

GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

PLAN OPERATIVO P UFF 73 01

Innovación en Marketing Agroalimentario 2009

NOMBRE INICIATIVA:	CREACION DE UNA MARCA ASOCIADA AL VINO DE AUTOR PARA IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION POTENCIANDO LA WEB 2.0, PARA LA EMPRESA PETITS PLAISIRS.
EJECUTOR:	COMERCIALIZADORA GARAU Y FARIAS LTDA. PETITS PLAISIRS (NOMBRE FANTASIA)
CODIGO:	IMA-2009-0337
FECHA:	06/08/2009

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL

CODIGO (Uso interno)	IMA-2009-0337
----------------------	---------------

I. ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROPUESTA

1. LINEA(S) DE FINANCIAMIENTO:

PLAN DE MARKETING	x	SONDEO DE MERCADO		DISEÑOS	X
-------------------	---	-------------------	--	---------	---

2. NOMBRE DE LA PROPUESTA:

CREACION DE UNA MARCA ASOCIADA AL VINO DE AUTOR PARA IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION POTENCIANDO LA WEB 2.0, PARA LA EMPRESA PETITS PLAISIRS.

3. SECTOR:

AGROINDUSTRIAL

4. PRODUCTO(S):

VINOS (VINOS DE AUTOR)

5. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

REGION	LOCALIDAD
RM, VI Y VII (procedencia Vinos de Autor)	

6. PERIODO DE EJECUCION:

FECHA DE INICIO	1° de Agosto 2009
FECHA DE TÉRMINO	15 Diciembre 2009
DURACIÓN (Máximo 6 meses)	4 ½ meses

7. RESUMEN DE COSTOS Y APORTES:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

8. IDENTIFICACION DE LAS EMPRESAS POSTULANTES (Completar Anexos I y II)

NOMBRE EMPRESA	GIRO / ACTIVIDAD	RUT EMPRESA	REPRESENTANTE LEGAL	FIRMA
Comercializadora Garau y Farias Ltda. PETITS PLAISIRS	Ventas prod. gourmet y mayorista en Vinos		LORETO GARAU	

9. IDENTIFICACION DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE (En el caso de postulaciones de más de una empresa, identifique la responsable):

NOMBRE EMPRESA	COMERCIALIZADORA GARAU Y FARIAS LTDA. PETITS PLAISIRS (NOMBRE FANTASIA)
----------------	--

10. IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA POSTULANTE RESPONSABLE

NOMBRE	LORETO GARAU AIRD
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	
FIRMA	

11. IDENTIFICACION DEL COORDINADOR DE LA INICIATIVA (Completar Anexo III)

NOMBRE	LORETO GARAU AIRD
RUT	
TELEFONO	
E-MAIL	

FIRMA	
-------	--

12. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

General: Desarrollar un plan de Marketing para implementar eficientemente la producción de diseños que ayuden a potenciar la comercialización de los vinos de autor. A través de la creación de productos corporativos para la marca vinos de autor, esto potenciará su estrategia de posicionamiento de mercado a través de elementos tangibles y reconocibles por los potenciales clientes y consumidores de sus vinos de autor, incrementará las ventas en los segmentos definidos en el plan de marketing e introducirá al mercado su concepto diferenciador e innovador: Petits Plaisirs “Lider en Vinos de Autor en Chile”
Específicos: (Máximo 3) 1.Desarrollar un Plan de Marketing 2. Diseñar y desarrollar productos corporativos para la marca vinos de autor 3. Evaluar financieramente la incorporación del diseño en la comercialización y difusión de Vinos de autor.

II. PARA CADA LINEA DE FINANCIAMIENTO

II.1 PLAN DE MARKETING

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	1º de Agosto 2009
FECHA DE TÉRMINO	15 de Septiembre 2009
DURACIÓN	45 días

3. OBJETIVOS:

General:
El objetivo del Plan de Marketing es el de formular estrategias para el posicionamiento de la marca de vinos de autor a través de la validación del mercado objetivo, estimar la rentabilidad del proyecto y proponer un plan de acción para mejorar la difusión y comercialización de los vinos de autor.
Específicos: (Máximo 3)
1. Identificar y validar el mercado objetivo. 2. Estimar la rentabilidad del proyecto: económica y financieramente. 3. Desarrollar un plan de acción para la difusión y comercialización.

4. METODOLOGÍA (Detalle el proyecto de Plan de Marketing a desarrollar)

La metodología a utilizar se basa en potenciar la marca de la línea de productos: vino de autor, la que ya ha estado siendo difundida por la empresa. Por lo que es necesario validar el mercado objetivo, realizar una estimación financiera y formular un plan de acción para alcanzar los fines propuestos, considerando, no solo los aspectos meramente económicos, sino que también los aspectos técnicos, legales y sociales del proyecto. Desde el punto de vista de actividades, priorizar la generación y gestión de la demanda sobre la construcción de marca, no sólo por su impacto más inmediato sobre el negocio, sino por su carácter más medible que nos ayudará a alinear marketing y negocio y a justificar la inversión realizada.

5. RESULTADOS ESPERADOS E INDICADORES

Nº	Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo al que responde
1	Definir el mercado objetivo		1
2	Analizar la situación y perspectivas del mercado objetivo en el que la empresa se ubicará.		1
3	Entrevistas a personajes claves (Líderes de opinión) (Focus Group)		1
4	Estimar precio del producto.		2
5	Desarrollar un plan financiero		2
6	Hacer una planificación en donde se estudien las características del producto que son importantes para el mercado objetivo, ordenando todos los productos según las mismas.		3

6. ESTRUCTURA DE COSTOS (Adjuntar en archivo Excel, de acuerdo al detalle de la estructura de costos FIA)

ITEM (a)	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
EQUIPAMIENTO						
INFRAESTRUCTURA						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
CAPACITACION						
DIFUSION						
GASTOS GENERALES						
GASTOS DE ADMINISTRACION						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura, Capacitación, Difusión y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

7. EQUIPO PROFESIONAL

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
VAN CONSULTORES	B	Diseño de Plan de Marketing
Loreto Garau Aird	A	Coordinación del Plan de Marketing

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- Coordinador
- Asesor o consultor externo
- Técnico de apoyo
- Administrativo
- Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo IV las fichas del equipo técnico y el Anexo V los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros.

8. CARTA GANTT (45 días)

LINEA DE FINANCIAMIENTO	Actividad	MES 1				MES 2				MES 3			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
PLAN DE MARKETING	Identificación y validación del mercado objetivo	X	X	X									
PLAN DE MARKETING	Formulación de estimación financiera.			X	X								
PLAN DE MARKETING	Desarrollo de un plan de acción para poner en marcha el proyecto.					X	X						
PLAN DE MARKETING	Rendiciones y finalización						X	X					

II.3 DISEÑOS

1. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

2. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

FECHA DE INICIO	15 de Septiembre 2009
FECHA DE TÉRMINO	15 de Diciembre 2009
DURACIÓN	3 meses

3. OBJETIVOS

a. Objetivos

General:
Diseñar y desarrollar productos corporativos para la marca vinos de autor, esto potenciará su estrategia de posicionamiento de mercado a través de elementos tangibles y reconocibles por los potenciales clientes y consumidores de sus vinos de autor, incrementará las ventas en los segmentos definidos en el plan de marketing e introducirá al mercado su concepto diferenciador e innovador: Petits Plaisirs “Lider en Vinos de Autor en Chile”
Específicos: (Máximo 3)
1. Diseñar y desarrollar la identidad de marca de vinos de autor. 2. Diseñar y desarrollar los productos corporativos de la marca vinos de autor 3. Diseñar y desarrollar el sitio Web de la marca vinos de autor.

4. METODOLOGÍA

La metodología que se emplea se sustenta en el entendimiento respecto a las organizaciones, la visión y la misión de éstas, de tal manera que las estrategias y el desarrollo de nuevos productos o servicios son orientados a resolver las necesidades específicas de cada uno de sus clientes.

La Identidad de marca de una empresa se sustenta en torno a una serie de definiciones respecto de sus productos, su organización, su personalidad y sus símbolos. La estructuración de estos elementos y su combinatoria es lo que la opinión pública percibe, a esto llamamos la imagen de marca y tiene que ver con los juicios que la opinión pública se hace respecto de la empresa.

El alcance de esta metodología involucra no sólo la imagen gráfica, sino también los espacios donde las empresas desarrollan su negocio. Aportando un valor agregado a la marca, que tiene directa relación entre su estilo e imagen y lo que proyecta al mercado a través de los puntos de contacto.

b. Resultados Esperados e Indicadores

Resultado o producto		Descripción	Indicador de cumplimiento	Nº del objetivo
Nº	Nombre			
1	Creación de la marca.	Consiste en la recopilación de los principales antecedentes para poder realizar el desarrollo de la marca y la estrategia de posicionamiento de ésta.		1
2	Rescate del marco de restricciones.	Consiste en determinar los requerimientos sobre los cuales se diseñará la Marca.		1

3	Diseño de la Imagen de Marca.	Se realizará la definición del diseño de la Imagen de Marca , a partir de los conceptos seleccionados en la etapa anterior.	1
4	Asesoría en desarrollo de stand movil.	Asesoría en desarrollo de producto, la cual considerará: Asesoría en el desarrollo de la tipología de productos y Asesoría en el diseño y desarrollo del stand.	2
5	Desarrollo de contenidos.	Se desarrollan los contenidos que llevaran las aplicaciones gráficas, para esto se revisarán en conjunto con el equipo de apoyo de proyecto, considerando aspectos que potencien la oferta de negocio.	2
6	Aplicaciones gráficas.	Diseño de las Graficas	2
7	Producción de aplicaciones gráficas.	Fabricaciones de las piezas gráficas y branding: Tarjetas de presentación, pendones, afiches y dípticos, se consideran en esta etapa la gestión con la imprenta y proveedores, guillotinos, las pruebas de colores correspondientes a cada una de las piezas diseñadas y la supervisión.	2
8	Desarrollo y Asesoría en Pagina Web	Se asesorara en marketing web.	3

c. Estructura de costos y aportes para Diseño

ITEM	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
GASTOS GENERALES						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

(a) Los ítems Equipamiento, Infraestructura y Gastos de Administración no son financiados por FIA.

d. Equipo profesional

Nombre	Tipo (1)	Función o tarea a desarrollar
Kurt Vega Olate	E	Diseñador grafico Industrial
Loreto Garau Aird	A	Coordinador
Francisco Céspedes	B	Diseño pagina web
Cristina Farias	C	Asesoría en área agroindustrial
TRIMAGE	E	Desarrollo de productos

(1) Utilizar las siguientes categorías:

- Coordinador
- Asesor o consultor externo
- Técnico de apoyo
- Administrativo
- Empresa de servicios (como ejemplos: publicista, diseñador gráfico)

Completar en Anexo VII las fichas del equipo técnico y el Anexo VIII los Currículum Vitae y cotizaciones en el caso de contratar un Servicio de Terceros.

5. CARTA GANTT (3 meses)

		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
LINEA DE FINANCIAMIENTO	Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
DISEÑO	Creación de marca: Definición del marco de restricciones							X													
DISEÑO	Creación de marca: Exposición de las propuestas							X	X												
DISEÑO	Creación de marca: Exposición de la marca final.								X	X											
DISEÑO	Patentación de marca.									X	X										
DISEÑO	Diseño de papelería Básica										X	X	X	X							
DISEÑO	Diseño de Productos corporativos												X	X	X	X					
DISEÑO	Comprar el Hosting .							X													
DISEÑO	Diseño y desarrollo de la pagina web							X	X	X	X	X	X	X	X	X					
DISEÑO	Producción de diseños gráficos													X	X	X	X	X	X	X	
DISEÑO	Rendiciones y finalización																			X	X

Consolidado total proyecto

ITEM	FIA		EMPRESA(S)		TOTAL	
	\$	%	\$	%	\$	%
RRHH						
VIATICOS/MOVILIZACION						
MATERIALES E INSUMOS						
SERVICIOS DE TERCEROS						
GASTOS GENERALES						
IMPREVISTOS						
TOTAL						

ANEXOS

ANEXO I: FICHA DE DATOS DE LA(S) EMPRESA(S) POSTULANTE(S)

Ficha Empresa(s) Postulante(s)

NOTA. Si postulan varias empresas, cada una deberá llenar su ficha de datos.

Nombre de la organización, institución o empresa	COMERCIALIZADORA GARAU Y FARIAS LTDA			
RUT de la Organización				
Tipo de Organización	Pública	☐	Privada	☒
Dirección				
País	Chile			
Región	RM			
Ciudad o Comuna	Santiago			
Fono				
Fax				
Email				
Web	www.petitsplaisirs.cl			
Tipo entidad (A)				

(A) Ver notas al final de este anexo

(A) Tipo de entidad

Universidades Nacionales
Universidades Extranjeras
Instituciones o entidades Privadas
Instituciones o entidades Públicas
Instituciones o entidades Extranjeras
Institutos de investigación
Organización o Asociación de Productores pequeños
Organización o Asociación de Productores mediano-grande
Empresas productivas y/o de procesamiento
Sin clasificar

ANEXO II: FICHA DE DATOS PERSONALES REPRESENTANTE LEGAL

Ficha Representante(s) Legal(es)

NOTA: Se deberá completar esta ficha tantas veces como números de representantes legales participen.

Nombres	Loreto Andrea		
Apellido Paterno	Garau		
Apellido Materno	Aird		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	COMERCIALIZADORA GARAU Y FARIAS LTDA		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública	☐	Privada ☒
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente comercial		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	RM		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	www.petitsplaisirs.cl		
Género	Masculino ☐	Femenino ☒	X
Etnia (A)			
Tipo (B)	Profesional		

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO III: FICHA DE DATOS PERSONALES COORDINADOR

Ficha Coordinador

Nombres	Loreto Andrea		
Apellido Paterno	Garau		
Apellido Materno	Aird		
RUT Personal			
Nombre de la Organización o Institución donde trabaja	COMERCIALIZADORA GARAU Y FARIAS LTDA		
RUT de la Organización			
Tipo de Organización	Pública		
Cargo o actividad que desarrolla en ella	Gerente comercial		
Profesión	INGENIERO AGRÓNOMO		
Especialidad	ENOLOGO		
Dirección (laboral)			
País	Chile		
Región	RM		
Ciudad o Comuna			
Fono			
Fax			
Celular			
Email			
Web	www.petitsplaisirs.cl		
Género	Femenino		
Etnia (A)			
Tipo (B)	Profesional		

(A), (B): Ver notas al final de este anexo

(A) Etnia

Mapuche
Aimará
Rapa Nui o Pascuense
Atacameña
Quechua
Collas del Norte
Kawashkar o Alacalufe
Yagán
Sin clasificar

(B) Tipo

Productor individual pequeño
Productor individual mediano-grande
Técnico
Profesional
Sin clasificar

ANEXO IV FICHAS EQUIPO TECNICO

Complete esta ficha para cada integrante del Equipo Técnico por línea de financiamiento.

LINEA DE FINANCIAMIENTO: DISEÑO	
FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES	
Nombre completo	Cristina Farias Nuñez
RUT	
Fecha de Nacimiento y lugar	
Nacionalidad	Chilena
Dirección particular (indicar comuna y región)	
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Género (Masculino o femenino)	femenino
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameña, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	Independiente
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	
Cargo que ocupa en la empresa o institución a la que pertenece	
Profesión	
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	
Fono y Fax comercial	
E-mail	
Clasificación de público o privado	Privado

ANTECEDENTES ACADÉMICO

Estudios Universitarios UNIVERSIDAD DE CHILE, Facultad de Agronomía.
Agrónomo. Mención Fitotecnia.
Enseñanza Media Colegio Carmel Carvajal de Prat. Providencia. Santiago.

ANTECEDENTES PROFESIONALES

2008 a la fecha VAN CONSULTORES.
Consultora y Subgerente de Proyectos.

2005-2008 CENTRO PARA EL DESARROLLO DE CAPITAL HUMANO LIMITADA,
CENDEC, Providencia.
Desempeña el cargo de Consultora en diversos proyectos.

Área de desempeño: Formulación de proyectos y capacitación

Desempeños y logros: Formulación y puesta en marcha de proyectos social-productivos, coordinación de capacitación para el área agrícola. Asesorías financieras y productiva para MYPES agrícolas.

Formulación y puesta en marcha del proyecto para implementación de nuevas tecnologías de la información para agricultores en Panamá, convenio APEMEP-CENDEC, a través de AGCI- Chile.

Gestión para la innovación de pequeñas empresas agrícolas.

2003, 2005 Semillas PIGA, Pichidegua. Oficina central Macul Santiago
Desempeña el cargo de Agrónoma en la supervisión de la producción de semillas para exportación.

Diseño e implementación en faenas de producción (siembra, polinización), cosecha, y poscosecha de semillas de exportación. Melones, sandías, zapallo y pepinos.

Implementación de un centro de lavado y secado de semillas de cucurbitáceas.

Implementación de la cadena de proceso para la selección y preenvasado de semillas.

Referencias: Francisco Ramírez

2001, 2002 Semillas Pioneer, Centro Experimental, Viluco, Paine
Realiza actividades como Interns.

Ejecución de ensayos de estrés hídricos en plantas de Maíz y maravilla. Toma de muestra de genotipos resistentes a estrés hídrico y resistencia a la tendadura. Para generar nuevas variedades para el mercado.

Referencias: Miguel Ibáñez Salinas.

Andrea

Varias Temporadas Servicio Agrícola y Ganadero, SAG, VI y RM.
Desempeña el cargo de Agrónomo en el control de calidad de semillas de exportación.
Control de calidad para la certificación de semilleros de empresas exportadoras de semillas.

1998, 2002 Facultad de Agronomía. Universidad de Chile. La Pintana, Santiago
Práctica profesional en el laboratorio de suelo-agua -planta.

Ensayo de 100 genotipos de trigo, resistentes a estrés hídrico.
Toma de muestra y análisis a través de espectrómetro de masas, para determinar C13.
Nivelación y preparación de terreno para ensayos de cero labranzas y otros tipos de ensayos de resistencia a estrés hídrico.
Referencias: Edmundo Acevedo.

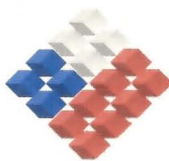
1995, 1999 Facultad de Agronomía. Universidad de Chile. La Pintana, Santiago
Participa en el Proyecto "Formación de líderes Universitarios".
Venta y producción de Humus de Lombriz.

OTRAS ACTIVIDADES PROFESIONALES

2006: Profesor colaborador curso: "instrumentos financieros para la agricultura". Facultad de Agronomía. U. De Chile
2006 - 2007: Profesor ayudante, curso de Macro y micro economía. Facultad de Agronomía. U. Mayor.
2002 - 2004: Colaborador, en diferentes proyectos de estudio. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA. Santiago, Chile.
1996-1998: Participación en I, II y III Congreso Nacional de estudiantes de Agronomía. Santiago, Valdivia, Arica.
2000: Participación y exposición en 51º Congreso Agronómico y I Congreso de Fruticultores de Chile, Talca.
1997: Intercambio estudiantil Universidad del Cuyo. Mendoza

OTRAS HABILIDADES

Idioma Ingles: Hablado, escrito: intermedio. Acreditado por CORFO.
TOEIC
Computación: Usuario de Windows en todos los sistemas operativos



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

III. DETALLES ADMINISTRATIVOS

- Los Costos Totales de la Iniciativa serán (\$):

Costo total de la Iniciativa	
Aporte FIA	
Total Contraparte	

Período ejecución	
Fecha inicio:	01 de agosto de 2009
Fecha término:	15 de diciembre de 2009
Duración (meses)	4 ½ meses

- Calendario de Desembolsos

Fecha	Requisito	Observación	Monto (\$)
03/08/2009	Firma de Contrato		
10/11/2009	Aprobación informes técnico y financiero N°1 (Plan de Marketing)		
05/03/2010	Aprobación Informes téc. y financiero finales		
Total			

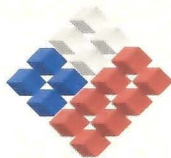
* El Informe Financiero Final debe justificar el gasto de este aporte

- Calendario de Entrega de Informes

Informes Técnicos	
Informe Técnico de Avance 1:	25 de septiembre de 2009

Informes Financieros	
Informe financiero de avance 1	25 de septiembre de 2009

INFORME TECNICO FINAL:	07 de enero de 2010
-------------------------------	---------------------



GOBIERNO DE CHILE
FUNDACIÓN PARA LA
INNOVACIÓN AGRARIA
MINISTERIO DE AGRICULTURA

INFORME FINANCIERO FINAL:	07 de enero de 2010
----------------------------------	---------------------

CONFORME CON PLAN OPERATIVO

EJECUTOR o COORDINADOR PRINCIPAL