

# PLAN OPERATIVO P UFF 73 01

## Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

<b>NOMBRE INICIATIVA:</b>	Posicionamiento de licores de hierbas y exóticos asociados a la marca Prado San Pedro a través de una estrategia de creación de identidad y desarrollo de productos corporativos.
<b>EJECUTOR:</b>	Margarita Rosa Allendes Carrasco
<b>CODIGO:</b>	IMA-2009-0339
<b>FECHA:</b>	18 de agosto de 2009

---

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

---

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL

CODIGO (Uso interno)	IMA-2009-0339
----------------------	---------------

**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:**

“Posicionamiento de licores de hierbas y exóticos asociados a la marca Prado San Pedro a través de una estrategia de creación de identidad y desarrollo de productos corporativos.”

**3. SECTOR:**

Está inserta dentro del sector Agroindustrial.

**4. PRODUCTO(S):**

LICORES DE HIERBAS Y EXOTICOS

**5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:**

REGION	LOCALIDAD
Metropolitana	San pedro - Melipilla

**6. PERIODO DE EJECUCION:**

FECHA DE INICIO	02 de Agosto de 2009
FECHA DE TÉRMINO	02 de Febrero de 2010

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
Margarita Rosa Allendes Carrasco	Elaboración y Conservación de frutas legumbres y Hortalizas		Margarita Rosa Allendes Carrasco	

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

NOMBRE EMPRESA	Margarita Rosa Allendes Carrasco
----------------	----------------------------------

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

NOMBRE	Margarita Rosa Allendes Carrasco
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

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

NOMBRE	Margarita Rosa Allendes Carrasco
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

--	--

## 12. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

<b>General:</b>
Generar un posicionamiento y desarrollo comercial de los licores de Prado Verde, con enfoque en la diferenciación y atractividad de éstos, para un mercado de elite.
<b>Específicos: (Máximo 3)</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Delimitar y obtener información del mercado específico que se abordará y su comportamiento para generar una exitosa inserción de los productos.</li><li>2. Elaborar un Plan de Marketing que establezca las estrategias y acciones a seguir por parte de la empresa.</li><li>3. Generar una nueva imagen corporativa y material promocional, que complementen y fortalezcan la presencia de los licores de Prado Verde.</li></ol>

## 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	02 de Agosto de 2009
FECHA DE TÉRMINO	02 de Noviembre de 2009
DURACIÓN	3 meses

#### 3. OBJETIVOS:

<b>General:</b>
Elaborar un Plan de Marketing para la empresa Prado Verde, que permita alcanzar los objetivos de mercadeo que posee la empresa.
<b>Específicos: (Máximo 3)</b>
1. Definir de modo detallado la misión y metas a alcanzar por la empresa mediante el Plan de Marketing.
2. Determinar las estrategias generales del Plan de Marketing de la empresa.
3. Determinar las estrategias operativas y las respectivas actividades a seguir para alcanzar los objetivos de mercadeo.

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

El procedimiento de trabajo para esta actividad es el siguiente:

i) Se procederá a evaluar la gestión comercial actual y pasada de la empresa. Las técnicas a aplicar son análisis F.O.D.A., 5 fuerzas de Porter. Se aplicarán entrevistas a encargados de comercialización, logística, distribución, negociación, ventas y administrativos, que se respaldarán de documentos y datos existentes. Las entrevistas apuntarán a obtener resultados referidos a: cartera de clientes, su nivel de relevancia para la empresa, exigencias de los clientes, cumplimiento de estándares, tiempos de reacción, calidades generadas, y sugerencias. Serán entrevistas con preguntas abiertas que se respaldarán de material documentado para respaldar especialmente cifras. Con esta información se desarrollará un perfil de la empresa desde la visión de Marketing.

Luego con esta información se procederá a evaluar una propuesta de Estrategia global a seguir por LICORES PRADO VERDE, la cual se presentará a los dueños y administrativos con el fin de ser aprobado y recaudar sugerencias de cambios o mejoras.

ii) Este trabajo lo desarrollará un Equipo de Ingenieros a cargo del señor José Patricio Nayan Sandoval. En un período de 3 meses a partir del inicio del proyecto.

iii) A continuación se procederá a realizar la segunda etapa del Plan de Marketing. Esta etapa se desarrollará primeramente recopilando toda la información existente en la empresa, referida a Costos de producción, Costos de mercadeo, Precios de venta existentes en el mercado (incluyendo a las empresas de la competencia) y otras posibles variables asociadas al Precio. Luego se recopilará información referida al producto en sí, prevaleciendo el análisis de la calidad esperada desde las materias primas e insumos, hasta la línea de producción y procesado, añadiendo además envasado y empaque. Esto mismo se repetirá para la Logística y Distribución, servicios asociados, clientes y puntos de venta y todo lo relacionado a Canales de comercialización. Finalmente se hará una recopilación de información referida a la Promoción de la empresa, tanto de medios masivos como de Marketing directo.

iv) Con esta información se generará un análisis que dará origen a una valoración actual de la empresa en cada uno de estos cuatro aspectos. Este análisis será solamente descriptivo.

v) Luego se procederán a determinar y proponer estrategias de Marketing Táctico. Para esto en primer lugar se definirá el producto a vender, luego se procede a determinar el canal de comercialización, a esto le siguen las ideas de Promoción y finalmente el precio de venta. Con esto se realizará una integración de estas cuatro ideas individuales, sometiéndolas al condicionamiento de las otra tres, y al cumplimiento de la estrategia global. Este resultado se denomina *Marketing Mix*. A continuación se realizará una planificación estratégica, que tendrá como objetivo general el cumplimiento del *Marketing Mix*. Con estos elementos definidos, acotados, y perfeccionados se obtendrá el Plan de Marketing de la empresa.

vi) Luego este Plan de Marketing se implementará y reevaluará. Esto con el fin de corregir posibles falencias o debilidades, sólo perceptibles al momento de aplicar las estrategias en la práctica. Esto se hará mediante el monitoreo de variables principales, tales como volúmenes de venta, aumento o disminución del porcentaje de ingresos percibidos por la empresa, rentabilidad mensual, y la generación de feedback desde los consumidores.

De manera simultanea se traspasará este Plan de Marketing, instalado y con retoques menores, a los administradores de la empresa, quienes deberán familiarizarse con el mecanismo y ser capaces después de finalizado el proyecto de continuar su aplicación y generar las actualizaciones necesarias.

## 5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	La empresa posee claridad sobre los objetivos de mercado y metas a alcanzar.		1
2	La empresa cuenta con las		2

	estrategias generales de su propio Plan de Marketing		
3	La empresa cuenta con estrategias operativas para alcanzar los objetivos de mercado.		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						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
GASTOS GENERALES						
<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
Patricio Nayan Sandoval	Asesor o consultor externo	Consultor jefe de equipo profesional. Ejecución proyecto y elaboración de Plan de Marketing.
Ana María Farfán	Asesor o consultor externo	Ejecución proyecto y elaboración de Plan de Marketing.
Sebastián Méndez Calquín	Asesor o consultor externo	Ejecución proyecto y elaboración de 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.

## 8. CARTA GANTT

ACTIVIDADES	Semanas											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Evaluación de la gestión comercial actual y pasada	■	■	■									
Entrevistas a agentes de la cadena comercial	■	■	■									
Confección estrategia global				■								
Recopilación de información para el Marketing Mix					■	■						
Valoración actual de la empresa					■	■	■					
Establecimiento Marketing Operativo						■	■	■				
Generación del Plan de Marketing							■	■	■			
Presentación y evaluación del Plan								■	■	■	■	
Entrega definitiva del Plan e Implementación											■	■

## II. 2 SONDEO DE MERCADO

### 1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

### 2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	02 de Noviembre del 2009
FECHA DE TÉRMINO	02 de Enero del 2010
DURACIÓN	2 Meses

### 3. OBJETIVOS

<b>General:</b>
Identificar las exigencias y características de los consumidores de licores refinados de los sectores ABC1 y C2
<b>Específicos: (Máximo 3)</b>
1. Delimitar geográficamente y con parcelación etarea, el nicho de mercado de los licores refinados.
2. Identificar las características y necesidades de los consumidores que componen el segmento identificado.
3. Determinar las características principales que deben poseer los licores de Prado Verde para que satisfagan a los consumidores del segmento en estudio.

#### 4. METODOLOGÍA

En primer lugar se aplicará un análisis F.O.D.A y 5 fuerzas de Porter, que incluirá evaluación de productos de la competencia y potenciales consumidores en terreno. Con ello más información secundaria (estudios disponibles y otras fuentes), se detreminarán las especificaciones del nicho de mercado a evaluar, la cual deberá ser aprobada como grupo objetivo de enfoque por los administrativos de la empresa. Con esta información se procederá a tomar una muestra de al menos 50% en clientes actuales y la misma cantidad para clientes nuevos considerando las capacidades productivas de la empresa, a los cuales se les extraerá la información que es objetivo de este Sondeo. Esto será por medio de encuestas (al menos 100) y 3 focus group. Las primeras se aplicarán en terreno por personal capacitado, y el segundo medio de evaluación será en dependencias idóneas, con un muestreo seleccionado. Tanto los Focus group como las encuestas se aplicarán para los 5 licores principales de PRADO VERDE, los cuales serán determinados luego de los análisis preliminares indicados anteriormente. Con la evaluación de estos 5 licores, se determinarán condiciones y tendencias para los demás productos de la empresa.

Finalmente la información obtenida será evaluada, analizada y profundizada, mediante de un análisis de conglomerado para obtener los lineamientos del mercado objetivo y establecer las estrategias de Marketing a seguir. Así también arrojará una proyección cuantitativa de opciones de mercado posibles de captar.

#### 5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Se posee un análisis del segmento de mercado al cual están enfocados los productos, el cual entrega las delimitaciones de éste.		1
2	Se conocen las condiciones y necesidades que componen el nicho de mercado.		2

3	Se identifican los gustos y preferencias organolépticas y de diseño de los consumidores. Así como proyecciones comerciales.		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						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
GASTOS GENERALES						
<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
Patricio Nayan S.	Consultor Externo	Aplicación y 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

ACTIVIDADES	Semanas							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Detección de segmentos a evaluar	■							
Definición de los instrumentos de evaluación		■						
Aplicación de Focus Group			■	■				
Recopilación información general			■	■				
Implementación de encuestas					■			
Resolución de Datos Generales						■	■	
Presentación General de resultados								■

## II.3 DISEÑOS

### 1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

### 2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	02 de Noviembre de 2009
FECHA DE TÉRMINO	02 de Febrero de 2010
DURACIÓN	3 meses

### 3. OBJETIVOS

#### General:

Diseñar una imagen de producto y elementos promocionales acorde a los gustos y preferencias de los consumidores que permita una diferenciación de éstos.

#### Específicos: (Máximo 3)

1. Determinar el diseño de logos y de etiqueta apropiados para el nicho de mercado en estudio.
2. Desarrollar material complementario que destaque las características de cada producto.
3. Desarrollo de material promocional de introducción de los productos y que fortalezca la diferenciación y atributos captados por el consumidor final.

#### 4. METODOLOGÍA

Se utilizará la información obtenida del Sondeo de Mercado para determinar los elementos específicos que se deben mejorar o innovar, desde el etiquetado hasta la promoción. Para ello se contratará a la empresa Neovento Mkt Group, especializada en publicidad y desarrollo de Marketing, el que abordará y elaborará propuestas para las modificaciones sugeridas por el Sondeo. Estos elementos serán desarrollo de nueva imagen corporativa, 20 etiquetas, cajas de exposición de productos, página web, desarrollo de papelería, 2 pendones, 2 gigantografías, un stand de productos, entre otros elementos. Estas propuestas serán evaluadas por el equipo encargado de la ejecución del proyecto y Plan de Marketing, en conjunto con el coordinador del proyecto.

Una vez establecida las correcciones se entregarán nuevamente a la empresa de Marketing hasta obtener finalmente los diseños óptimos para los productos.

#### 5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Se obtienen las matrices gráficas de una nueva imagen de producto y etiquetas.		1
2	Se desarrolla una leyenda que resalta los atributos y propiedades diferenciadoras del producto.		2
3	Se contará con un material de apoyo novedoso, de calidad y muy llamativo para ser repartido entre los consumidores de los nichos a abordar.		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						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
GASTOS GENERALES						
<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
Mauricio Romero V.	Empresa de servicios	Creación de bocetos y desarrollo de etiquetas entre otros.

(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

ACTIVIDADES	SEMANAS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Determinación de material a diseñar	■	■	■									
Establecimiento de características	■	■	■									
Creación de bocetos gráficos				■	■	■						
Presentación de propuestas de diseño							■					
Evaluación propuestas y observaciones								■				
Entrega de propuestas definitivas									■	■		
Desarrollo de prototipos y pruebas										■	■	■

# 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	Margarita Rosa Allendes Carrasco		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	RM		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
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.

Nombre de la organización, institución o empresa	Margarita Rosa Allendes Carrasco		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	RM		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
Tipo entidad (A)	Empresas productivas y/o de procesamiento		

(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

Nombre de la organización, institución o empresa	Margarita Rosa Allendes Carrasco		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	<input type="checkbox"/>	Privada <input checked="" type="checkbox"/>
Dirección			
País	Chile		
Región	RM		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Email			
Web			
Tipo entidad (A)	Empresas productivas y/o de procesamiento		

(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.

*La empresa NEOVENTO MKT GROUP es un HOLDING de empresas dedicadas al diseño de campañas publicitarias, desarrollo de productos, campañas promocionales, lanzamiento de productos entre otros. Entre nuestros clientes principales se encuentran Coca-Cola, Ambrosoli, Revlon, Omo, Paris, Lider Viña Vermaonte, entre muchos otros.*

*Para*

*Más antecedentes de trabajos visite el portafolios en:*

*<http://www.neovento.cl>*

**EQUIPO TÉCNICO**  
**CURRICULUM VITAE**  
**José Patricio Nayan Sandoval**

**Resumen**

	<b>Resumen</b>
	Ingeniero en Agronegocios de la Universidad de Santiago de Chile. Habilidades en el área de marketing, gestión y administración, desarrollo organizacional y planificación estratégica. Destrezas y capacidades personales de liderazgo, iniciativa, responsabilidad y compromiso.

**Estudios**

	Titulado Ingeniero en Agronegocios	2008
	Egresado de Ingeniería en Agronegocios	2006
	Licenciado en Agronegocios	2005
	Estudios secundarios Chilean Eagles College Santiago	2000

**Trabajos Anteriores**

<b>Trabajos Anteriores</b>		
	Asesor de la Unidad Obrero Campesina (UOC), en mesas de negociación con Ministerio de Agricultura.	En curso 2009
	Consultor encargado para la aplicación de "Estudio de normativas del retail colombiano con análisis de brecha para el hongo Shiitake"	2008
	Consultor para la elaboración y ejecución del	2008

	<p>proyecto "Marketing y estrategias de internacionalización del hongo Shiitake de la empresa Shipraval", de la VII Región. Financiado por la Fundación Para la Innovación Agraria (FIA).</p>	
	<p>Asesor y ejecutor para la formación de líderes campesinos en proyecto: "Participación Ciudadana, experiencia rural". Financiado e incentivado para agrupaciones campesinas de todo Chile, por Unión Europea – INDAP-USACH.</p>	<p>2008</p>
	<p>Coordinador General, encargado del Centro de Negocios de la 10ª Expo Mundo Rural, organizada por INDAP. Generación de contactos comerciales, realización de charlas y mejoramiento de la gestión de marketing de las empresas participantes.</p>	<p>2007</p>
	<p>Ejecutor de Proyecto de Capacitación y Evaluación para Empresas de la Agricultura Familiar Campesina, preseleccionadas para la 10ª Feria Expo Mundo Rural 2007. Abarcando desde la I a la XI regiones. USACH-INDAP-UCHILE.</p>	<p>2007</p>
	<p>Consultor para la formulación de proyectos de factibilidad, para la Confederación Nacional Obrero Campesina (UOC). En solicitud de fondos de cooperación del Ministerio de Agricultura.</p>	<p>2007</p>
	<p>Ejecutor de Proyecto "Seguimiento y Evaluación de Empresas Participantes en la 9ª Feria Expo Mundo Rural 2006"; USACH-INDAP-UCHILE. Trabajo con pequeños productores de todas las regiones de Chile.</p>	<p>2007</p>
	<p>Ejecutor de proyecto: "Talleres de Desarrollo de Plataformas Asociativas, entre Empresas de la Agricultura Familia Campesina"; USACH-INDAP. Trabajo con pequeños productores de</p>	<p>2006-2007</p>

	las regiones I, V, VII, VIII, IX, X, XI y Metropolitana, de Chile.	
	Coordinador General, encargado del Centro de Negocios de la 9ª "Feria Expo Mundo -Rural". Que organiza INDAP, con pequeños y medianos productores de todo Chile. Labores desarrolladas: participaciones dentro de Mesa de Negocios, sondeos de mercado, desarrollo de imagen de productos, estudios e investigaciones, entre otros.	2006
	Supervisor de evaluaciones de "Buenas Prácticas Agrícolas", en programa de desarrollo para comunas de la Séptima Región.	2006
	Consultor en proyecto de apoyo a pescadores artesanales de la provincia de Esmeraldas, ECUADOR. A cargo de: JICA (Gobierno Japonés)- AGCI (Gobierno Chileno) - UDENOR (Gobierno Ecuatoriano), Desarrollado durante el mes de Octubre de 2006. Esto como asesorías en tres cooperativas ecuatorianas. Desarrollo de Planificación Estratégica, Planes de Negocios y Planes de Marketing.	2006
	Colaborador en desarrollo de proyecto de "Estudio y Desarrollo Comercial del Amaranto". Departamento de Gestión Agraria, Universidad de Santiago de Chile.	2006
	Digitalización de datos provenientes del programa de implementación de Buenas Prácticas Agrícolas, del Departamento de Gestión Agraria de la Universidad de Santiago de Chile.	2006
	Ejecutor de proyecto, de sondeo para planes PABCO, a productores beneficiarios de INDAP, en la provincia de Chiloé, décima Región.	2006
	Alumno ayudante en Asignaturas:	
	- Contabilidad	2006

	- Marketing	2005 y 2006
	- Comercialización Agrícola	2005 y 2006
	- Economía y Administración	2005 y 2006
	Coordinador General encargado del Centro de Negocios y la participación de alumnos de la USACH, en trabajos en 8ª "Feria Expo Mundo - Rural".	2005
	Alumno ayudante en Asignaturas: - Agroindustria - Almacenamiento y Conservación - Economía	2005

#### Otros Antecedentes

	Manejo Computacional a nivel Medio (Excel, Word, Powerpoint, Publisher, Outlook)
	Idiomas: Inglés a nivel Básico

## Sebastián Méndez Calquín

### Estudios

Ingeniería en Agronegocios Universidad de Santiago de Chile	2004 a 2008
Colegio Excelsior 4º Básico a 4º Medio	1995 a 2003
Colegio Estado de Florida 1º a 3 Básico	1992 a 1994

### Experiencia Laboral

Participación en la realización de estudio titulado "Costos de transacción y contratos de coordinación en el sector pecuario bovino PABCO de la región del Maule a la región de los Lagos" (2007).	2007
Expositor en el XII Congreso de Economistas Agrarios realizado en la Universidad Mayor con el tema "Estudio exploratorio sobre costos de transacción en el sector pecuario entre la región del Maule y la región de los Lagos"	2007
Coordinador en la mesa de negocios de la Expo Mundo Rural 2007.	2007
Coordinador en la mesa de negocios de la Expo Mundo Rural 2006.	2006

Encuestador en estudio sobre evaluación de la participación de la Agricultura Familiar Campesina en proceso exportador de la carne ovina (1° semestre 2006) 2006

Participación en la organización del centro de negocios de la Expo Mundo Rural 2005. 2005

### **Ayudantías Universitarias**

Asignatura: Comercialización Pecuaria 2007  
Nivel Asignatura: 7° nivel

Asignatura: Sistemas de Producción Silvoagropecuario 2007  
Nivel del Asignatura: 4° nivel

Asignatura: Economía y Administración 2007  
Nivel del Asignatura: 5° nivel

Asignatura: Introducción a la Agricultura 2007  
Nivel del Asignatura: 2° nivel

<b>Información Adicional</b>
------------------------------

Uso de Software: Internet y Aplicaciones Office y SPSS nivel intermedio

Idioma: Inglés Nivel Básico

Otras actividades: Presidente del Centro de Estudiantes de Ingeniería en Agronegocios

## Ana María Farfán Cañas

### EDUCACIÓN

2009	Proceso de titulación de Ingeniera en Agronegocios
2004-2008	Licenciada de Ingeniería en Agronegocios. Universidad de Santiago de Chile
1992-2003	Cambridge College, sede Antonio Varas; año egreso 2003

### METAS PROFESIONALES

Especializaciones en áreas de desarrollo comercial, tales como Publicidad, Marketing empresas, Asesorías comerciales, Desarrollo de políticas públicas. Así como también, especial énfasis en trabajos de equipo conformados por profesionales; trabajo personal y desarrollo de alternativas divergentes del modelo actual de educación (Coaching Personal).

### EXPERIENCIA LABORAL

<i>Primavera 2005</i>	Coordinadora del Centro de Negocios de la Expo Mundo Rural, Parque Intercomunal la Reina
<i>Verano 2006</i>	Secretaria Part-Time Troqueladora Grafita
<i>Primavera 2006</i>	Coordinadora del Centro de Negocios de la Expo Mundo Rural, Parque Intercomunal la Reina
<i>Primavera 2007</i>	Coordinadora Expo Mundo Rural
<i>Verano 2007</i>	Secretaria Part-time Grafita Troquelados
2008	Coordinadora Expo Mundo Rural 2008
2008 - 2009	Gúia de museo Interactivo Mirador, MIM

## INFORMACIÓN ADICIONAL

Nacionalidad: Chilena

Computación: Manejo de Internet avanzado y uso de aplicaciones Office a nivel usuario.

Idioma: Inglés nivel intermedio

Otras actividades: Cursando Coaching Ontológico, nivel intermedio.

**PRESUPUESTO DE CONSULTORÍA**  
**Desarrollo de Sondeo de Marketing**

Señores  
Empresa PRADO VERDE  
Presente.-

Por medio de la presente me dirijo a ustedes, con motivo de entregarles el detalle de la Consultoría solicitada a mi persona.

Conociendo a cabalidad el contenido y objetivos propuestos por el Proyecto que plantea como propuesta general: "Generar un posicionamiento y desarrollo comercial de los licores de Prado Verde, con enfoque en la diferenciación y atractividad de éstos, para un mercado de elite", financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), dentro del concurso IMA 2009; me es grato exponer a continuación, el esquema de trabajo a cumplir, para responder de manera eficaz y eficientemente las metas perseguidas por dicho proyecto.

Mi labor es la de jefe del equipo técnico, trabajando junto a mí dos personas más, las cuales están consideradas dentro de este presupuesto.

***Especificación Económica***

- ◆ Esta labor se desempeña durante todo el período de duración del proyecto, el detalle de los servicios se expone a continuación:

ITEM	Nº de Unidades	PRECIO	TOTAL
Movilización, papelería y materiales varios	2 Meses		
Arriendo de 3 salones	3 Salas		
Contratación de encuestadores y su movilización	5 encuestadores		
Contratación de captadores y ayudantes de ejecución	3 ayudantes		
Honorarios Patricio Nayan y 2 asesores	2 Meses		
<b>Total</b>			

**Detalle de Planteamiento de Trabajo a desarrollar**

- ◆ Los aspectos netamente profesionales, han sido concebidos para su desarrollo y cumplimiento, de la manera que se plantea a continuación:

<b>Función a desempeñar</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Labores y/o Actividades</b>
Jefe de equipo técnico	Delimitar los segmentos de mercado que serán objeto de estudio	Están señaladas en la metodología del Sondeo del Plan Operativo.
	Identificar las características particulares que posee cada segmento	
	Determinar las tendencias de consumo que aportan satisfacción a cada uno de los segmentos identificados	

Sin otro particular, atentamente a ustedes

Patricio Nayan S.  
**Ingeniero en Agronegocios**

**PRESUPUESTO DE CONSULTORÍA**  
**Desarrollo de Plan de Marketing**

Señores  
Empresa Prado Verde  
Presente.-

Por medio de la presente me dirijo a ustedes, con motivo de entregarles el detalle de la Consultoría solicitada a mi persona.

Conociendo a cabalidad el contenido y objetivos propuestos por el Proyecto que plantea como propuesta general: “Generar un posicionamiento y desarrollo comercial de los licores de Prado Verde, con enfoque en la diferenciación y atractividad de éstos, para un mercado de elite”, financiado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), dentro del concurso IMA 2009; me es grato exponer a continuación, el esquema de trabajo a cumplir, para responder de manera eficaz y eficientemente las metas perseguidas por dicho proyecto.

Mi labor es la de jefe del equipo técnico, trabajando junto a mí dos personas más, las cuales están consideradas dentro de este presupuesto.

***Especificación Económica***

- ◆ Esta labor se desempeña durante todo el período de duración del proyecto, el detalle de los servicios se expone a continuación:

ITEM	Nº de Unidades	PRECIO	TOTAL
Movilización, papelería y materiales varios	3 Meses		
Honorarios Patricio Nayan y 2 asesores	3 Meses		
<b>Total</b>			

***Detalle de Planteamiento de Trabajo a desarrollar***

- ◆ Los aspectos netamente profesionales, han sido concebidos para su desarrollo y cumplimiento, de la manera que se plantea a continuación:

Función a desempeñar	Objetivos	Labores y/o Actividades
Encargado del desarrollo del Plan de Marketing y apoyo a la ejecución de las otras dos líneas de proyecto.	Desarrollar el Plan de Marketing de <i>PRADO VERDE</i> , para el proceso de incremento en la innovación y potenciamiento de sus productos.	1) Se generará: un análisis interno, un análisis contextual y de brecha respecto de <i>PRADO VERDE</i> y el segmento de mercado a abordar. Se determinarán a partir del Sondeo de Mercado las proyecciones y especificaciones de producto/cliente, para satisfacer y abordar de mejor forma el mercado. 2) Se establecerá que esquema de Marketing Estratégico es el más apropiado para la empresa.  3) Luego de determinarán detalladamente las estrategias a seguir dentro del Marketing Táctico. Elaborando para ello el Marketing Mix y la planificación general y los hitos a alcanzar en el mediano plazo.
	Elaborar una imagen corporativa <sup>1</sup> .	1) Supervisar y evaluar el diseño, la aplicación y los resultados del trabajo gráfico encargado.
	Apoyo para la ejecución del proyecto <sup>1</sup> .	1) Elaborar los informes para rendir a FIA, (cumplimiento de hitos).  2) Apoyo al encargado de la coordinación del proyecto.

Sin otro particular, atentamente a ustedes

Patricio Nayan S.  
**Ingeniero en Agronegocios**

<sup>1</sup> A pesar de no ser financiado por bases, el equipo técnico se hará parte en el desarrollo y gestión de todo el proyecto. Siendo el valor de esta cotización sólo en base al Plan de Marketing.

## PROPUESTA DISEÑO E IMPRESIÓN



	UNIDADES	VALOR UNITARIO	NETO TOTAL
<b>ITEMS GRAFICA CAMPAÑA</b>			
Tarjetas de presentación 5.5x9 cms:Impresión: 4/4 colores, Offset con polipropileno mate por tiro y retiro. Tipo de papel: Couche Opaco 300 grs.	100		
Pendon Roller 80x2 con bolso Resolución: Impresión a todo color y 1200 dpi. En pvc - en 1.200 dpi, papel fotográfico laminado mate /brillante.	1		
Diptico de productos (1 Original) doble carta abierto, cerrado carta Impresión: 4/4 colores, Offset. Tipo de papel: Couche Opaco 250 grs.	500		
Diseño de etiquetas para Licores (20 originales) Material: PVC autoadhesivo blanco sin troquel. Dimensiones: 11 x 16 (cms)	400		
Diseño sitio web, incluido hosting.	1		

Diseño y muestras poleras, jockeys y calcomanías para merchandising

Gigantografías

Packaging para Licores (1 Original) Material: Cartón Impresión: 4/4 colores, Offset.

Dimensiones: 10 x 10 x 28 (cms)

Diseño de Stand, dimensiones y material a proponer

**SUBTOTAL  
COSTOS**

**HONORARIOS  
NEOVENTO**

**NETO**

**IVA**

**TOTAL**

**INCLUYE DISEÑO Y PARTIDAS PARA MUESTRAS**

**NATALIA FINGER / DIRECTORA DE ARTE**

**NeoVento Mkt Group. Todos los derechos reservados 2009.**

**[www.neovento.cl](http://www.neovento.cl)**

### 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>	02 de agosto de 2009
<b>Fecha término:</b>	02 de febrero de 2010
<b>Duración (meses)</b>	6 meses

- Calendario de Desembolsos

Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
24/08/2009	Firma de Contrato		
30/12/2009	Aprobación informes técnico y financiero N° 1 (Plan de Marketing)		
09/04/2010	Aprobación informes técnico y financiero finales		
<b>Total</b>			

\* 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:	12 de noviembre de 2009

<b>Informes Financieros</b>	
Informe financiero de avance N°1	12 de noviembre de 2009

<b>INFORME TECNICO FINAL:</b>	16 de febrero de 2010
<b>INFORME FINANCIERO FINAL:</b>	16 de febrero de 2010

**CONFORME CON PLAN OPERATIVO**

---

**EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL**