



Mano Bona AOP



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

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Formulación e implementación de un plan de marketing para posicionar, captar y comercializar jugos de frutos silvestres (RFNM) de la región de Aysén, Patagonia Chilena.
Ejecutor:	Yanett Carolina Jara Sanhueza
Código:	IMA-2016-0323
Fecha:	04.08.2016

[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]

ALICE ESPINOZA UJIDIC
sistema de Operaciones

04.08.2016

OFICINA DE DATOS E IN
RECEPCIONADO

Fecha 22 AGO 2016 11:59

Hora

Nº Ingreso 31898

[Handwritten signature]

NATALIE DEVENIN VERA
Ejecutiva Innovación Agraria
UPP - FIA

Fecha: 04.08.2016



Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
I. Plan de trabajo.....	3
1. Configuración técnica del proyecto	5
2. Costos totales consolidados	15
3. Anexos.....	17
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	24



I. Plan de trabajo

1. Antecedentes generales del proyecto

1.1. Nombre del proyecto

Formulación e implementación de un plan de marketing para Posicionar, Captar y Comercializar Jugos de Frutos silvestres (RFNM) de la región de Aysen, Patagonia Chilena

1.2. Sector, subsector, rubro y especie principal (si aplica), en que se enmarca el proyecto

Sector	Forestal
Subsector	Otros Forestales
Rubro	Otros Rubros Forestales
Especie (si aplica)	1-Amomyrtus luma (Cauchao) 2-Berberis Buxifolia(Calafate) 3-Aristotelia Chilensis (Maqui) 4-Ribes Rubrum (Grosella)

1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	01 de Agosto de 2016
Fecha término	31 de Marzo de 2017
Duración (meses)	8 meses

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

Región(es)	XI Región de Aysén
Provincia(s)	Coyhaique
Comuna(s)	Coyhaique

1.5. Producto

Identificar Producto: Indicar las características y/o atributos del producto	<i>Jugos elaborados con frutos silvestres (RFNM), envasados con duración de 1 año, con propiedades nutraceuticas de los Frutos del calafate, Maqui, Cauchao, Grosella y Zarparrilla</i>
N° de Resolución	<i>Resolución Exenta N° 543 fecha 11 de junio de 2012</i>



1.6. Línea de financiamiento del proyecto

X	Línea 1: Elaboración o reformulación del plan de marketing (máximo 3 meses).
X	Línea 2: Implementación del plan de marketing (máximo 9 meses).
Acciones de la línea 2 de financiamiento que realizará	
X	Análisis de laboratorios para evaluación de características de los productos e inclusión en etiquetas
X	Mejoramiento de procesos de elaboración o transformación de productos
	Diseño de productos
X	Envases
X	Estrategia de promoción y/o comunicación

1.7. Identificación del ejecutor (completar Anexo 1).

Nombre completo o razón social	Yanett Carolina Jara Sanhueza
Giro	Elaboración de Bebidas analcohólicas
Rut	
Nombre completo representante legal	Yanett Carolina Jara Sanhueza

1.8. Identificación del o los asociados (completar Anexo 2 para cada asociado).

Asociado 1	
Nombre completo o razón social	
Giro	
Rut	
Nombre completo representante legal	
Rut	
Nombre completo representante legal	

1.9. Identificación del coordinador del proyecto (completar Anexo 3).

Nombre completo	Yanett Carolina Jara Sanhueza
Teléfono	
E-mail	



2. Configuración técnica de la iniciativa

2.1. Objetivos del proyecto

2.1.1. Objetivo general¹

Formulación e implementación de un plan de marketing para Posicionar, Captar y Comercializar Jugos de Frutos silvestres de la región de Aysén, Patagonia Chilena

2.1.2. Objetivos específicos²

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Elaboración del plan de marketing
2	Realizar Análisis de laboratorios
3	Mejorar el proceso de elaboración
4	Implementación de Plan de marketing
5	Investigación y reconocimiento para jugos SurYuis
6	Anteproyecto para jugos de Frutos silvestres SurYuis
7	Desarrollo de Proyecto para los productos SurYuis
8	Formulación de Especificaciones Técnicas de diseño de etiquetas
9	Promoción y difusión de los resultados

¹ 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 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)
Elaboración del plan de marketing	1.1-Plan de Marketing para los productos de Jugos SurYuis.
Realizar Análisis de laboratorios	2.2-Obtención de análisis nutricional según lo requerido por la normativa vigente de los jugos de Calafate, maqui, Caucho y Grosella.
Mejorar el proceso de elaboración	3.3-Diseño y adquisición de olla concentradora para la obtención de jugos para incrementar la cantidad y calidad de producto obtenido.
Implementación de Plan de marketing	4.4- Ejecución del Plan de marketing.
Investigación y reconocimiento para jugos SurYuis	5.5- Informe de investigación y reconocimiento de marca Suryuis.
Anteproyecto para jugos de Frutos silvestres SurYuis	6.6- Diseños de moodboard general Diseño de concepto para branding. Diseño de logotipo.
Desarrollo de Proyecto para los productos SurYuis	7.7- Presentación de piezas gráficas o materiales que componen el total del proyecto.
Especificaciones Técnicas	8.8- Planimetrías y originales de impresión, Manual de marca de usos simple.
Promoción y difusión de los resultados	9.9- Impresión de material de difusión y promoción en TV, radio y diarios. Modificación de página web.



2.3. Hitos críticos³

Objetivo Específico (OE)	Hito Crítico ⁴	Fecha de cumplimiento (mes y año)
1.Elaboración del plan de marketing	Plan de Marketing	OCTUBRE de 2016
2.Realizar Análisis de laboratorios	Análisis Nutricional de los jugos de calafate, cauchao, grosella y maqui, según la normativa vigente	ENERO de 2017
3.Mejorar el proceso de elaboración	Diseño y adquisición de olla concentradora	ENERO de 2017
4.Implementación de Plan de marketing	Ejecución del Plan de marketing	OCTUBRE de 2016
5.Investigación y reconocimiento para jugos SurYuis	Presentación de investigación y concepto	DICIEMBRE de 2016
6.Anteproyecto para jugos de Frutos silvestres SurYuis	Diseños de conceptos, logotipo, diseño de etiqueta	ENERO de 2017
7.Desarrollo de Proyecto para los productos SurYuis	Branding más Packaging y materiales de soporte	FEBRERO de 2017
8.Especificaciones Técnicas	Entrega de manual	FEBRERO de 2017
9.Promoción y difusión de los resultados	Impresión de material de difusión Difusión y promoción en TV, radio y diarios Modificación de pagina web	MARZO de 2017

³ Un hito representa haber conseguido un logro importante en la propuesta, por lo que deben estar asociados a los resultados de éste. El hecho de que el hito suceda, permite que otras tareas puedan llevarse a cabo.

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



a. 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
1	1.1	Análisis de la situación Determinación de objetivos Elaboración y selección de Estrategias Plan de acciones, establecimiento de presupuesto y métodos de control	-Análisis históricos, causal y comportamiento de la fuerza de ventas -Estudio de mercado -Análisis FODA -Análisis Entorno, Imagen, posicionamiento en la red, mercado, red de distribución, competencia, producto y política de comunicación -Establecimiento de los objetivos -Definición del publico objetivo -Elaboración de estrategias -Llevar a cabo las acciones definidas
2	2.2	Enviar una muestra de cada producto a laboratorio para el análisis nutricional y la obtención de los resultados para el nuevo etiquetado	-Enviar un jugo de cada fruto para análisis -Incorporar cambios de tabla nutricional en nuevas etiquetas
3	3.3	Elaborar diseño industrial de olla concentradora para la fabricación	-Elaborar el diseño -Enviar diseño a fabricante -Utilizar olla concentradora
4	4.4	Ejecución del Plan de marketing	-Resumen ejecutivo -Análisis del entorno -Plan a futuro -Principales indicadores para medir la satisfacción y control

5	5.5	Investigación en terreno y gabinete de todo el entorno de los Jugos de frutos silvestres	<ul style="list-style-type: none"> -Investigación y reconocimiento de marca Sur Yuis en su entorno para conocer sus procesos, origen y todo el mundo que hoy rodea a la marca incluyendo sus exposiciones, ventas y proyecciones. - Investigación remota y presencial de competencia en Chile respecto a conceptos, cromática, comunicación, packaging, marca y exhibición en tiendas como en supermercados. -Investigación cromática, material y conceptual para marca y potenciar su discurso
6	6.6	Diseños de conceptos, logotipo, diseño de etiqueta	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño de moodboard general - Diseño de concepto para branding - Diseño de Logotipo - Diseño de branding general del proyecto, desarrollo del imaginario y lenguaje de marca, (fotografías, formas, etc) - Diseño de Etiqueta - Diseño de Packaging contenedor unitario - Diseño de Packaging contenedor (Case Pack) de unidades para despacho. -Propuesta de color y tipografías - Desarrollo conceptual material y espacial para marca - Diseño de soportes de marca simples tales como: Volantes, pendones u otros
7	7.7	Branding mas Packaging y materiales de soporte	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo final de concepto para branding según propuesta seleccionada - Desarrollo final de Logotipo según



			<p>propuesta seleccionada</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo final de imaginario y lenguaje de marca, (fotografías, formas, etc) según propuesta seleccionada - Desarrollo final de Etiqueta según propuesta seleccionada - Desarrollo final de Packaging según propuesta seleccionada - Desarrollo final de Case Pack según propuesta seleccionada -Propuesta de color y tipografías según propuesta seleccionada - Desarrollo final conceptual material y espacial para marca según propuesta seleccionada - Desarrollo final de soportes de marca simples tales como: Volantes, pendones u otros según propuesta seleccionada -Desarrollo de manual de marca de uso simple.
8	8.8	Entrega de manual	-Especificaciones técnicas para cada diseño. (troqueles, papeles, colores especiales, etc) y originales de impresión o producción (planimetrías)
9	9.9	Impresión de material de difusión Difusión y promoción en TV, radio y diarios Modificación de pagina web	-Folletos y dípticos -Difusión y promoción de los productos en TV, radio y diario regional. -Página web modificada www.suryuis.cl



[Handwritten signatures and initials]

b. 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 2016						Año 2017														
			Trimestre						Trimestre														
			Abr-Jun		Jul-Sep		Oct-Dic		Ene-Mar			Abr-Jun											
1	1.1	-Análisis históricos, causal y comportamiento de la fuerza de ventas -Estudio de mercado -Análisis FODA -Análisis Entorno, Imagen, posicionamiento en la red, mercado, red de distribución, competencia, producto y política de comunicación -Establecimiento de los objetivos -Definición del publico objetivo -Elaboración de estrategias -Llevar a cabo las acciones definidas					X	X															
2	2.2	-Enviar un jugo de cada fruto para análisis -Incorporar cambios de tabla nutricional en nuevas etiquetas										X	X										
3	3.3	-Elaborar el diseño de Olla Concentradora -Enviar diseño a fabricante -Utilizar olla concentradora								X	X												
4	4.4	-Resumen ejecutivo -Análisis del entorno -Plan a futuro -Principales indicadores para medir la satisfacción y control					X	X	X														



4. Anexos

Anexo 1. Ficha identificación del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	Yanett Carolina Jara Sanhueza	
Giro / Actividad	Elaboración de Bebidas anahalcólicas	
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)		
Exportaciones, último año tributario (US\$)	0	
Número total de trabajadores	1	
Usuario INDAP (sí / no)	NO	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Calle Valle Rio Turbio N° 2845, Villa valles de Aysen, Coyhaique	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web	www.suryuis.cl	
Nombre completo representante legal	Yanett Carolina Jara Sanhueza	
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal	Ingeniero Agrícola	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Gerente General	
Firma representante legal		



Anexo 2. Ficha identificación de los asociados. Esta ficha debe ser llenada para cada uno de los asociados al proyecto.

Nombre completo o razón social	
Giro / Actividad	
RUT	
Tipo de organización	Empresas
	Personas naturales
	Universidades
	Otras (especificar)
Ventas en el mercado nacional, último año tributario (UF)	
Exportaciones, último año tributario (US\$)	
Número total de trabajadores	
Usuario INDAP (sí / no)	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Dirección Web	
Nombre completo representante legal	
RUT del representante legal	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	
Firma representante legal	



Anexo 3. Ficha identificación coordinador y equipo técnico. Esta ficha debe ser llenada por el coordinador y por cada uno de los profesionales del equipo técnico.

Nombre completo	Yanett Carolina Jara Sanhueza
RUT	
Profesión	Ingeniero Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	SurYuis
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Gerente General
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Calle Valle Rio Turbio N°2845, Villa Valles de Aysen Coyhaique
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



Nombre completo	Samuel Alfonso Nahuelqueo Arce
RUT	
Profesión	Ingeniero Comercial
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Asesor Independiente
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Asesor Independiente
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Calle Las Américas N°857, Coyhaique
Teléfono fijo	
Fax	
Teléfono celular	
Email	
Firma	



Anexo 4. Plan de Marketing

I. Resumen ejecutivo
II. Análisis del entorno
Identificación y análisis de la competencia directa (¿Cuáles son los productos similares en el mercado, y cuáles son los atributos o cualidades?)
Análisis de los segmentos y mercado objetivos (¿Quién es mi cliente? Ej.: Canal Horeca, Tiendas Gourmet, persona natural – Descripción del segmento representativo. ¿Quién es el consumidor objetivo? Ej.: Mujeres, jefas de hogar, que buscan una alimentación saludable y rápida para su familia, y que prefiere el producto local. Describir el segmento del consumidor y del mercado al cual se quiere llegar.)
Análisis de la demanda y tendencias (¿Cuáles son los productos más valorados y que marcan una pauta dentro del mercado, según los requerimientos y anhelos del consumidor objetivo?)
Análisis de provisión del producto y participaciones de mercado
Conocimiento del producto y sus atributos (¿Cuáles son las cualidades y virtudes del producto? ¿Para la salud, bienestar y/o experiencia de consumo?, ¿Cuál es su ritual, historia, tradición o valor cultural? Resumir estas características que otorgan valor agregado al producto.)



Análisis de los hábitos de uso del producto

(Comportamiento del consumidor. ¿Qué es y para qué sirve?, ¿Cómo se utiliza?, ¿Dónde se utiliza? Ej.: En Raestaurants, ¿Cuándo se utiliza? Ej.: Celebraciones tradicionales, etc.

Análisis del desempeño de la mezcla comercial y cada una de sus herramientas

(Indicar cuatro puntos de la situación actual) (Estrategia de marketing en función de las 4 P mencionadas anteriormente – Producto, Precio, Plaza, Promoción – en coherencia al segmento y mercado objetivo.

Análisis de los elementos del medioambiente y de contexto relevantes, que considere los aspectos Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos (PEST)

Análisis FODA

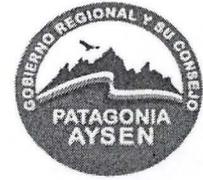
(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del producto con respecto al mercado previamente estudiado.)

III. Plan a futuro

Objetivos de provisión de servicio

Objetivos y Estrategia en Marketing

Estrategia de Posicionamiento *(dónde estamos y dónde queremos estar) (¿Dónde veo mi producto en "x" tiempo?)*



Mezcla de Marketing <i>(Indicar al menos cuatro puntos de lo que se quiere hacer con el Plan de Marketing)</i>
1.- 2.- 3.- 4.-
Arquitectura de marca <i>(Identidad de la marca, comunicación gráfica, Principios de la marca.)</i>
Presupuesto
IV. Principales indicadores para medir la satisfacción y control