Informe técnico de avance

Nombre del proyecto	Fortalecimiento de viña armidita dentro de los productos Premium regional y nacional
Código del proyecto	IMA-2018-0701
Nº de informe	4
Período informado	desde el 17/12/2019 hasta el 8/01/2021
Fecha de entrega	29 enero 2021

INSTRUCCIONES PARA CONTESTAR Y PRESENTAR EL INFORME

- Todas las secciones del informe deben ser contestadas, utilizando caracteres tipo Arial, tamaño 11.

- Sobre la información presentada en el informe:

  - Debe estar basada en la última versión del Plan Operativo aprobada por FIA.
  - Debe ser resumida y precisa. Si bien no se establecen números de caracteres por sección, no debe incluirse información en exceso, sino solo aquella información que realmente aporte a lo que se solicita informar.
  - Debe ser totalmente consiste en las distintas secciones y se deben evitar repeticiones entre ellas.
  - Debe estar directamente vinculada a la información presentada en el informe financiero y ser totalmente consistente con ella.

- Sobre los anexos del informe:

  - Deben incluir toda la información que complemente y/o respalde la información presentada en el informe, especialmente a nivel de los resultados alcanzados.
  - Se deben incluir materiales de difusión, como diapositivas, publicaciones, manuales, folletos, fichas técnicas, entre otros.
  - También se deben incluir cuadros, gráficos y fotografías, pero presentando una descripción y/o conclusiones de los elementos señalados, lo cual facilite la interpretación de la información

- Sobre la presentación a FIA del informe:

  - Se deben entregar tres copias iguales, dos en papel y una digital en formato Word (CD o pendrive).
  - La fecha de presentación debe ser la establecida en el Plan Operativo del proyecto, en la sección detalle administrativo. El retraso en la fecha de presentación del informe generará una multa por cada día hábil de atraso equivalente al 0,2% del último aporte cancelado.
  - Debe entregarse en las oficinas de FIA, personalmente o por correo. En este último caso, la fecha valida es la de ingreso a FIA, no la fecha de envío de la correspondencia.

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES GENERALES 4
2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO..... 4
3. RESUMEN DEL PERÍODO ANTERIOR..... 5
4. RESUMEN DEL PERÍODO INFORMADO 6
5. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO..... 6
6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE)..... 6
7. RESULTADOS ESPERADOS (RE)..... 7
8. CAMBIOS Y/O PROBLEMAS 8
9. ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERÍODO..... 9
10. HITOS CRÍTICOS DEL PERÌODO..... 10
11. CAMBIOS EN EL ENTORNO..... 12
12. DIFUSIÓN..... 12
13. CONCLUSIONES 13
14. ANEXOS..... 15

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	Lady Ramírez Ibarbe
Nombre(s) Asociado(s):	
Coordinador del Proyecto:	Lady Ramírez Ibarbe
Regiones de ejecución:	Atacama
Fecha de inicio iniciativa:	01/05/2019
Fecha término Iniciativa:	31/07/2020

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

Costo total del proyecto	
Aporte total FIA	
Aporte Contraparte	Pecuniario
	No Pecuniario
	Total

Acumulados a la Fecha	
Aportes FIA del proyecto	
1. Aportes entregados	Primer aporte
	Segundo aporte
	Tercer aporte
	n aportes
2. Total de aportes FIA entregados (suma Nº1)	
3. Total de aportes FIA gastados	
4. Saldo real disponible (Nº2 – Nº3) de aportes FIA	
Aportes Contraparte del proyecto	
1. Aportes Contraparte programado	Pecuniario
	No Pecuniario
2. Total de aportes Contraparte gastados	Pecuniario
	No Pecuniario
3. Saldo real disponible (Nº1 – Nº2) de aportes Contraparte	Pecuniario
	No Pecuniario

2.1 Saldo real disponible en el proyecto

Indique si el saldo real disponible, señalado en el cuadro anterior, es igual al saldo en el Sistema de Declaración de Gastos en Línea (SDGL):

SI	
NO	x

2.2 Diferencia entre el saldo real disponible y lo ingresado en el SDGL

En el caso de que existan diferencias, explique las razones.

3. RESUMEN DEL PERÍODO ANTERIOR

Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos en el período anterior a éste informe. Entregar valores cuantitativos y cualitativos.

Se trabajó la mejor forma de poder aumentar las ventas en el mercado nacional dándole un mayor énfasis al packingin de los productos. En la última fecha se realizaron compra de bolsas corporativas de manera que se aprecie y se le de fuerza a la marca. Se realizaron capsulas de videos pequeños, toma de fotografías del producto profesional, para el manejo en redes sociales y dar a conocer de mejor manera los productos de la viña armidita. A Cada producto se le incorporo una caja individual para darle una mayor visibilidad y que pueda penetrar de mejor forma en el mercado nacional.

4. RESUMEN DEL PERÍODO INFORMADO

Informar de manera resumida las principales actividades realizadas y los principales resultados obtenidos en el período informado. Entregar valores cuantitativos y cualitativos.

Se termina con el plan de Marketing para viña Armdita

Se compraron los equipamientos que se habían planteados en el proyecto, una maquina embotelladora y una maquina encapsuladora, ambas para agilizar el proceso de llenado y colocado de capsula automática el cual ha sido de mucha utilidad para la empresa, dado que se acortaron los tiempos de proceso final del producto lo que permite una mayor rentabilidad para la empresa, además de la agilización de los tiempos de llenado y encapsulado de los productos.

Se reforzó la marca a través de un trabajo de reforzamiento de marca con diferentes capítulos que incluye hasta la vendimia 2021, de modo de ir dándole valor a la marca Armidita.

Se compra botellas pequeñas souvenir de 250 ml para cada producto y se diseña la etiqueta de cada uno de ellos y una caja corporativa que contiene 3 productos de la viña, muy útil para venta de regalos corporativos, regalos especiales como por ejemplo el día de la madre, día del padre, navidad, etc.

Elaboración de un catálogo virtual/ Brouchure de los productos de viña Armidita, para ser mostrado a importadores en reuniones virtuales.

Elaboración de un packangin atractivo para los vinos y piscos de viña Armidita

Elaboración de un packangin atractivo que une los diferentes productos de la viña Armidita

5. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Posicionarnos en la región y a nivel nacional como una marca de calidad, artesanal pero Premium, que posee productos innovadores y presentes en la mayor cantidad de puntos de ventas posibles.

6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS (OE)

2.1 Porcentaje de Avance

El porcentaje de avance de cada objetivo específico se calcula luego de determinar el grado de avance de los resultados asociados a éstos. El cumplimiento de un 100% de un objetivo específico se logra cuando el 100% de los resultados asociados son alcanzados.

Nº OE	Descripción del OE	% de avance a la fecha
	Desarrollo de plan de marketing para productos Armidita para mejorar su competitividad en el mercado nacional.	100
	Implementar plan de marketing para desarrollar el mercado regional y nacional	100

7. RESULTADOS ESPERADOS (RE)

3.1 Cuantificación del avance de los RE a la fecha

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
1								100

Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.
Se termina el plan de marketing para viña Armidita con un 100%

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
								100%

Descripción y justificación del avance de los resultados esperados a la fecha.
Se Termina con el plan de Marketing en un 100%

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)					% de avance a la fecha
			Nombre del indicador	Fórmula de cálculo	Estado actual del indicador	Meta del indicador (situación final)	Fecha alcance meta	
								100%

8. CAMBIOS Y/O PROBLEMAS

Especificar los cambios y/o problemas en el desarrollo del proyecto durante el período informado.

Describir cambios y/o problemas	Consecuencias (positivas o negativas), para el cumplimiento del objetivo general y/o específicos	Ajustes realizados al proyecto para abordar los cambios y/o problemas
Se han producido problemas por la contingencia que está pasando el país.	Consecuencia de atención de las empresas para cotizar diseños, y estilos de cajas	Cambio de fechas para lograr los objetivos

9. ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERÍODO

9.1 Actividades programadas en el plan operativo y realizadas en el período del informe

Búsqueda de información, búsqueda de empresas para desarrollar las actividades del plan de marketing y cotizaciones.
Compra de maquinarias
Elaborar diseños de productos/ catalogo.
Reuniones con proveedores para lograr los objetivos deseados
Búsqueda de empresas para elaborar los productos.

9.2 Actividades programadas y no realizadas en el período del informe

-No aplica

9.3 Actividades programadas para otros períodos y realizadas en el período del informe

-Busca de información de las actividades que se van a realizar en la ejecución del plan de marketing,

9.4 Actividades no programadas y realizadas en el período del informe

-No aplica

10. HITOS CRÍTICOS DEL PERÌODO

Hitos críticos	Fecha programada de cumplimiento	Cumplimiento (SI / NO)	Documentación de respaldo (indique en que nº de anexo se encuentra)
Equipamiento Maquina encapsuladora	abril	SI	Factura 5544
Maquina llenadora de botellas	abril	si	Factura 4929
Fotografias profesionales de cada producto	septirmbre	si	Factura N° 12
Diseño de etiquetas en mini Layout de etiquetas	Agosto	si	Factura 11 Factura 6254
Compra de botellas promocionales Elaboración de bolsas promocionales	nov	si	Fact 155 Fact
Capsulas promocionales Catalogo virtual, brouchure Set de fotografía como material de alimentación .viña	Nov	si	Fact 155
Alimentación redes sociales	Nov	si	Fact N° 20
Elaboración de cajas promocionales individuales para cada productos.	Dic	si	Fact182774

10.1. En caso de hitos críticos no cumplidos en el período, explique las razones y entregue una propuesta de ajuste y solución en el corto plazo.

Se readecuo Fechas para lograr los objetivos

11. CAMBIOS EN EL ENTORNO

Indique si han existido cambios en el entorno que afecten el proyecto en los ámbitos tecnológico, de mercado, normativo y otros

No aplica

12. DIFUSIÓN

12.1 Describa las actividades de difusión programadas durante el período:

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes	Documentación Generada

12.2 Describa las actividades de difusión realizadas durante el período:

Fecha	Lugar	Tipo de Actividad	Nº participantes*	Documentación Generada*

*Debe adjuntar en anexos material de difusión generado y listas de participantes

13. CONCLUSIONES

13.1 ¿Considera que los resultados obtenidos hasta la fecha permitirán alcanzar el objetivo general del proyecto?

Si los objetivos se cumplieron.

13.2 ¿Considera que el objetivo general del proyecto se cumplirá en los plazos establecidos en el plan operativo?

Si se dio cumplimiento al objetivo..

13.3 ¿Ha tenido dificultades o inconvenientes en el desarrollo del proyecto?

Si, se tuvieron que realizar postergación de los plazos de entrega del proyecto, que fueron propios de la contingencia actual, retraso por no encontrar las empresas adecuadas para desarrollar ciertas actividades.

Otro de los inconvenientes fue el retraso propiamente tal por parte de la empresa que tuvo que enfrentar la gran tragedia de enero 2020 la cual resulto ser una de las empresas más azotada en la región de Atacama, lo que resto energías para enfocarse en su totalidad a este proyecto.

13.4 ¿Cómo ha sido el funcionamiento del equipo técnico del proyecto y la relación con los asociados, si los hubiere?

No aplica

13.5 En relación a lo trabajado en el período informado, ¿tiene alguna recomendación para el desarrollo futuro del proyecto?

No

13.6 Mencione otros aspectos que considere relevante informar, (si los hubiere).

14. ANEXOS

Realice y enumere una lista de documentos adjuntados como anexos.