



*Marcelina ACP NA*

OFICINA DE PARTES 1 FIA RECEPCIONADO	
Fecha	20 FEB 2017
Hora	12:30
Nº Ingreso	36.861

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

### PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Rediseño de marca Grano de Sol
Ejecutor:	Marcelina Mamani Canqui
Código:	IMA-2016-0823
Fecha:	01.02.2017

*[Handwritten signature]*

Firma por Fundación para la Innovación Agraria



*[Handwritten signature]*

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

*[Handwritten signature]*  
COORDINADOR

*[Handwritten signature]*

NATALIE DEVENIN VERA  
Ejecutiva Innovación Agraria  
UPP - FIA

Fecha: 02, 02, 2016

*[Handwritten signature]*  
ALICE ESPINOZA OBIDIC  
Asistente de Operaciones  
UPP - FIA  
Fecha: 01, 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 .....	11
4. Anexos 12	
II. Detalle administrativo (Completado por FIA) .....	17



## I. Plan de trabajo

### 1. Antecedentes generales del proyecto

#### ETAPA I

##### 1.1. Nombre del proyecto

Rediseño de marca "Grano de sol"

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

Sector	Agrícola
Subsector	Otros cultivos y cereales
Rubro	Cultivos y cereales

##### 1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	<b>01.03.2017</b>
Fecha término	<b>28.02.2018</b>
Duración (meses)	<b>12</b>

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

Región(es)	Tarapacá
Provincia(s)	Del Tamarugal
Comuna(s)	Colchane, Alto hospicio, Iquique

##### 1.5. Producto

<b>Identificar Producto:</b> Indicar las características y/o atributos del producto	Producción de grano de quinoa y sus derivados. Quinoa de origen altioplánico, cultivadas sobre los 3500 m.s.n.m.
<b>N° de Resolución</b>	En trámite.

### 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	<b>Marcelina Mamani Canqui</b>
Giro	<b>Venta de quinua</b>
Rut	
Nombre completo representante legal	<b>Marcelina Mamani Canqui</b>

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

Entidad prestadora de servicios	
Nombre completo o razón social	Servicios Fredy Alejandro León Donoso E.I. R.L.
Giro	Asesoría empresarial y en materia de gestión
Rut	
Nombre completo representante legal	Fredy Alejandro León Donoso



Coordinador Entidad Prestadora de Servicios	
Nombre completo o razón social	Fredy Alejandro León Donoso
Giro	<b>Consultor</b>
Rut	
Nombre completo representante legal	Fredy Alejandro León Donoso

1.9. Identificación del **coordinador del proyecto IMA** <sup>1</sup>(completar Anexo 3).

Nombre completo	Matías Ismael Sánchez Monje
Teléfono	
E-mail	

## 2. Configuración técnica de la iniciativa

### 2.1. Objetivos del proyecto

#### 2.1.1. Objetivo general<sup>2</sup>

Elaboración e implementación de un plan de marketing para posicionar los productos en el mercado nacional.

#### 2.1.2. Objetivos específicos<sup>3</sup>

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Posicionar la marca grano de sol en el mercado nacional
2	Identificar los posibles clientes de granos de quinoa y sus derivados
3	Identificar los principales competidores del producto que existen en el mercado.
4	Caracterizar nutricionalmente los productos de Grano de sol
5	Rediseñar arquitectura de marca, logo, etiquetas y papelería de marca Grano de sol
6	Implementar soportes comunicacionales para marca Grano de Sol

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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 or initials in the top right corner.

## 2.2. Resultados esperados

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)	Fecha alcance Resultado
1	Estimación del aumento de la producción para permanencia en mercado.	Mayo 2017
2	Clientes identificados y cuantificados que podrán tener acceso a una producción futura.	Junio 2017
3	Identificación y cuantificación de los competidores de nuestro producto, que se encuentran en el mercado actual	Mayo 2017
4	Análisis proximal de productos derivados del grano de quinoa de la marca Grano de Sol	Agosto 2017
5	Marca, logo, etiquetas y papelería diseñados	Diciembre 2017
6	Catálogos, folletos y pendones confeccionados	Diciembre 2017



### 2.3. Hitos del proyecto

Objetivos Específicos	Hito Crítico <sup>4</sup>	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Etapa 1: Elaboración Plan de Marketing	Aprobación del plan de marketing por parte de FIA	Junio 2017
1	Cuantificación de la producción futura para permanecer y prevalecer en el mercado	Mayo 2017
2	Posibles clientes identificados y cuantificados	Mayo 2017
3	Establecimiento de número de característica de competidores de nuestro producto en el mercado actual	Mayo 2017
Etapa 2: Implementación del Plan de Marketing.	Aprobación de implementación de plan de marketing por parte de FIA	Febrero 2018
4	Productos derivados del grano de quinoa de la marca Grano de Sol analizados nutricionalmente	Agosto 2017
5	Marca, logo, etiquetas y papelería diseñados	Diciembre 2017
6	Catálogos, folletos y pendones confeccionados	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.

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

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

<sup>4</sup> 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



*Handwritten signature or initials in the top right corner.*

2.5. Carta Gantt: Indicar la secuencia cronológica para el desarrollo de las actividades señaladas anteriormente de acuerdo a la siguiente tabla:

N° OE	N° 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 <sup>8</sup>	Meta del indicador al término de la propuesta <sup>9</sup>	Medio de verificación

<sup>8</sup> Completar con el valor que tiene el indicador al inicio de la propuesta.

<sup>9</sup> 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	Marcelina Mamani Canqui	
Giro / Actividad	Venta de Quinua	
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)	38.13	
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)	si	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Los Mangos 2908, Alto Hospicio, Alto Hospicio, Provincia del Tamarugal, Región de Tarapacá	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Marcelina Mamani Canqui	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Productor	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Dueño empresa	
Firma representante legal		

*Handwritten initials/signature*



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

Nombre completo o razón social	Servicios Fredy Alejandro León Donoso E.I.R.L.	
Giro / Actividad	Asesoría Empresarial y en Materia de Gestión	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	X
	Personas naturales	
	Universidades	
	Otras (especificar)	
Número total de trabajadores	5 Profesionales vinculados a la propuesta	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Pasaje Siena 2788, Rancagua, Región de O'Higgins	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	<a href="http://www.innovaciónchile.webnode.cl">www.innovaciónchile.webnode.cl</a>	
Nombre completo representante legal	Fredy Alejandro León Donoso	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Director Ejecutivo	
Firma representante legal		

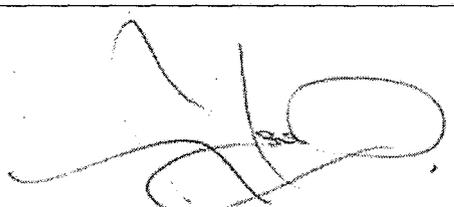


**Anexo 3.** Ficha identificación **coordinador de la iniciativa IMA.** Esta ficha debe ser llenada por el coordinador.

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	Fredy Alejandro León Donoso
RUT	
Profesión	Ingeniero E. Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Servicios Fredy Alejandro León Donoso E.I.R.L.
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Director Ejecutivo
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Pasaje Siena 2788, Villa Florencia, Rancagua
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.

### 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.