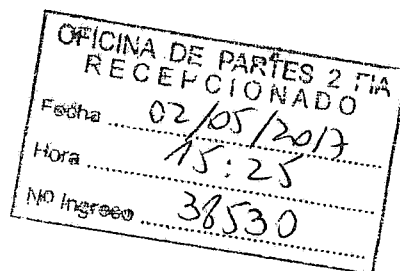




Monjes AOP
NA
MINAGRI



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

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Posicionamiento regional y crecimiento cerveza artesanal Arisca
Ejecutor:	Inversiones y Negocios Paralelo 47 Limitada
Código:	IMA-2016-0849
Fecha:	21.04.2017

Firma por Fundación para la Innovación Agraria

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

Alice Fernández Ovidio
Asesora de Operaciones
UPP-FIA

Fecha: 21.04.2017

NATALIE DEVENIN VERA
Ejecutiva Innovación Agraria
UPP-FIA

Fecha: 21.04.2017



Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo.....	3
1. Antecedentes generales del proyecto	3
2. Configuración técnica de la iniciativa	6
3. Costos totales consolidados	12
4. Anexos	13
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	19

I. Plan de trabajo

1. Antecedentes generales del proyecto

ETAPA I

1.1. Nombre del proyecto

Posicionamiento regional y crecimiento de cerveza artesanal Arisca

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

Sector	Agrícola
Subsector	Otros agrícolas
Rubro	Otros rubros agrícolas

1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	30.03.2017
Fecha término	15.12.2017
Duración (meses)	8

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

Región(es)	Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo
Provincia(s)	Coyhaique, Lago General Carrera
Comuna(s)	Coyhaique, Puerto Ibáñez, Chile Chico

1.5. Producto

Identificar Producto: Indicar las características y/o atributos del producto	Nuestro producto es la cerveza artesanal Arisca. Un producido en la región de Aysén con insumos regionales y nacionales. Actualmente su lugar de producción es en la localidad de Puerto Río Tranquilo, a orillas del lago General Carrera. El producto cuenta con 3 variedades, cada variedad toma su nombre relacionando el color que adquiere el producto con los nombre que llevan los distintos colores que tienen los pelajes de los caballos; con esto queremos hacer alusión a un animal característico de la cultura local.
--	--

D!

	Así tenemos: -Arisca Baya: Cerveza de trigo americana, agradable, refrescante y amargor suave. Color rubio, espuma blanca y persistente. 4,7° grados de alcohol aproximadamente. -Arisca Alazana: Cerveza de sabor maltoso con carácter acaramelado. Amargor apreciable pero fino, y delicado aroma a notas frutales y herbales. Color rojizo, espuma cremosa y persistente. 7° grados de alcohol aproximadamente. -Arisca Picasa: Cerveza robusta y sedosa. Toques a ahumado, café y chocolate amargo, con un final levemente dulce. Color negro con amargor equilibrado y amable. 6° grados de alcohol aproximadamente. Cada variedad el producto busca llegar a un diferente tipo de consumidor; son variedades muy distintas entre sí, todas con un denominador común que apunta a la excelencia en la calidad. Actualmente el producto se comercializa en barriles, y se vende en formato "shop" exclusivamente en nuestros locales.
N° de Resolución	No aplica al producto (Contamos con la Patente J 1: Elaboración de cerveza artesanal y resolución sanitaria de los restaurantes con que operamos Resol Excenta N°353)

1.6. Acciones del proyecto

Acciones a realizar	
X	Plan de Marketing
	Análisis de laboratorio de características de los productos e inclusión en etiquetas
X	Mejoramiento de procesos de elaboración o transformación de productos
X	Diseños (Arquitectura de marca, logotipos, etiquetas, papelería)
X	Envases y embalajes (búsqueda o desarrollo de un nuevo envase o embalaje que agregue valor al producto)
X	Soportes comunicacionales (catálogos, folletos, pendones, otros)
	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	Inversiones y Negocios Paralelo 47 Limitada
Giro	Asesoría, Ganadería, Cervecería, Restaurantes y Arriendo de Inmuebles.
Rut	
Nombre completo representante legal	Domingo Aurelio Eguiguren Cosmelli

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

Entidad prestadora de servicios	
Nombre completo o razón social	Idea Consultores Limitada
Giro	Asesoría en Diseño, Comunicaciones, Gestión
Rut	
Nombre completo representante legal	Eduardo Antonio Abarca Lucero

Coordinador Entidad Prestadora de Servicios	
Nombre completo o razón social	Eduardo Antonio Abarca Lucero
Giro	Diseñador / Magister en diseño estratégico
Rut	
Nombre completo representante legal	Eduardo Antonio Abarca Lucero

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

Nombre completo	Domingo Aurelio Eguiguren Cosmelli
Teléfono	
E-mail	

¹ Según lo establecido en el punto 2.7.2 de las bases de postulación, el recurso humano corresponde a gastos por contrato de personal incremental incremental para la coordinación del proyecto. Su financiamiento será sólo con cargo al aporte de contraparte.

2. Configuración técnica de la iniciativa

2.1. Objetivos del proyecto

2.1.1. Objetivo general²

La elaboración e implementación de un Plan de Marketing que nos permita posicionarnos con todas nuestras cualidades en el Lago General Carrera y desde ahí a la región.

2.1.2. Objetivos específicos³

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Mejorar las técnicas de producción, carbonatación.
2	Crear nuevos formatos de producto: envases y embalajes
3	Alcanzar nuevos canales de venta y nuevas localidades
4	Desarrollar merchandising que comunique nuestro concepto
5	

² El objetivo general debe dar respuesta a lo que se quiere lograr con el proyecto. Se expresa con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

³ Los objetivos específicos constituyen los distintos aspectos que se deben abordar conjuntamente para alcanzar el objetivo general del proyecto. Cada objetivo específico debe conducir a uno o varios resultados. Se expresan con un verbo que da cuenta de lo que se va a realizar.

[Handwritten signature]

2.2. Resultados esperados

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)	Fecha alcance Resultado
1	Una cerveza más estable en lo que respecta a gasificación. Identificación de nivel de presión para cada variedad.	15/09/2017
2	Nuevo envase y embalaje para Arisca; al menos un tipo de botella y barril retornable que permita a los viajeros llevar su cerveza.	15/11/2017
3	Venta al detalle y directo al consumidor. Nuevo punto de venta, Guadal.	01/12/2017
4	Internalizar nuestros atributos intangibles. Impresión de tríptico que cuente el proceso de elaboración de cerveza y el concepto detrás de Arisca.	15/10/2017



2.3. Hitos del proyecto

Objetivos Específicos	Hito Crítico ⁴	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Etapas 1: Elaboración Plan de Marketing	Aprobación del plan de marketing por parte de FIA	01/07/2017
Etapas 2: Implementación del Plan de Marketing.		
1	Visita de Técnico	07/09/2017
2	Compra de barrilitos, botellones y/o Groulers	01/11/2017
3	Presencia en algún almacén	01/12/2017
4	Impresión de trípticos, folletos y/o posavazos (papelería)	15/10/2017

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

**Completar punto 3, cuadro de Costos totales consolidados (pg. 12).

***Completar Anexos 1, 2, 3 y 4 (pg. 14).

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



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

DS

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	Inversiones y Negocios Paralelo 47 Limitada	
Giro / Actividad	Asesoría, Ganadería, Cervecería, Restaurantes y Arriendo de Inmuebles.	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	X
	Personas naturales	
	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)	1.434 UF	
Exportaciones, último año tributario (US\$)	0 UF	
Número total de trabajadores	1	
Usuario INDAP (sí / no)	No	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Av. Baquedano 400, Coyhaique, Coyhaique, Región de Aysén.	
Teléfono fijo		
Fax	NA	
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	www.paralelo47.cl	
Nombre completo representante legal	Domingo Aurelio Eguiguren Cosmelli	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Ingeniero Comercial	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Administración	
Firma representante legal		

7

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	NA	
Fax	NA	
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	Domingo Aurelio Eguiguren Cosmelli
RUT	
Profesión	Ingeniero Comercial
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Inversiones y Negocios Paralelo 47 Limitada
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Administración
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Av. Baquedano n°400, Coyhaique, Región de Aysén.
Teléfono fijo	
Fax	NA
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	NA
Fax	NA
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.



IV. Principales indicadores para medir la satisfacción y control

El diseño del Plan de Marketing deberá mostrar en forma clara, la factibilidad técnica y financiera de la empresa para poder ejecutar posteriormente las actividades presentadas en dicho Plan.