



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA

# PLAN OPERATIVO P UFF 73 01

## Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

<b>NOMBRE INICIATIVA:</b>	DESARROLLO DE PLAN DE MARKETING PARA PENETRACION Y POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS GOURMET MANKA EN MERCADO RETAIL DE LA ZONA ORIENTE DE SANTIAGO
<b>EJECUTOR:</b>	Marianella Raygada Navarro
<b>CODIGO:</b>	IMA-2009-0359
<b>FECHA:</b>	25 de septiembre de 2009

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACION AGRARIA

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL

OFICINA DE PARTES 2 FIA RECEPCIONADO
Fecha 05 NOV 2009
Hora .....
No Ingreso .....

CODIGO (Uso interno)	IMA-2009-0359
----------------------	---------------

## I. ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

### 1. LINEA(S) DE FINANCIAMIENTO:

PLAN DE MARKETING	X	SONDEO DE MERCADO	X	DISEÑOS	X
-------------------	---	-------------------	---	---------	---

### 2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

DESARROLLO DE PLAN DE MARKETING PARA PENETRACION Y POSICIONAMIENTO DE PRODUCTOS GOURMET MANKA EN MERCADO RETAIL DE LA ZONA ORIENTE DE SANTIAGO
--

### 3. SECTOR:

AGROINDUSTRIAL
----------------

### 4. PRODUCTO(S):

Nueva Línea de productos "Manka Spices": Sales, adobos y deeps
--

### 5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

REGION	LOCALIDAD
Metropolitana	Productiva: Talagante Comerciales: Santiago Centro y Oriente

### 6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	01 octubre 2009
FECHA DE TÉRMINO	31 diciembre 2009
DURACIÓN (Máximo 6 meses)	3 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
Marianella Raygada Navarro	Producción de conservas y mermeladas		Marianella Raygada Navarro	

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

NOMBRE EMPRESA	Marianella Raygada "Manka"
----------------	----------------------------

## 10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

NOMBRE	Marianella Raygada Navarro
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

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

NOMBRE	Alfredo Bustamante
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

## 12. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

**General:**

El objetivo general de la propuesta es aumentar la cuota de mercado de Manka en aquellas empresas retail en que está presente y penetrar en el mercado retail de la zona oriente de Santiago, mercado al que aún no ha accedido en su totalidad.

**Específicos: (Máximo 3)**

1. Aumentar la cuota de mercado en los Líder y Falabella del sector oriente de Santiago pasando de una venta promedio mensual de 571 unidades a aproximadamente 2000 unidades/mes. En sus productos de 210 gramos, manteniendo el precio unitario de venta a las empresas de cada uno de los productos

2.- Penetrar en al menos dos salas del sector oriente de Santiago de los supermercados Jumbo, Tottus y Unimarc, generando un volumen de venta de 600 unidades al mes.

## II. PARA CADA LINEA DE FINANCIAMIENTO

### II.1 PLAN DE MARKETING

#### 1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

#### 2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	01 octubre
FECHA DE TÉRMINO	31 octubre
DURACIÓN	1 MES

#### OBJETIVOS:

General:
El Plan de marketing de MANKA tiene por objetivo definir y expresar de forma clara y sistemática las estrategias a desarrollar por la empresa para asegurar una buena toma de decisiones para su crecimiento a medio y largo plazo
Específicos: (Máximo 3)
Realizar diagnostico de la empresa. Análisis estratégico de la empresa. Desarrollo de marketing estratégico y operativo de la empresa

#### 4. METODOLOGÍA (Detalle el proyecto de Plan de Marketing a desarrollar)

La metodología se basa en un trabajo en terreno por una parte, que permite capturar información directa de las fuentes, y en gabinete con la empresa y el equipo consultor, conociendo la realidad de la empresa sus fortalezas y debilidades permitiéndonos así optar por la mejor opción para asegurar el desarrollo a mediano y largo plazo.

## 5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador cumplimiento	de	Nº del objetivo al que responde
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de mercado y situación actual del producto</li> </ul>			1
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis F.O.D.A.</li> <li>Definición de objetivos estratégicos.</li> <li>Definición de estrategias genéricas.</li> </ul>			2
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>definición de objetivos operativos</li> <li>definición de estrategias de marketing</li> <li>definición de estrategias de marketing</li> <li>Precio, producto, promoción, plaza.</li> <li>Factibilidad técnica-financiera y control</li> </ul>			3

## 5. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

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						
<b>TOTAL</b>						

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

## 6. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Alfredo Bustamante	Coordinador	Coordinador General de la propuesta (Funcionario de la empresa)
Diana Herrera	Asesor o consultor externo	Desarrollo e implementación del plan de marketing.
Juan Pablo Fuenzalida	Asesor o consultor externo	Desarrollo e implementación del plan de marketing.
Miguel Ángel Fernández	Asesor o consultor externo	Desarrollo e implementación del plan de marketing.

(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 IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros.

## 7. CARTA GANTT

CALENDARIZACION DEL PLAN DE MARKETING AGOSTO							
OBJETIVO	ETAPAS DESARROLLO PLAN DE MKT	DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	1ª sem.	2ª sem.	3ª sem.	4ª sem.	
Aumentar la cuota de mercado en los Líder y Falabella del sector oriente de Santiago pasando de una venta promedio mensual de 571 unidades a aproximadamente 2000 unidades/mes Penetrar en al menos una sala del sector oriente de Santiago en los supermercados Jumbo, Tottus y Unimarc, generando ventas en el transcurso de los seis meses	Diagnostico	análisis de mercado	X				
	Diagnostico	Situación actual del mercado	X				
	Análisis estratégico	análisis FODA	X				
	Análisis estratégico	Definición de objetivos estratégicos	X				
	Análisis estratégico	Definición de estrategias genéricas	X				
	marketing operativo	definición de objetivos operativos	X				
	marketing operativo	definición de estrategias de marketing	X				
	marketing operativo	precio		X			
	marketing operativo	promoción		X			
	marketing operativo	producto		X			
	marketing operativo	plaza		X			
	marketing operativo	programa de acciones				X	X
	factibilidad técnica-financiera	flujo de caja				X	X
	factibilidad técnica-financiera	análisis costo/beneficio				X	X
	factibilidad técnica-financiera	indicadores financieros				X	X
	factibilidad técnica-financiera	Ingreso y costos operacionales.				X	X
Control	Análisis y revisión de objetivos y estrategias.				X	X	

## II. 2 SONDEO DE MERCADO

### 1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

### 2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	01 noviembre 2009
FECHA DE TÉRMINO	31 diciembre 2009
DURACIÓN	2 meses

### 3. OBJETIVOS

<b>General:</b>
Conocer tendencias de opinión de grupos de consumidores en empresas retail con respecto a la nueva línea "Manka Spices"
<b>Específicos: (Máximo 3)</b>
1. Elaborar y validar instrumento de evaluación. 2. Aplicación de instrumento de evaluación. 3. Análisis de resultados.

### 4. METODOLOGÍA

<p>Degustaciones de productos, entrevistas personales y encuestas de opinión. Estas se aplicaran en supermercados, tiendas por departamento, restaurantes, tiendas especializadas y en al menos dos eventos gourmets.</p> <p>Para la validación del instrumento de medición a aplicar se realizara un focus Grup para así tener un mayor grado de asertividad.</p> <p><b>Objetivo 1.</b> Elaborar y validar instrumento de evaluación Reuniones de equipo para elaboración de instrumento (Entrevista y encuesta) Para la validación de los instrumentos a aplicar se realizara un focus Group para así tener un mayor grado de asertividad</p> <p><b>Objetivo 2.</b> Aplicación de instrumento de evaluación. En las tiendas especializadas se aplicara entre lunes y viernes en horario de 18:00 a 20:30 Hrs. En supermercados se aplicara los sábados y domingo. Se evaluarán al menos en dos eventos Paula Gourmet y Cata &amp; Vino</p> <p><b>Objetivo 3.</b> Análisis de resultados. Tabulación de entrevistas y encuestas y elaboración de informes con resultados.</p>
--

## 5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1.	Desarrollar un instrumento que recoja información pertinente del cliente.		1
2.	Encuesta aplicadas y entrevistas personales realizadas		2
3.	Entrega de información pertinente.		3

## 6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

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						
<b>TOTAL</b>						

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

## 7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Diana Herrera Pommer	Asesor o consultor externo	Desarrollo de sondeo de mercado.
Juan Pablo Fuenzalida	Asesor o consultor externo	Desarrollo de sondeo de mercado.
Miguel Ángel Fernández	Asesor o consultor externo	Desarrollo de sondeo de mercado.

(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 IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

## 8. CARTA GANTT

<b>CALENDARIZACION SONDEO DE MERCADO DICIEMBRE</b>				
<b>ACTIVIDADES/Semanas</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Elaborar y validar instrumento de evaluación	X			
Aplicación de instrumento de evaluación.	X	X	X	X
Análisis de resultados e informe			X	X
Participación en eventos de difusión			X	X

## II.3 DISEÑOS

### 1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

### 2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	01 noviembre 2009
FECHA DE TÉRMINO	31 diciembre 2009
DURACIÓN	2 meses

### 3. OBJETIVOS

<b>General:</b>
Estructurar el diseño de imagen de la nueva línea "Manka Spices" para sus ocho productos y los elementos publicitarios a usar en la promoción de la empresa en eventos como ferias u otros. Mejoramiento y reestructuración para rediseño de página web institucional.
<b>Específicos: (Máximo 3)</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Diseño de imagen de línea de productos Spices</li><li>2. Diseño de elementos publicitarios para difusión de productos en eventos</li><li>3. Rediseño de sitio web.</li></ol>

### 4. METODOLOGÍA

Contratación empresa externa "Dekus" de diseño, fotógrafo y chef. <b>Objetivo 1.</b> Diseño de imagen de línea de productos Spices. Conceptualización de la idea. Pruebas graficas, presentación y selección de imagen, modificaciones, presentación de prototipos aprobación y diseño final. Producción fotográfica. <b>Objetivo 2.</b> Diseño de elementos publicitarios para difusión de productos en eventos. Conceptualización de la idea. Pruebas graficas, presentación y selección de imagen, modificaciones, presentación de prototipos aprobación y diseño final. <b>Objetivo 3.</b> Rediseño de sitio web. Pruebas graficas, presentación y selección de imagen, modificaciones, presentación de prototipos aprobación y diseño final.
---

## 5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Nueva Imagen.		1
2	Imagen de elementos publicitarios.		2
3	Sitio web rediseño		3

## 6. ESTRUCTURA DE COSTOS Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

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						
<b>TOTAL</b>						

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

## 7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Dekus	Empresa de servicios	Desarrollo de material gráfico
Dekus	Empresa de servicios	Desarrollo de página web
Fotógrafo Phillip Southern	Empresa de servicios	Producción fotográfica
Chef David González	Consultor externo	Producción fotográfica

(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 IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT

<b>CALENDARIZACION DISEÑO NOVIEMBRE</b>				
<b>ACTIVIDADES/Semanas</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Nueva Imagen de línea Spices.	X	X		
Imagen de elementos publicitarios.		X	X	
Sitio web rediseño			X	X

# ANEXOS

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

### Ficha Empresa(s) Postulante(s)

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

Nombre de la organización, institución o empresa	Marianella Raygada Navarro		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web	<a href="http://www.manka.cl">www.manka.cl</a>		
Tipo entidad (A)	Empresas productivas y/o de procesamiento		

(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	Marianella		
Apellido Paterno	Raygada		
Apellido Materno	Navarro		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	MANKA		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input type="checkbox"/>
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Desarrollo y encargada de producción		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	<a href="http://www.manka.cl">www.manka.cl</a>		
Género	Masculino <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>
Etnia (A)			
Tipo (B)	Productor individual pequeño		

(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	Alfredo Alejandro		
Apellido Paterno	Bustamante		
Apellido Materno	Alonso		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	MANKA		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		Privada
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Director de Ventas		
Profesión	Comunicador Audiovisual / Master Business Administration		
Especialidad	Marketing y Ventas		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	Metropolitana		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	<a href="http://www.manka.cl">www.manka.cl</a>		
Género	Masculino		Femenino
Etnia (A)			
Tipo (B)	Productor individual pequeño		

(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 IV: FICHAS EQUIPO TECNICO**

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

**ANEXO V: CURRICULUM VITAE Y COTIZACIONES DE CONTRATACION DE SERVICIOS A TERCEROS.**

**PLAN DE MARKETING Y SONDEO DE MERCADO**



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA

### III. DETALLES ADMINISTRATIVOS

- Los Costos Totales de la Iniciativa serán (\$):

<b>Costo total de la Iniciativa</b>	
<b>Aporte FIA</b>	
<b>Total Contraparte</b>	

<b>Período ejecución</b>	
<b>Fecha inicio:</b>	01 de octubre de 2009
<b>Fecha término:</b>	31 de diciembre de 2009
<b>Duración (meses)</b>	3 meses

- Calendario de Desembolsos

Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
01/10/2009	Firma de Contrato		
28/12/2009	Aprobación informes técnico y financiero N° 1 (Plan de Marketing)		
08/03/2010	Aprobación informes técnico y financiero finales		
Total			

\* El Informe Financiero Final debe justificar el gasto de este aporte

- Calendario de Entrega de Informes

<b>Informes Técnicos</b>	
Informe técnico de avance N°1:	10 de noviembre de 2009

<b>Informes Financieros</b>	
Informe financiero de avance N°1	10 de noviembre de 2009



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA LA  
INNOVACIÓN AGRARIA  
MINISTERIO DE AGRICULTURA

<b>INFORME TECNICO FINAL:</b>	13 de enero de 2010
<b>INFORME FINANCIERO FINAL:</b>	13 de enero de 2010

**CONFORME CON PLAN OPERATIVO**

\_\_\_\_\_  
**EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL**