AÑOS DE INNOVACIÓN AGRARIA

Fundación para la Innovación Agraria
MINISTERIO DE AGRICULTURA

OFICINA DE PARTES 1 FIA
RECEPCIONADO
Fecha 20 FEB 2017
Hora 12:30
Nº Ingreso 36.860

# CONVOCATORIA REGIONAL 2016
# "INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO (IMA)
# REGIÓN DE TARAPACÁ 2016"

## PLAN OPERATIVO

| | |
|---|---|
| Nombre iniciativa: | Rediseño de imagen de marca y plan de marketing para "Kochi Kurruf", productos derivados de la vaina del algarrobo |
| Ejecutor: | Isis Carolina Navarro Carrasco |
| Código: | IMA-2016-0817 |
| Fecha: | 01.02.2017 |

GOBIERNO DE CHILE
SUBDIRECCION
FUNDACION PARA LA INNOVACION AGRARIA

Firma por Fundación para la Innovación Agraria

ALICE ESPINOZA OBIDIC
Asistente de Operaciones
UPP - FIA
Fecha: 01/02/2017

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

Coordinador

NATALIE DEVENIN VERA
Ejecutiva Innovación Agraria
UPP - FIA
Fecha: 02.02.2017

## Tabla de contenidos

Tabla de contenidos ..... 2
I. Plan de trabajo ..... 3
1. Antecedentes generales del proyecto ..... 3
2. Configuración técnica de la iniciativa ..... 5
3. Costos totales consolidados ..... 12
4. Anexos 14
II. Detalle administrativo (Completado por FIA) ..... 19

# I. Plan de trabajo

## 1. Antecedentes generales del proyecto

### ETAPA I

1.1. Nombre del proyecto

Rediseño de imagen de marca y plan de marketing para "Kochi Kurruf", productos derivados de la vaina del algarrobo.

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

| | |
|---|---|
| Sector | Agrícola |
| Subsector | Otros Frutales |
| Rubro | Otros Frutales |

1.3. Período de ejecución del proyecto

| | |
|---|---|
| Fecha inicio | **01.03.2017** |
| Fecha término | **28.02.2018** |
| Duración (meses) | **12** |

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

| | |
|---|---|
| Región(es) | Tarapacá |
| Provincia(s) | Del Tamarugal |
| Comuna(s) | De Iquique y Pozo Almonte |

1.5. Producto

| | |
|---|---|
| **Identificar Producto:** Indicar las características y/o atributos del producto | Productos derivados de la Vaina de Algarrobo.<br>Los productos del árbol de algarrobo son muy apetecidos por sus características asociadas a una alimentación sana y natural en tiendas gourmet. |
| **N° de Resolución** | **En tramite** |

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 |
| | Mejoramiento de procesos de elaboración o transformación de productos |
| X | Diseños (Arquitectura de marca, logotipos, etiquetas, papelería) |
| | Envases y embalajes (búsqueda o desarrollo de un nuevo envase o embalaje que agregue valor al producto) |
| X | Soportes comunicacionales (catálogos, folletos, pendones, otros) |
| | Página web |
| | Diseño de mailing |
| | Estrategias de marketing relacional |
| | 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 | Isis Carolina Navarro Carrasco |
| Giro | Fabricación de productos de la harina de algarrobo |
| Rut | |
| Nombre completo representante legal | Isis Carolina Navarro Carrasco |

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

| Entidad prestadora de servicios | |
|---|---|
| Nombre completo o razón social | **Idea Consultores Ltda.** |
| Giro | **Consultora** |
| Rut | |
| Nombre completo representante legal | **Eduardo Antonio Abarca Lucero** |

| Coordinador Entidad Prestadora de Servicios | |
|---|---|
| Nombre completo o razón social | **Eduardo Antonio Abarca Lucero** |
| Giro | **Consultor** |
| Rut | |
| Nombre completo representante legal | **Eduardo Antonio Abarca Lucero** |

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

| | |
|---|---|
| Nombre completo | Matías Sánchez Monje |
| Teléfono | |
| E-mail | |

## 2. Configuración técnica de la iniciativa

2.1. Objetivos del proyecto

2.1.1. Objetivo general[2]

Diseñar un plan de marketing para definir las mejores estrategias de posicionamiento en el mercado de los productos derivados de la vaina del algarrobo.

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 incremental para la coordinación del proyecto. Su financiamiento será sólo con cargo al aporte de contraparte.

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.

2.1.2. Objetivos específicos[3]

| Nº | Objetivos Específicos (OE) |
|---|---|
| 1 | Identificar y caracterizar a los principales clientes de los productos derivados del algarrobo. |
| 2 | Posicionar los productos derivados del algarrobo del Desierto de Atacama en el mercado nacional. |
| 3 | Identificar a los competidores de los derivados de la vaina de algarrobo. |
| 4 | Caracterizar químicamente los productos para incluir información en etiquetas. |
| 5 | Rediseñar arquitectura de marca, logo, etiquetas y papelería de marca Kochi Kurruf. |
| 6 | Implementar soportes comunicacionales para la marca Kochi Kurruf. |

[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 | Numero de principales clientes a los cuales se puede acceder con los productos. | Mayo 2017 |
| 2 | Mantención y aumento de cuota de mercado de los productos derivados de la vaina de algarrobo. | Mayo 2017 |
| 3 | Estimación del porcentaje de participación que tienen los competidores de los productos derivados de la vaina del algarrobo y estrategia definida de acceso al mercado. | Mayo 2017 |
| 4 | Caracterización proximal de productos de la marca Kochi Kurruf. | Agosto 2017 |
| 4 | Productos de la marca kochi Kurruf con leyenda nutricional. | Noviembre 2017 |
| 5 | Diseño de marca, logo, etiquetas y papelería de marca kochi Kurruf. | Diciembre 2017 |
| 6 | Catálogos, folletos y pendones confeccionados. | Diciembre 2017 |

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 | Junio 2017 |
| 1 | Principales clientes identificados de productos derivados de vaina de algarrobo | Mayo 2017 |
| 3 | Obtención del número de competidores y sus características, además de su participación en el mercado. | Mayo 2017 |
| Etapa 2: Implementación del Plan de Marketing. | | |
| 4 | Análisis proximal de productos de marca Kochi kurruf realizado. | Agosto 2017 |
| 4 | Etiquetas con información nutricional | Diciembre 2017 |
| 5 | Diseño de marca, logo, etiquetas y papelería terminados | Diciembre 2017 |
| 6 | Catálogos, folletos y pendones impresos | Diciembre 2017 |

*** Completar hasta aquí. La siguiente información corresponde a actividades de la etapa dos, que serán definidas posterior a la aprobación del Plan de Marketing.**

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

**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 |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

2.5. 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 2017 | | | | | | | | | Año 2018 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Trimestre | | | | | | | | | Trimestre | | | | | |
| | | | Ene-Mar | | | Abr-Jun | | | Jul-Sept | | | Oct-Dic | | | Ene-Mar | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Indicadores de Impacto (ejemplo: Aumento en las ventas, disminución de costos, generación de empleos nuevos):

| Indicador (Especificar) | Línea base del indicador [8] | Meta del indicador al término de la propuesta [9] | Medio de verificación |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

[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.

## 4. Anexos

**Anexo 1.** Ficha identificación ejecutor

| | | |
|---|---|---|
| Nombre completo o razón social | Isis Carolina Navarro Carrasco | |
| Giro / Actividad | Fabricación de productos de la harina de algarrobo | |
| RUT | | |
| Tipo de organización | Empresas | |
| | Personas naturales | x |
| | Universidades | |
| | Otras (especificar) | |
| Banco y número de cuenta corriente **del postulante ejecutor** para depósito de aportes FIA | | |
| Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF) | 229 | |
| Exportaciones, último año tributario (US$) | | |
| Número total de trabajadores | 2 | |
| Usuario INDAP (sí / no) | si | |
| Dirección **postal** (calle, comuna, ciudad, provincia, región) | San Isidro S/N, Comuna de Pozo Almonte, poblado de La Huayca, Provincia del Tamarugal, Región de Tarapacá | |
| Teléfono fijo | | |
| Fax | | |
| Teléfono celular | | |
| Email | | |
| Dirección Web | | |
| Nombre completo representante legal | Isis Carolina Navarro Carrasco | |
| RUT del representante legal | | |
| Profesión del representante legal | Productor | |
| Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante | Productor | |
| Firma representante legal | | |

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

| | | |
|---|---|---|
| Nombre completo o razón social | IDEA CONSULTORES LIMITADA | |
| Giro / Actividad | CONSULTORA | |
| RUT | | |
| Tipo de organización | Empresas | X |
| | Personas naturales | |
| | Universidades | |
| | Otras (especificar) | |
| Número total de trabajadores | 3 | |
| Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región) | HERNANDO DE MAGALLANES 1260 K VALPARAÍSO | |
| Teléfono fijo | | |
| Fax | | |
| Teléfono celular | | |
| Email | | |
| Dirección Web | | |
| Nombre completo representante legal | Eduardo Antonio Abarca Lucero | |
| RUT del representante legal | | |
| Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante | Director de Proyectos | |
| Firma representante legal | | |

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

| | |
|---|---|
| Nombre completo | Matías Ismael Sánchez Monje |
| RUT | |
| Profesión | Ing. Agrónomo |
| Nombre de la empresa/organización donde trabaja | Independiente |
| RUT de la empresa/organización donde trabaja | |
| Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja | No aplica |
| Dirección **postal de la empresa/organización donde trabaja** (calle, comuna, ciudad, provincia, región) | Av. Proyectada 2120, depto. 1402, Iquique.Tarapacá. |
| Teléfono fijo | |
| Fax | |
| 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 | Eduardo Antonio Abarca Lucero |
| RUT | |
| Profesión | Diseñador / Magíster en Diseño Estratégico © |
| Nombre de la empresa/organización donde trabaja | Idea Consultores Limitada |
| RUT de la empresa/organización donde trabaja | |
| Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja | Director de Proyectos |
| Dirección **postal de la empresa/organización donde trabaja** (calle, comuna, ciudad, provincia, región) | HERNANDO DE MAGALLANES 1260 K VALPARAÍSO, Región de Valparaíso, Chile |
| Teléfono fijo | |
| Fax | |
| Teléfono celular | |
| Email | |
| Firma | |

**Anexo 5.** Plan de Marketing

## I. Resumen Ejecutivo

## II. Análisis del entorno

El análisis del entorno debiera considerar el análisis de los siguientes aspectos:

- Identificación y análisis de la competencia: identificar productos similares en el mercado local o nacional, y reconocer los atributos que la hacen exitosa.
- Análisis de los segmentos y mercado objetivos: señalar a quién va dirigido el producto, es decir, identificación del potencial comprador -colectivo- según su perfil de actividades y segmento socioeconómico.
- Análisis de la demanda y tendencias: identificar cuáles son los productos y tendencias más valorados y cotizados según nuestro consumidor, y cuáles son los atributos que los hacen marcar una pauta dentro del mercado.
- Análisis de provisión del producto y participaciones de mercado
- Conocimiento del producto y sus atributos: responder ¿Cuál es la historia detrás de este producto, su origen?, ¿Cuáles son sus beneficios?, ¿Para la salud, bienestar, experiencia de consumo?, entre otros.
- Análisis de los hábitos de uso del producto: indicar el comportamiento del consumidor ¿Para qué sirve el producto?, ¿Cuándo o en qué momentos se utiliza o consume?, ¿Cómo es su uso?, entre otros.
- Análisis del desempeño de la mezcla comercial y cada una de sus herramientas (4p de la situación actual): analizar la propuesta de marketing en base al producto. Ésta debe ser coherente entre el producto, el precio, el punto de venta/canal de distribución y la promoción –comunicación- para dirigirse correctamente al consumidor y mercado al que se pretende llegar.
- Análisis de los elementos del medioambiente y de contexto relevantes, que considere los aspectos Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST): considerar que esto también forma parte de la agregación de valor del producto y la empresa.
- Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del producto en consideración al mercado actual.

## III. Plan a futuro

Este debiera contener el desarrollo de los siguientes aspectos:

- Objetivos de provisión de servicio
- Objetivos y Estrategia en Marketing
- Estrategia de Posicionamiento (dónde estamos y dónde queremos estar)
- Mezcla de Marketing (4p: producto, precio, plaza, promoción)
- Arquitectura de marca (Principios de la marca – "compromiso" con el consumidor. Identidad de marca, identidad gráfica.)
- Presupuesto.