



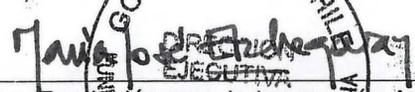
Mapa bases AOP
NA.

OFICINA DE PARTES 1 FIA
RECEPCIONADO
Fecha 13 MAR 2017
Hora 14:18
Nº Ingreso 37.250

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

PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	En busca de una imagen y presentación para Secretos de Campo, posicionando en la mente de los consumidores su oferta
Ejecutor:	Amanda Rivera Foitzick
Código:	IMA-2016-0853 ✓
Fecha:	01.03.2017


 Firma por Fundación para la Innovación Agraria


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


 ALICE ESPINOZA OBIDIC
 Asistente de Operaciones
 UPP - FIA
 Fecha: 01.03.2017

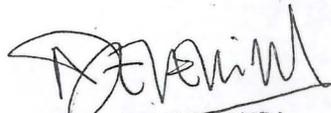

 NATALIE DEVENIN VERA
 Ejecutiva Innovación Agraria
 UPP - FIA
 Fecha: 02.03.2017





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	12
4. Anexos	14
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	20

I. Plan de trabajo

1. Antecedentes generales del proyecto

ETAPA I

1.1. Nombre del proyecto

En busca de una imagen y presentación para Secretos de Campo, posicionando en la mente de los consumidores su oferta.

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

Sector	Agrícola
Subsector	Frutales Menores - Plantación Forestales no Tradicionales
Rubro	Berries- Plantación Forestales no Tradicionales

1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	20 de Marzo 2017
Fecha término	20 de Febrero 2018
Duración (meses)	12 meses

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

Región(es)	Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo
Provincia(s)	Coyhaique
Comuna(s)	Coyhaique

1.5. Producto

Identificar Producto: Indicar las características y/o atributos del producto	Jugos, Concentrados y Mermeladas Productos elaborados con materias primas provenientes de recolección silvestre que le confieren un sello de producción natural lo que se complementa con un proceso igualmente natural, sin preservantes y colorantes, atributos valorados por los consumidores. Entre las materias primas se encuentra el calafate, maqui, rosa mosqueta, grosella, zarzaparrilla, frutilla, nalca, ruibarbo, sauco, especies con un alto valor nutraceutico, que incluyen además especies como diente de león, chilco, menta y lavanda que generan una diferenciación en sabores potenciando su atributo nutraceutico. Son productos locales elaborados a partir de frutos silvestres con identidad regional.
--	---

N° de Resolución	RS N°702 DEL 26/07/2012
-------------------------	-------------------------

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
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
	Promoción en puntos de venta (ferias, supermercados, entre otros)
	Impresión material de difusión

1.7. Identificación del ejecutor (completar Anexo 1).

Nombre completo o razón social	Amanda Manuela Rivera Foitzick
Giro	Agrícola / Venta de conservas y productos envasados
Rut	
Nombre completo representante legal	Amanda Manuela Rivera Foitzick

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

Entidad prestadora de servicios	
Nombre completo o razón social	Notorio Producción de Eventos Ltda.
Giro	Agencia Publicidad
Rut	
Nombre completo representante legal	Daniel Andrés Ferrera Leiva



Coordinador Entidad Prestadora de Servicios	
Nombre completo o razón social	Andrea Paz Fernández Bombin
Giro	
Rut	
Nombre completo representante legal	Andrea Paz Fernández Bombin

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

Nombre completo	Amanda Manuela Rivera Foitzic
Teléfono	
E-mail	

2. Configuración técnica de la iniciativa

2.1. Objetivos del proyecto

2.1.1. Objetivo general²

Posicionar la línea de productos Secretos de campo en mercado de nicho, a través del desarrollo de su imagen de marca, producto y de una estrategia de promoción, impulsando el posicionamiento de esta línea de productos en mercado de especialidad.

2.1.2. Objetivos específicos³

Nº	Objetivos Específicos (OE)
1	Diseñar un plan de marketing que permita caracterizar el mercado objetivo y desarrollar estrategia para posicionar los productos en el mercado definido

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 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.



2	Desarrollar el potencial de negocios de la línea de productos gourmet, potenciándola, a través del diseño de marca y producto, envase, embalaje y estrategia promocional.
3	Adquirir equipamiento "Embolsadora y dosificadora de pulpas" para mejorar presentación productos
4	Implementar actividades definidas en el plan de marketing para posicionar producto en mercado objetivo.



Handwritten marks: a checkmark and a stylized letter 'A'.

2.2. Resultados esperados

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)	Fecha alcance Resultado
1	Plan de Marketing Diseñado y Validado	Junio 2017
2	Nuevo diseño de Marca, envases , embalaje y elementos promocionales para línea de productos Secreto de Campo	Noviembre 2017
3	Equipamiento Embolsadora y dosificadora de pulpas adquirida	Septiembre 2017
4	Actividades de Promoción desarrolladas	Febrero 2018



2.3. Hitos del proyecto

Objetivos Específicos	Hito Crítico ⁴	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Etapa 1: Elaboración Plan de Marketing	Aprobación del plan de marketing por parte de FIA	Junio 2017
Etapa 2: Implementación del Plan de Marketing.		
2	Imagen de marca y producto desarrollada	Noviembre 2017
4	Lanzamiento producto con nueva imagen	Febrero 2018

* 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



Handwritten mark or signature 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 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	Amanda Manuela Rivera Foitzick	
Giro / Actividad	Agrícola/ venta de conservas y productos envasados	
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)	750	
Exportaciones, último año tributario (US\$)		
Número total de trabajadores		
Usuario INDAP (sí / no)		
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Alfonso Serrano N° 841, Coyhaique, Coyhaique, Aysen	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal		
RUT del representante legal		
Profesión del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante		
Firma representante legal		

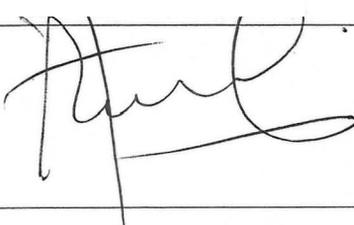


Anexo 2. Ficha identificación de la entidad prestadora de servicios.

Nombre completo o razón social	Notorio Producción de Eventos Ltda.	
Giro / Actividad	Agencia Publicidad	
RUT		
Tipo de organización	Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>
	Personas naturales	<input type="checkbox"/>
	Universidades	<input type="checkbox"/>
	Otras (especificar)	<input type="checkbox"/>
Número total de trabajadores	2	
Dirección (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Prieto Norte 86	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	Daniel Andrés Ferrera Leiva	
RUT del representante legal		
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Diseñador Gráfico	
Firma representante legal		



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

Nombre completo	Amanda Manuela Rivera Foitzick
RUT	
Profesión	Egresada Técnico Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Amanda Manuela Rivera Foitzick
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Gerente
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Alfonso Serrano N° 841, Coyhaique, Coyhaique, Aysén
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	Andrea Paz Fernández Bombin
RUT	
Profesión	Ingeniero Ejecución Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Prieto Norte 86, Temuco
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.