

Gobierno Regional de Tarapacá
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R)
Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

IMA 2016 INFORME TECNICO FINAL (Etapas 1 y 2.)

Código iniciativa
IMA-2016-0819
Nombre iniciativa
IMPLEMENTAR PLAN DE MARKETING PARA PRODUCCION DE HORTALIZAS DE CUARTA GAMA EN LA LOCALIDAD DE PINTADOS, REGION DE TARAPACA
Fecha
16.04.2018

OFICINA DE PARTES 2 FIA RECEPCIONADO	
Fecha	24 MAY 2018
Hora	09:48
Nº Ingreso	49109

I. OBJETIVO

Informar a FIA de los resultados finales e impactos logrados por la iniciativa, de los métodos utilizados y de las modificaciones que se introdujeron; además, del uso y situación presente de los recursos utilizados, especialmente de aquellos provistos por FIA.

Este informe debe **sistematizar e integrar toda la información generada** durante el desarrollo de la iniciativa y los resultados obtenidos en cada una de las etapas más relevantes de su ejecución. Para ello, se requiere especial énfasis en el análisis de los resultados estratégicos que se definieron inicialmente y que darán cuenta de los logros e impactos obtenidos a partir de ellos.

II. FECHA DE REALIZACION

El coordinador de la iniciativa presentará el informe técnico final en la fecha estipulada en el contrato.

III. PROCEDIMIENTO

El informe técnico final deberá ser enviado a FIA en dos copias (original y una copia) y su correspondiente respaldo digital, acompañado de una carta de presentación, firmada por el coordinador de la iniciativa, presentando el informe e identificando claramente la iniciativa con su nombre y código. FIA revisará el informe y dentro de los 45 días hábiles siguientes a la fecha de recepción enviará una carta al coordinador de la iniciativa informando su aceptación o rechazo.

En caso de rechazo, las razones se informarán en detalle. El ejecutor deberá corregir las observaciones dentro del plazo determinado por FIA.

El incumplimiento en las fechas de entrega de informes y correcciones será sancionado con una multa diaria. El monto de esta multa está estipulado en el reglamento denominado "Condiciones Generales de los Contratos de Aporte", el cual forma parte del Contrato de Ejecución.

En caso de fuerza mayor, se podrá solicitar la postergación de las fechas de entrega de los informes al ejecutivo encargado, **quien evaluará la pertinencia de dicha solicitud. La solicitud debe ser hecha con anterioridad a la fecha de vencimiento y por escrito.**

IV. CONTENIDO

La información presentada en el informe técnico final debe ser consistente con la información presentada en el informe financiero final.

La información debe ser presentada en forma clara y concordante con los objetivos de la iniciativa. El informe debe incluir los cuadros, gráficos, fotografías, diapositivas, publicaciones, informes de consultoría, material de difusión, material audio-visual y otros materiales que complementen la información y análisis presentados en el texto central; ya sea que hayan sido realizados en el marco de la iniciativa o sobre la base de los resultados obtenidos.

FIA se reserva el derecho de publicar una versión del Informe Final editada especialmente para estos efectos.

El informe técnico final debe incluir como mínimo la información requerida para todos y cada uno de los puntos indicados a continuación, en el orden indicado:

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	GERARDO CORTEZ SANTIBAÑEZ
Coordinador del Proyecto:	Manuel Huerta Pizarro
Regiones de ejecución:	TARAPACA
Fecha de inicio iniciativa:	10.10.2017
Fecha término Iniciativa:	30.03.2018

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

2.1. Estructura de financiamiento

Costo total del proyecto			
Aporte total FIA			
Aporte Contraparte	Pecuniario		
	No Pecuniario		
	Total		

2.2. Detalle aportes entregado FIA y aportes programados Contraparte

Aportes FIA del proyecto		Monto (\$)
Aportes entregados	Primer aporte	
	Segundo aporte	
	Tercer aporte	

3. RESUMEN EJECUTIVO DE LA INICIATIVA

Informar de manera resumida el desarrollo completo de la iniciativa una vez finalizada, con sus objetivos, justificación, actividades realizadas y los principales resultados obtenidos e impactos logrados. Entregar valores cuantitativos y cualitativos. (máximo 1 página).

El proyecto contempló sólo la etapa 2, correspondiente a la implementación del plan de marketing, pues FIA aprobó la etapa 1 del proyecto en el primer llamado a la convocatoria de innovación en marketing agroalimentario (IMA) Tarapacá 2016.

Innovación, empresa prestadora de servicios, genera informe de DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING en dos versiones que sirvieron de insumo para generar el presente informe de proyecto.

La información proporcionada permitió desarrollar el objetivo general del proyecto **Implementar plan de marketing para producción de hortalizas de cuarta gama en la localidad de Pintados.**

Para lograrlo, se cumplió con rediseñar la imagen corporativa de la empresa agrícola don Eliseo. Se generaron dos diseños a partir del logo original de la empresa. A su vez, con on estos nuevo diseños se logró generar las aplicaciones promocionales que fueron incluidas en pendones, tarjetas de visitas y dípticos de la empresa. Por último, se logró generar el formato de packaging más idóneo para la producción de hortalizas de cuarta gama: envases con 90% de transparencia para mejor exhibición del producto. Todos los objetivos fueron logrados en un 100%.

Para lograr todo lo anterior, fue necesario que la empresa prestadora de servicios fuese a terreno y evidenciará las condiciones productivas de la empresa, revisara los actuales medios de difusión, diseñara la difusión más propicia y generará una propuesta de packaging atractiva para los clientes.

Se espera que el rediseño de la marca, genere impactos económicos y sociales positivos para la empresa y su entorno en un periodo de dos años a partir de la utilización de los insumos generados a través de este proyecto.

4. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.

Descripción del grado de cumplimiento de los objetivos generales y específicos planteados originalmente en la iniciativa, en función de los resultados e impactos obtenidos.

Si corresponde, realizar una cuantificación relativa del grado de cumplimiento de los objetivos.

4.1 Objetivo general:

Implementar plan de marketing para producción de hortalizas de cuarta gama en la localidad de Pintados

4.2 Objetivos específicos (OE)

Nº OE	Descripción del OE	% de cumplimiento ¹
1	Evaluar y analizar estrategias para complementar plan de marketing existente.	100
2	Validar implementación de plan de marketing en relación con diseños de marca y envase, y las estrategias de promoción y comunicación.	100
3		
4		
n		

Comparación, descripción y justificación de los objetivos específicos planteados versus los resultados obtenidos (% de cumplimiento¹). Indicar razones que explican las discrepancias.

No hubo discrepancias.

¹ **Porcentaje de Cumplimiento:** El porcentaje de cumplimiento de cada objetivo específico se calcula luego de determinar grado de cumplimiento de los resultados asociados a éstos. El cumplimiento de un 100% de un objetivo específico se logra cuando el 100% de los resultados asociados son alcanzados.

5. METODOLOGÍA

Indicar las actividades y cómo se llevaron a cabo (metodología), asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados.

N° OE	N° RE	Metodología efectivamente utilizada
1	1	Levantamiento en terreno de información referente a los símbolos que proporciona el lugar de producción e impregnarlos en el diseño de una imagen corporativa que interese a los consumidores.
1	2	A partir de la imagen gráfica seleccionada tras el desarrollo del objetivo n° 1, quedó a disposición del ejecutor el diseño de marca para ser incorporada en aplicaciones digitales que pudiese gestionar. Se le recomendó incorporarlo en todos los medios de comunicación digital y físicos al que pueda acceder.
2	1	Se generará 3 propuestas de formatos de envasado para que el empresario determine a mayor satisfacción para posteriormente generar una maqueta de packaging.
Describa las modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta.		
No hubieron discrepancias en la metodología propuesta y la que se llevó a cabo para lograr los objetivos		

6. RESULTADOS ESPERADOS (RE) OBTENIDOS

6.1. Cuantificación de los Resultados esperados obtenidos

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				
			Nombre del indicador	Meta del indicador	Resultados obtenidos	Medio de verificación ²	% de cumplimiento
1	1	Rediseñar imagen corporativa de Agrícola don Eliseo	Propuestas de imagen corporativa	1	Imagen corporativa rediseñada	Anexo 1	100
1	1	Estrategia de promoción y comunicación para la empresa	Estrategia de comunicación	7	Aplicaciones promocionales	Anexo 2	100
2	1	Propuestas de Prototipo de packaging de cuarta gama	Prototipo de packaging	1	Prototipo de packaging	Anexo 2	100

² Se debe adjuntar Anexo 1, Medio de verificación.

Describa y justifique detalladamente los principales resultados del proyecto, incluyendo su análisis de los resultados obtenidos.

Objetivo 1, resultado 1: Rediseñar imagen corporativa de Agrícola don Eliseo

Se realizó evaluación en terreno para desarrollo de marca gráfica y packaging. De ello se obtuvo información de las actividades propias del agricultor y del sector de producción, las cuales se plasmaron en las propuestas de la imagen corporativa presentadas al ejecutor.



Figura 1. Sector de producción, productos e Infraestructura disponible para proceso.

En cuanto al logo que actualmente posee la agrícola Don Eliseo (figura 2), se evidenció que no se ha incorporado como medio de difusión de los productos ofrecidos.



Figura 2. Logo actual de la empresa.

Resultado obtenido:

A continuación, en la figura 3, se observa el rediseño de la imagen corporativa para la

Agrícola don Eliseo en dos formatos seleccionados por el ejecutor de la iniciativa.



Figura 3. Formatos de imagen corporativa para Agrícola Don Eliseo

Objetivo 1, resultado 2, Estrategia de promoción y comunicación para la empresa

De las imágenes corporativas generadas en el proyecto, el ejecutor decidió continuar con la alternativa 2. A partir de la imagen gráfica seleccionada se realizaron maquetas para la confección de aplicaciones como pendón roller, pendón sobremesa, tarjeta de visita y díptico (anexo 2).

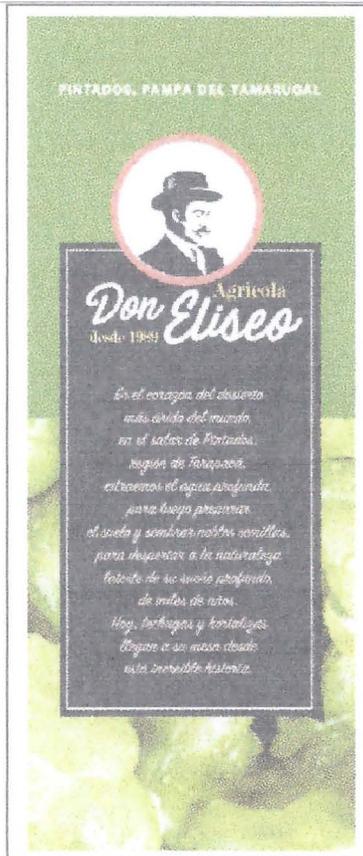


Figura 4. Pieza promocional pendones

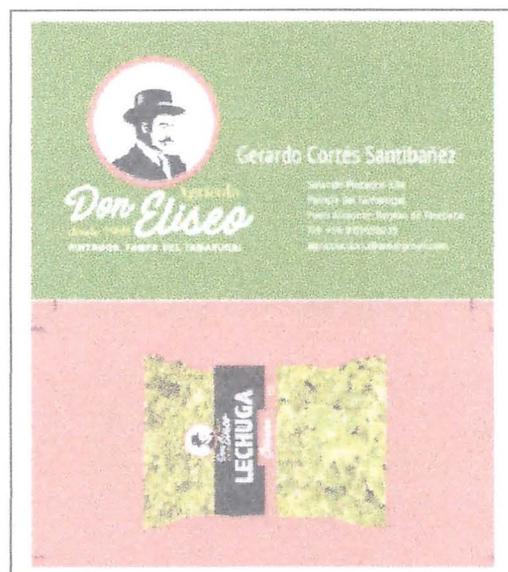


Figura 5. Pieza promocional tarjeta de visita

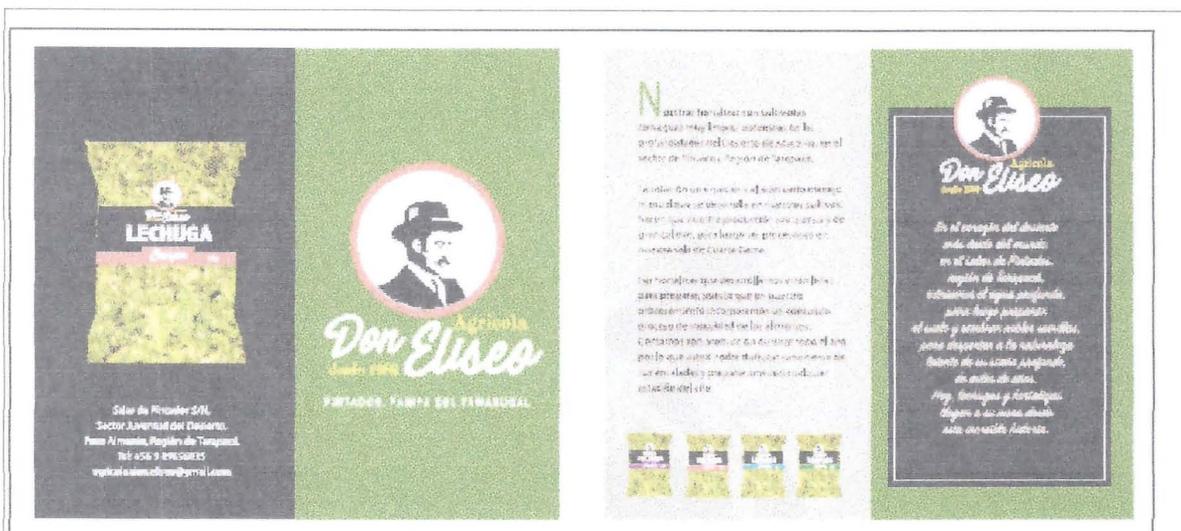


Figura 6. Pieza promocional díptico.

Objetivo 2, resultado 1: Propuestas de Prototipo de packaging de cuarta gama

Se generó una propuestas de packaging genérica para hortalizas de cuarta gama a la que se insertará la imagen corporativa. Se caracteriza por la transparencia del envase (90%) para mayor exhibición del producto y por su color diferenciador entre variedades de la especie.



Figura 7. Alternativa de marca aplicada al envase, variante 1.



Figura 8. Alternativa de marca aplicada al envase, variante 2.



Figura 8. Alternativa de marca aplicada al envase, variante 3.

Información técnica envase

Bolsas son de polietileno de baja densidad, con o sin microperforaciones. El polietileno es atóxico, transparente y buena barrera al vapor de agua evitando de esta manera la deshidratación de la fruta. Con este tipo de envase microperforado se logra crear una atmósfera modificada, dado que se varía espontáneamente la relación O₂/CO₂ con lo cual se reduce la velocidad de respiración.

Contacto proveedor

Bernardo Sandoval
 WINFLEX CHILE
 +56224315500 / Anexo 527

Indique si ha obtenido resultados adicionales a los planteados en el plan operativo, describa a continuación.
No los hubo.

7. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHA (COMPARATIVO)

Identificar y describir las actividades realizadas (programadas y no programadas) durante la ejecución de la iniciativa.

7.1. Tabla de actividades programadas para la elaboración del Plan de Marketing

Indique sólo las actividades programadas en el plan operativo. Analizar la forma en que se han desarrollado las actividades programadas, debiendo señalar el nivel de cumplimiento de las mismas respecto al Plan Operativo inicial y, en el caso de existir diferencias, las razones que las causaron.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
NO APLICA			

7.2. Actividades de Implementación del Plan de Marketing

Se debe completar una tabla por cada etapa de financiamiento (elaboración e implementación del plan de marketing). Incluir problemas enfrentados cuando corresponda.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
-Visita lugar de producción y proceso	Octubre 2017	logrado	100%	No aplica
revisar medios de difusión utilizados por empresa y potenciales usos de redes sociales	Octubre 2017	logrado	100%	No aplica
Diseño de ppt u otro medio seleccionado para difusión de empresa	Marzo 2018	logrado	100%	Retraso en la entrega de cuota programada

Elaborar en digital propuesta de packaging Y Maquetar prototipo	Marzo 2018	logrado	100%	Retraso en la entrega de cuota programada
---	------------	---------	------	---

7.3. Tabla de actividades no programadas³ realizadas en la iniciativa.
 Informar las actividades que no estaban programadas y justificar su realización.

Actividad no programada		Justificación ⁴
Descripción	Fecha	
NO APLICA		

8. POTENCIALES IMPACTOS

<p>POTENCIAL IMPACTO ⁵</p> <p>A continuación identifique claramente los potenciales impactos que <u>estén directamente</u> relacionados con los resultados obtenidos del proyecto IMA.</p> <p>8.1 Indique los impactos esperados económicos y comerciales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.</p> <p>Estos impactos pueden estar relacionados con mejoras en las condiciones de competitividad y acceso a nuevos mercados, mejoras productivas, económicas y comerciales, como el ingreso bruto, costo del producto/servicio, precio de venta del producto/servicio, redes o nuevos canales de comercialización a nivel local, nacional o internacional, entre otros.</p> <p>Debido a la nula aplicación de marketing en la empresa ejecutora, se visualiza que con el rediseño profesional de la imagen corporativa se generará un impacto positivo en la comercialización de la producción dado que los clientes asociarán la marca con producción de desierto y reducirán su tiempo de búsqueda en los anaqueles. Esto conllevará una una mejorá económica para la empresa.</p>
--

³ Actividades realizadas fuera de lo indicado en el plan operativo inicial.

⁴ Se debe justificar correctamente el porqué se realizó una actividad no programada inicialmente.

⁵ El impacto debe dar cuanto del logro del objetivo de los proyectos IMA, este es: "Apoyar proyectos liderados por medianas, pequeñas y microempresas del sector agroalimentario que requieran un mejoramiento de sus productos a través del desarrollo e implementación de estrategias de marketing innovadoras y efectivas, de manera de contribuir a mejorar las condiciones de competitividad y acceso a los mercados locales, nacionales, o internacionales. De acuerdo a lo anterior, se debe describir los potenciales impactos productivos, económicos y sociales que se generan con el desarrollo de la propuesta.

8.2 Indique los impactos esperados en términos sociales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

Estos impactos podrían estar relacionados con la incorporación de nuevos trabajadores, etnias, usuarios de INDAP, aumentos de sueldos, entre otros.

El posicionamiento en la mente de los clientes traerá consigo una mayor demanda de la producción, lo que se traducirá en mayor requerimiento de mano de obra local. Así mismo, potencialmente se podrían generar convenios de colaboración con agricultores locales que tengan inconvenientes para comercializar su producción.

8.3 Indique los otros impactos esperados dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

Si se logra establecer convenios de colaboración con tres agricultores (ante aumento de las ventas), se estará en condición de exigir a cada productor asociado que toda la producción se efectúe bajo normas de buenas prácticas agrícolas, logrando con ello establecer protocolos de producción menos contaminantes y más eficientes en el uso del recurso hídrico.

9. PRODUCTOS OBTENIDOS.

De acuerdo a los resultados obtenidos, identifique cuales fueron los nuevos productos generados, como: Etiquetas, envases, carteles publicitarios, trípticos, demos, entre otros.

Se debe adjuntar imágenes de los mismos, anterior y posterior al desarrollo del IMA en el **Anexo 2**.

VER ANEXO 2.

10. PROBLEMAS ENFRENTADOS

En la siguiente tabla debe indicar los problemas enfrentados durante el desarrollo de la iniciativa y las medidas tomadas para solucionarlos, de acuerdo al origen de los problemas: legales, técnicos, financieros, administrativos y de gestión, entre otros.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación (comente si las medidas tomadas lograron resolver el problema enfrentado)

Retraso en la entrega de recursos económicos para implementación de la iniciativa	Acuerdos con la empresa prestadora de servicios para que realizará las actividades con dineros propios.	Se logró adelantar acciones mientras se traspasaban las cuotas de FIA.
---	---	--

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

<p>11.1 ¿Considera que los resultados obtenidos permitieron alcanzar el objetivo general del proyecto?</p>
<p>Se logró dar cumplimiento al objetivo del proyecto. Ello permitió que el ejecutor quedase satisfecho con la generación de una imagen corporativa en la que se reflejase el espíritu de la producción, la geografía y cultura del sector. En este sentido, los resultados lograron proporcionar al ejecutor una propuesta gráfica que pudo ser incorporada a piezas promocionales y comunicacionales. Se logró generar un formato de packaging ideal para la comercialización de los productos.</p>

<p>11.2 ¿Cómo fue el funcionamiento del equipo técnico del proyecto?</p>
<p>En todo momento el funcionamiento fue adecuado, con una comunicación fluida entre ejecutor-coordinador- prestadora de servicios. La empresa prestadora de servicios proporcionó un trabajo muy profesional en cada momento solicitado.</p>

<p>11.3 ¿Tuvo dificultades o inconvenientes en el desarrollo del proyecto? Indique cómo fueron resueltos.</p>
<p>El desarrollo del proyecto fue satisfactorio. Sólo hubieron retrasos en algunas actividades proyectadas, ya que no se logró contar con los recursos económicos de manera más oportuna. Afortunadamente se logro dar inicio a las actividades, gracias a la disposición de la empresa prestadora de servicios de incurrir en los gastos iniciales con recursos propios.</p>

<p>11.4 En relación a la ejecución del proyecto, ¿tiene alguna recomendación para el desarrollo futuros proyectos IMAs?</p>
--

Excelente disposición de los ejecutivos de FIA para resolver inquietudes técnicas y financieras. Fue notorio el compromiso asumido por la empresa prestadora de servicios y el ejecutor de la iniciativa. Se generaron acuerdo y se cumplieron en plazos y características especificadas.

Sólo sería conveniente resaltar a modo de recomendación, que es necesario que FIA cuente con una plataforma que permita registrar el ingreso de los documentos técnicos del proyecto en formato digital, o de lo contrario, que se permita realizar ingresos de estos mismos documentos en las oficinas de las Secretarías Regionales Ministeriales de Agricultura en vez de ser enviados físicamente a las oficinas centrales de FIA.

11.5 Mencione otros aspectos que considere relevante informar, (si los hubiere).

NO APLICA.

12. ANEXOS

Anexo 1. Medios de verificación.

Anexo 2. Imágenes de los productos obtenidos.

ANEXO 1

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING

AGRÍCOLA DON ELISEO

Salar Pintados

Estado actual

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING
AGRÍCOLA DON ELISEO



Antecedentes
visita a terreno

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING

AGRÍCOLA DON ELISEO



Antecedentes
visita a terreno

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING

AGRÍCOLA DON ELISEO



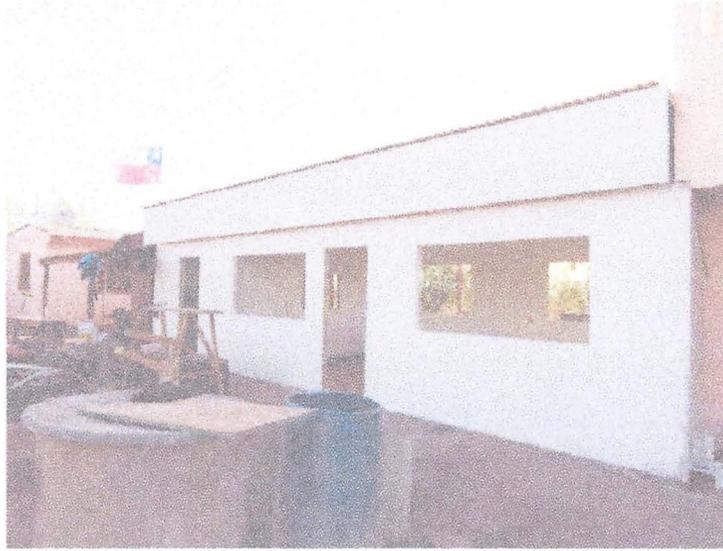
Antecedentes visita a terreno

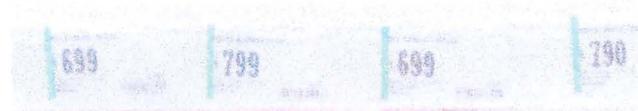
DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING
AGRÍCOLA DON ELISEO



Antecedentes visita a terreno

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING
AGRÍCOLA DON ELISEO



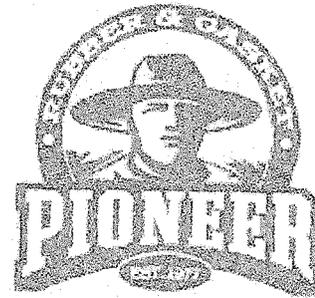


Estado del arte

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING
AGRÍCOLA DON ELISEO

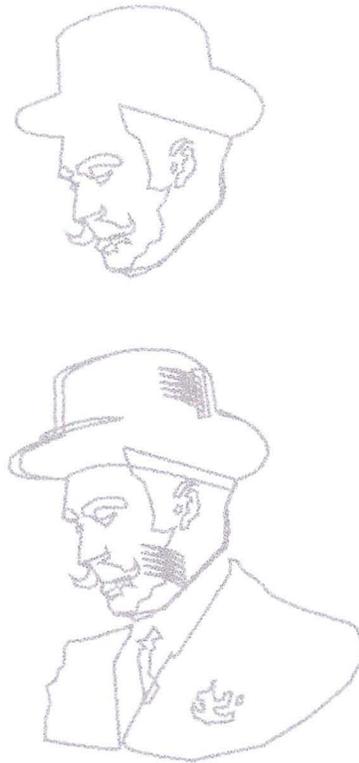


GENTLEMAN
COMPANY TAGLINE



Interpretación
Ilustración
Síntesis

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING
AGRÍCOLA DON ELISEO











Estudio de
color

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING
AGRÍCOLA DON ELISEO



Ejemplo de
Packaging

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING
AGRÍCOLA DON ELISEO



ANEXO 2

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING

AGRÍCOLA DON ELISEO

Salar Pintados

marca gráfica

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING

AGRÍCOLA DON ELISEO

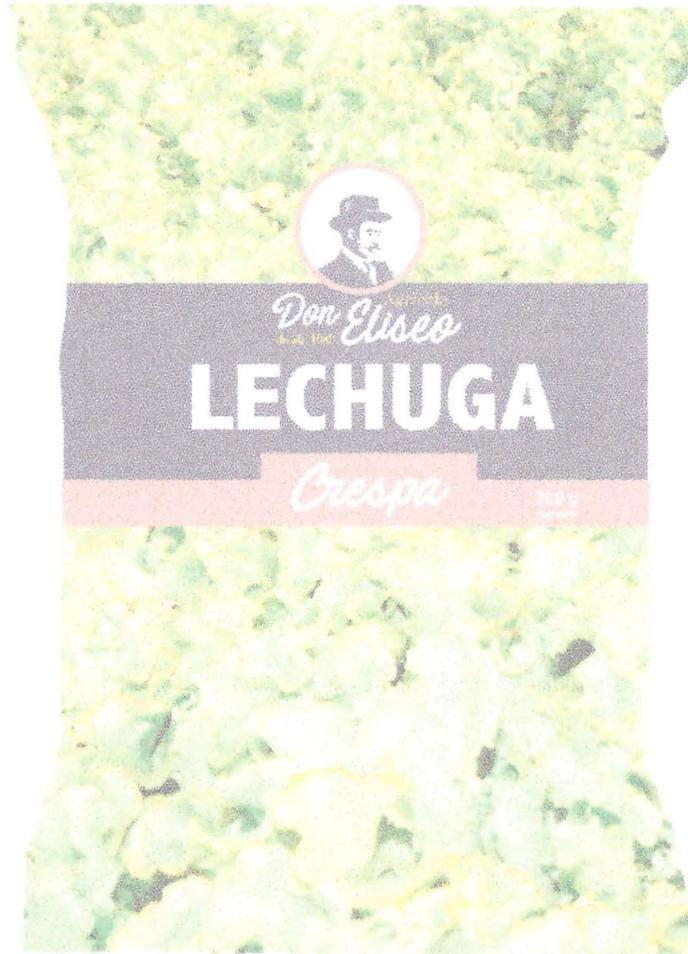


Esta propuesta propone una mayor exhibición del producto ya que la bolsa es un 90% transparente

Alternativas
marca aplicada
al envase

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING

AGRÍCOLA DON ELISEO









PIEZAS PROMOCIONALES



Agrícola
Don Eliseo
desde 1989

PINTADOS, PAMPA DEL TAMARUGAL



Agrícola
Don Eliseo
desde 1981

*En el corazón del desierto
más árido del mundo,
en el salar de Pintados,
región de Tarija,
extraemos el agua profunda
para luego preparar
el suelo y sembrar nobles semillas,
para despertar a la nobleza
latente de su suelo profundo,
de miles de años.
Hoy, lechugas y hortalizas
llegan a su mesa desde
esta increíble historia.*

PENDÓN ROLLER
80cm x 200cm

Pendón
Roller

DESARROLLO DE MARCA GRÁFICA Y PACKAGING

AGRÍCOLA DON ELISEO

PINTADOS, PAMPA DEL TAMARUGAL



Agrícola
Don Eliseo
desde 1981

PENDÓN
SOBREMESA
30cm x 20cm



TARJETA DE VISITA
9cm x 5cm
tiro/retiro

Tiro



Don Eliseo
LECHUGA
 Cucumis

Don Eliseo
 Agrícola
 PINTADOS

PINTADOS. PAMPA DEL TAMARUGAL

Salor de Pintados S/N.
 Sector Juventud del Desierto
 Pazo Alimentos, Región de Tarapacá.
 Tel. +56 9 89676035
 agricola.don.eliseo@gmail.com

Retiro

Nuestras hortalizas son cultivadas en aguas muy limpias obtenidas en las profundidades del Desierto de Atacama, en el sector de Pintados, Región de Tarapacá.

La selección de especies y el adecuado manejo manual que se desarrolla en nuestros cultivos, hacen que nuestra producción sea limpia y de gran calidad, para luego ser procesadas en nuestra sala de Cuarta Grada.

Las hortalizas que desarrollamos están listas para prepararse, puesto que en nuestro procesamiento incorporamos un adecuado proceso de inocuidad de los alimentos. Contamos con un cultivo durante todo el año, por lo que usted podrá disfrutar seguramente de sus ensaladas y preparaciones en cualquier estación del año.




Don Eliseo
 Agrícola
 PINTADOS

*En el corazón del desierto
 más árido del mundo,
 en el sector de Pintados
 región de Tarapacá,
 extraemos el agua profunda,
 para luego preparar
 el suelo y sembrar nobles semillas
 para dar origen a la naturaleza
 frente a su rostro, un mundo
 de miles de años.
 Hoy, lechugas y hortalizas
 llegan a tu mesa donde
 esta increíble historia.*