



*Mano base RD*

OFICINA DE PARTES 1 FIA  
RECEPCIONADO  
Fecha 12 AGO 2016  
Hora 9:36  
Nº Ingreso 31.7121



GOBIERNO REGIONAL DE LA ARAUCANÍA



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

## PLAN OPERATIVO

Nombre iniciativa:	Elaboración e Implementación de un Plan de Marketing para Línea Gourmet de Cecinas Gorbea
Ejecutor:	José Heraldo Sáez Salazar ✓
Código:	IMA-2016-0301
Fecha:	29.07.2016

*[Handwritten signature]*

Firma por Fundación para la Innovación Agraria



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

*[Handwritten signature]*

NATALIE DEVENIN VERA  
Ejecutiva Innovación Agraria  
UPP - FIA  
Fecha: 01.08.2016

*[Handwritten signature]*

ICE FONDO AGRARIO  
Instituto de Capacitación  
UPP - FIA  
Fecha: 29.07.2016



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

## 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
II. Detalle administrativo (Completado por FIA).....	21

D J

## I. Plan de trabajo

### 1. Antecedentes generales del proyecto

#### 1.1. Nombre del proyecto

**Elaboración e Implementación de un Plan de Marketing para Línea Gourmet de Cecinas Gorbea**

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

Sector	Pecuario
Subsector	General para sub sector porcino
Rubro	Porcino
Especie (si aplica)	

#### 1.3. Período de ejecución del proyecto

Fecha inicio	01.07.2016
Fecha término	31.03.2017
Duración (meses)	9 meses

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

Región(es)	Novena
Provincia(s)	Cautín
Comuna(s)	Gorbea

#### 1.5. Producto

<b>Identificar Producto:</b> Indicar las características y/o atributos del producto	<i>Cecinas artesanales con tradición alemana, elaboradas con materias primas de alta calidad que permite generar un producto de gran sabor y textura que marca una preferencia por el consumidor. Cuenta con 2 líneas de productos: masivos y gourmet que lo llevan a presentar 20 productos al mercado algunos de ellos sin Competencia. La preocupación por la calidad los ha llevado a realizar análisis a sus productos para determinar ingredientes críticos (Sodio, grasas, etc) que permitan desarrollar un sistema de control de proceso que mejore los indicadores y así cumplir con el nuevo reglamento de etiquetado nutricional. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=znvBm6jOMjs">https://www.youtube.com/watch?v=znvBm6jOMjs</a>.</i>
<b>N° de Resolución</b>	<b>A10-13590</b>



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

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).
<b>Acciones de la línea 2 de financiamiento que realizará</b>	
	Análisis de laboratorios para evaluación de características de los productos e inclusión en etiquetas
x	Mejoramiento de procesos de elaboración o transformación de productos
x	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	José Heraldo Sáez Salazar
Giro	Fábrica de Cecinas
Rut	
Nombre completo representante legal	José Heraldo Sáez Salazar

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

<b>Asociado 1</b>	
Nombre completo o razón social	
Giro	
Rut	
Nombre completo representante legal	

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

Nombre completo	Andrea Paz Fernández Bombin
Teléfono	
E-mail	

## 2. Configuración técnica de la iniciativa

### 2.1. Objetivos del proyecto

#### 2.1.1. Objetivo general<sup>1</sup>

Posicionar la línea de productos gourmet en mercado de nicho, a través del desarrollo de su imagen de marca y producto y de una estrategia de promoción, escalando la producción, aumentando el posicionamiento de esta línea de productos en mercado de especialidad y mejorando los ingresos

#### 2.1.2. Objetivos específicos<sup>2</sup>

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
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 "selladora al vacío", que permita una presentación de producto acorde con el mercado de especialidad.
4	Implementar actividades definidas en el plan de marketing para posicionar producto en mercado objetivo.

<sup>1</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>2</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.





GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

## 2.2. Resultados esperados

Objetivo Específico (OE)	Resultado Esperado (RE)
Diseñar un plan de marketing que permita caracterizar el mercado objetivo y desarrollar estrategia para posicionar los productos en el mercado definido.	Obtención del Plan y estrategia de marketing.
Desarrollar el potencial de negocios de la línea de productos gourmet, a través del diseño de marca, envase y packing o embalaje.	Nuevo diseño de Marca, envases , embalaje y elementos promocionales para línea de productos gourmet desarrollados
Adquirir equipamiento "selladora al vacío", que permita una presentación de producto acorde con el mercado de especialidad	Selladora al vacío adquirida.
Implementar actividades definidas en el plan de marketing para posicionar producto en mercado objetivo.	Actividades de promoción desarrolladas.



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

### 2.3. Hitos críticos<sup>3</sup>

Objetivo Específico (OE)	Hito Crítico <sup>4</sup>	Fecha de cumplimiento (mes y año)
Diseñar un plan de marketing	Plan y estrategia de marketing desarrollado	Mes 3
Desarrollar el potencial de negocios de la línea de productos gourmet	Marca, envases, embalaje y elementos promocionales para línea de productos gourmet desarrollados	Mes 3
Adquirir equipamiento "selladora al vacío"	Selladora al vacío adquirida	Mes 2
Implementar actividades definidas en el plan de marketing	Actividades promocionales desarrolladas	Mes 9

<sup>3</sup> 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.

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

## 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
1	1	<p><b><u>Plan y estrategia de marketing.</u></b></p> <p>Se contratarán los servicios de un profesional para que elabore un plan y una estrategia de marketing.</p> <p>Se realizarán reuniones con empresario para definir alcances y expectativas de la consultoría para elaboración de términos técnicos de referencia.</p> <p>Se realizarán reuniones de coordinación y presentación de avances e informe final con participación de contraparte empresa, consultor y coordinador</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración TTR</li> <li>• Reuniones de coordinación y puesta en marcha consultoría.</li> <li>• Presentación informe de avance</li> <li>• Presentación y validación informe final</li> </ul>
2	2	<p><b><u>Diseño de marca, envase, embalaje y elementos promocionales.</u></b></p> <p>Se desarrollarán propuestas de nombre de marca, marca gráfica, etiquetas y envases, además de elementos promocionales, siguiendo lo establecido en el plan de marketing.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo del nombre de marca y marca gráfica.</li> <li>• Desarrollo de etiquetas y envases.</li> <li>• Desarrollo de elementos promocionales</li> </ul>

3	3	<p><b><u>Adquisición selladora al vacío.</u></b></p> <p>Se adquirirá selladora al vacío de doble campana semi industrial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitud de cotizaciones</li> <li>• Selección y compra selladora al vacío</li> </ul>
4	4	<p>Se implementarán las actividades propuestas en el plan de marketing, se definirán los recursos económicos, humanos y logísticos requeridos para su desarrollo.</p> <p>Se realizarán las coordinaciones con las empresas involucradas para llevar a cabo las actividades.</p> <p>Se diseñará un programa de actividades de promoción que será validado con el empresario y equipo técnico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición ruta crítica para implementación de actividades de promoción.</li> <li>• Diseño programa actividades promoción.</li> <li>• Implementación actividades de promoción.</li> <li>• Evaluación de las actividades realizadas</li> <li>• Elaboración de informe con resultados de las actividades de promoción</li> </ul>



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

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

Nº OE	Nº RE	Actividades	Año 2016						Año 2017						
			Trimestre						Trimestre						
			Abr-Jun		Jul-Sep		Oct-Dic		Ene-Mar		Abr-Jun				
1	1	Elaboración TTR				X									
1	1	Reuniones de coordinación y puesta en marcha consultoría				X									
1	1	Presentación informe de avance				X	X								
1	1	Presentación y validación informe final						X							
2	2	Desarrollo del nombre de marca y marca gráfica				X									
2	2	Desarrollo de etiquetas y envases					X								
2	2	Desarrollo de elementos promocionales				X	X								
3	3	Selección y compra selladora al vacío				X									
4	4	Definición ruta crítica para implementación de actividades de promoción						X	X						
4	4	Diseño programa actividades promoción						X							
4	4	Implementación actividades de promoción							X	X	X	X			
4	4	Evaluación de las actividades realizadas									X	X			
4	4	Elaboración de informe con resultados de las actividades de promoción										X			



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

## 2.6. Indicadores de Impacto:

Indicador (Especificar)	Línea base del indicador <sup>8</sup>	Meta del indicador al término de la propuesta <sup>9</sup>	Medio de verificación
Cantidad de ciudades en las que se distribuye	6	7	Contrato con distribuidores
Cantidad de puntos de venta fuera de la región	0	4	Contrato con distribuidores

<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 del postulante ejecutor

Nombre completo o razón social	José Heraldo Sáez Salazar	
Giro / Actividad	Fábrica de Cecinas	
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\$)		
Número total de trabajadores	9	
Usuario INDAP (sí / no)	Si	
Dirección postal (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Manuel Rodríguez 855, Gorbea	
Teléfono fijo		
Fax		
Teléfono celular		
Email		
Dirección Web		
Nombre completo representante legal	José Heraldo Sáez Salazar	
RUT del representante legal	-----	
Profesión del representante legal	-----	
Cargo o actividad que desarrolla el representante legal en la organización postulante	Maestro Cecinero	
Firma representante legal		



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

**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	



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

**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	Andrea Paz Fernández Bombin
RUT	
Profesión	Ing. Ejecución Agrícola
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	Independiente
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)	-----
Teléfono fijo	----
Fax	-
Teléfono celular	
Email	
Firma	



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

Nombre completo	Myriam Lorena Torres Álvarez
RUT	
Profesión	---
Nombre de la empresa/organización donde trabaja	José Sáez (Cecinas Gorbea)
RUT de la empresa/organización donde trabaja	
Cargo que ocupa en la empresa/organización donde trabaja	Administración y gestión
Dirección postal de la empresa/organización donde trabaja (calle, comuna, ciudad, provincia, región)	Manuel Rodríguez 855, Gorbea
Teléfono fijo	
Fax	---
Teléfono celular	
Email	
Firma	

Anexo 4. Plan de Marketing

<b>I. Resumen ejecutivo</b>
<b>II. Análisis del entorno</b>
<b>Identificación y análisis de la competencia directa</b> <i>(¿Cuáles son los productos similares en el mercado, y cuáles son los atributos o cualidades?)</i>
<b>Análisis de los segmentos y mercado objetivos</b> <i>(¿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.</i>
<b>Análisis de la demanda y tendencias</b> <i>(¿Cuáles son los productos más valorados y que marcan una pauta dentro del mercado, según los requerimientos y anhelos del consumidor objetivo?)</i>
<b>Análisis de provisión del producto y participaciones de mercado</b>
<b>Conocimiento del producto y sus atributos</b> <i>(¿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.)</i>
<b>Análisis de los hábitos de uso del producto</b> <i>(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.</i>



GOBIERNO REGIONAL DE LA ARAUCANÍA

**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

*(Indicar al menos cuatro puntos de lo que se quiere hacer con el Plan de Marketing)*



GOBIERNO REGIONAL  
DE LA ARAUCANÍA

- 1.-
- 2.-
- 3.-
- 4.-

Arquitectura de marca (*Identidad de la marca, comunicación gráfica, Principios de la marca.*)

Presupuesto

#### IV. Principales indicadores para medir la satisfacción y control