividades anteriores de este proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> - Bolsas BIODEGRADABLES de lechugas + impresión: 50.000 unidades. - Sticker para bolsas de lechugas: 50.000 unidades - Impresión de Dípticos para Restaurantes (500 unidades). - Impresión de TABLE TENT para Restaurantes (200 unidades). - Brandeo de burrita (1 gráfica autoadhesiva). - Brandeo de camión entrega lechugas; ambos costados y puerta trasera.
2	10	Revisión final de todos los productos entregados y su combinación en un trabajo mancomunado en pos del objetivo general planteado.	Estrategia de promoción y/o comunicación ejecutada.
3	11	Realización de análisis de laboratorio en entidades certificadas como tal, enviando las muestras desde Socaire a las sedes respectivas para su recepción y análisis. Posterior verificación de resultados y contrastación con cumplimiento de normas de cada supermercado que lo haya indicado.	<p>Análisis de laboratorio o certificación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agua riego norma nch1333 completa, - multiresiduos general + ditiocarbamatos - E. Coli (ufc) - Salmonella (vidas) - Envío de material norma 1333 (kit envases) - Despachos de muestras.
1, 2 y 3	12	Compilación de muestras de los productos generados físicos o fotos o digitales, según corresponda y su evaluación por parte del equipo del proyecto.	Informe Final Implementación Plan de Marketing ejecutado.

(Handwritten mark)

(Handwritten mark)

(Handwritten mark)

H F

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

SE ADJUNTA EN PROPUESTA DE ENTIDAD PRESTADORA DE SERVICIO, DA

N° OE	N° RE	Actividades	Año 2018								Año 2019			
			Trimestres								Trimestres			
			Ene-Mar		Abr-Jun		Jul-Sept		Oct-Dic		Ene-Mar			
2	7	Definición Proceso de venta y contactabilidad semanal de los Clientes para entregas / Informes de Control.						X	X	X				
2	8	a) Construcción del relato del producto y la comunidad							X	X				
2	8	b) Imagen: b.1.) Rediseño de expresión visual alineada con nuevo posicionamiento de marca.							X	X	X			
2	8	b.2.) Diseños de elementos corporativos (tales como tarjetas de visita, hoja carta y firma de correo).								X	X			
2	8	b.3) Entrega de Brandbook de marca y normas corporativas.								X	X			
2	8	b.4) Definición de estilo de comunicación.								X	X			
2	8	c) Propuesta e implementación de plan comunicacional con nueva imagen y línea gráfica en siguientes piezas: - Folleto díptico - Table tent - Ficha técnica - Página Web								X	X	X		

J



GOBIERNO REGIONAL
REGIÓN DE ANTOFAGASTA
¡Más región, mejor calidad de vida!

		<ul style="list-style-type: none"> - Gráfica de camión - Uniformes - Gráfica carro transportador - Sticker de producto (venta restaurantes, almacenes y venta a público) - Bolsas biodegradables de producto. 																			
2	9	<p>Impresión de envases, etiquetas y brandeo de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bolsas BIODEGRADABLES de lechugas + impresión: 50.000 unidades. - Sticker para bolsas de lechugas: 50.000 unidades - Impresión de Dípticos para Restaurantes (500 unidades). - Impresión de TABLE TENT para Restaurantes (200 unidades). - Brandeo de burrita (1 gráfica autoadhesiva). - Brandeo de camión entrega lechugas; ambos costados y puerta trasera. 																	X	X	
2	10	Revisión final de todos los productos entregados y su combinación en un trabajo mancomunado en pos del objetivo general planteado.																			X
3	11	Certificaciones de calidad del agua y de las lechugas para cumplir requerimientos de supermercados.																			X
1, 2 y 3	12	Informe Final Implementación. Compilación de muestras de los productos generados físicos o fotos o digitales, según corresponda y su evaluación por parte del equipo del proyecto.																			X

4. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación ejecutor

Nombre completo o razón social	Comunidad Atacameña de Socaire	
Giro / Actividad	Otros productos agrícolas	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	Comunidad Indígena
Banco y número de cuenta corriente del postulante ejecutor para depósito de aportes FIA		
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF o pesos)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)	0	
Número total de trabajadores	4 (2 dedicados a la producción de lechugas, 2 Administrativos).	
Usuario INDAP (sí / no)	Sí	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo	No tiene	
Fax	No tiene	
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Daniel Wildo Varas Varas	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	No informada.	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Presidente	
Firma representante legal		





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

Nombre completo o razón social	DA CENTRO CREATIVO LIMITADA	
Giro / Actividad	Diseño gráfico-prod. eventos-serv. publicidad, asesoría, exportación serv	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>
	Personas naturales	<input type="checkbox"/>
	Universidades	<input type="checkbox"/>
	Otras (especificar)	<input type="checkbox"/>
Número total de trabajadores	13	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)		
Teléfono fijo		
Fax	No tiene	
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Andrea Isabel González Saiz	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Directora Ejecutiva	
Firma representante legal		



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

Nombre completo	Alvaro Antonio García Morales
RUT	
Profesión	Ing. Agrónomo M.Sc.
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Consultora Tres Robles Ltda.
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Gerente
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	No tiene
Fax	No tiene
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 Isabel González Saiz
RUT	
Profesión	
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	DA CENTRO CREATIVO LIMITADA
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Rep. Legal y Directora Ejecutiva
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	No tiene
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Anexo 5. Plan de Marketing

Plan Operativo
Convocatoria Región Antofagasta 2017
Innovación en Marketing Agroalimentario
20 / 23

