



Gobierno Regional de Tarapacá
Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC-R)
Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

IMA 2016 INFORME TECNICO FINAL (Etapas 1 y 2.)

Código iniciativa
30400323-0
Nombre iniciativa
Plan de Marketing y su implementación, para el limón de Pica como un producto Gourmet, orientado e mercados de Nicho.
Fecha
30 DE MAYO DE 2018



I. OBJETIVO

Informar a FIA de los resultados finales e impactos logrados por la iniciativa, de los métodos utilizados y de las modificaciones que se introdujeron; además, del uso y situación presente de los recursos utilizados, especialmente de aquellos provistos por FIA.

Este informe debe **sistematizar e integrar toda la información generada** durante el desarrollo de la iniciativa y los resultados obtenidos en cada una de las etapas más relevantes de su ejecución. Para ello, se requiere especial énfasis en el análisis de los resultados estratégicos que se definieron inicialmente y que darán cuenta de los logros e impactos obtenidos a partir de ellos.

II. FECHA DE REALIZACION

El coordinador de la iniciativa presentará el informe técnico final en la fecha estipulada en el contrato.

III. PROCEDIMIENTO

El informe técnico final deberá ser enviado a FIA en dos copias (original y una copia) y su correspondiente respaldo digital, acompañado de una carta de presentación, firmada por el coordinador de la iniciativa, presentando el informe e identificando claramente la iniciativa con su nombre y código. FIA revisará el informe y dentro de los 45 días hábiles siguientes a la fecha de recepción enviará una carta al coordinador de la iniciativa informando su aceptación o rechazo.

En caso de rechazo, las razones se informarán en detalle. El ejecutor deberá corregir las observaciones dentro del plazo determinado por FIA.

El incumplimiento en las fechas de entrega de informes y correcciones será sancionado con una multa diaria. El monto de esta multa está estipulado en el reglamento denominado "Condiciones Generales de los Contratos de Aporte", el cual forma parte del Contrato de Ejecución.

En caso de fuerza mayor, se podrá solicitar la postergación de las fechas de entrega de los informes al ejecutivo encargado, **quien evaluará la pertinencia de dicha solicitud. La solicitud debe ser hecha con anterioridad a la fecha de vencimiento y por escrito.**

IV. CONTENIDO

La información presentada en el informe técnico final debe ser consistente con la información presentada en el informe financiero final.

La información debe ser presentada en forma clara y concordante con los objetivos de la iniciativa. El informe debe incluir los cuadros, gráficos, fotografías, diapositivas, publicaciones, informes de consultoría, material de difusión, material audio-visual y otros materiales que complementen la información y análisis presentados en el texto central; ya sea que hayan sido realizados en el marco de la iniciativa o sobre la base de los resultados obtenidos.

FIA se reserva el derecho de publicar una versión del Informe Final editada especialmente para estos efectos.

El informe técnico final debe incluir como mínimo la información requerida para todos y cada uno de los puntos indicados a continuación, en el orden indicado:

1. ANTECEDENTES GENERALES

Nombre Ejecutor:	Luis Fernando Moscoso Puljèzevic
Coordinador del Proyecto:	Jaime Eduardo Viza Miranda
Regiones de ejecución:	Tarapacá
Fecha de inicio iniciativa:	7 de abril 2017
Fecha término Iniciativa:	30 de mayo de 2018

2. EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO

2.1. Estructura de financiamiento

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

2.2. Detalle aportes entregado FIA y aportes programados Contraparte

Aportes FIA del proyecto		Monto (\$)
Aportes entregados	Primer aporte	
	Segundo aporte	
	Tercer aporte	

3. RESUMEN EJECUTIVO DE LA INICIATIVA

Informar de manera resumida el desarrollo completo de la iniciativa una vez finalizada, con sus objetivos, justificación, actividades realizadas y los principales resultados obtenidos e impactos logrados. Entregar valores cuantitativos y cualitativos. (máximo 1 página).

El proyecto surge de la necesidad de potenciar el proceso iniciado el año 2010 en la comuna de Pica, cuando el Ministro de agricultura de la época hace entrega, al alcalde de la comuna a cargo de la administración municipal en ese periodo, don Iván Infante Chacón, de la Indicación Geográfica del Limón de Pica ,

Desde allí se iniciaron junto a Prochile, diversos talleres para desarrollar e instalar capacidades en los productores, iniciando las primeras asociatividades con fines de comercialización para salir a buscar nuevos mercados.

Se realizaron prospecciones a Europa, Perú y dentro de Chile, a zonas productoras de Limón Pica, con el propósito de conocer los, pero también las formas de manejo del cultivo.

Fruto de este proceso se conoció el potencial del Limón de Pica a nivel internacional, y a nivel nacional, la necesidad de reposicionar el Limón de Pica, debido a la alta presencia del Limón peruano y el producido en Chile, y quemuchas veces se comercializa con Limón de Pica, no siendolo.

Dado lo anterior en el año 201 se presenta el proyecto a FIA, con el propósito de iniciar el proceso de diferenciación y desarrollo del limón de Pica, a fin de comercializarlo en una primera etapa en el mercado nacional, para así reposicionarlo en Chile, toda vez que la marca de Limón de Pica es conocida y tiene reputación.

No obstante, a partir del estudio de mercado que ya se había hecho con otra fuente de financiamiento, se prioriza la elaboración de la estrategia de marketing y el desarrollo de la marca, la imagen visual y el packaging.

Todo lo anterior, en función del modelo de negocios definido. Primero la Indicación Geográfica, exige que en adelante el limón de Pica no se podrá comercializar nunca más a granel, hecho que plantea un desafío, sabiendo que el packaging debía ser una aporte a la reputación existente que tiene el Limón en el mercado nacional.

Por tanto, se define el modelo de negocios del Limón de Pica determinando que, la diferenciación, desarrollo y basado en el origen y la calidad, el limón de Pica deberá orientarse a nichos de mercado, principalmente por su oferta limitada, la que sumada a su calidad, podría transformarse en una oportunidad cierta de negocios.

Es así que terminado el proyecto, hoy se cuenta además de la Estrategia de Marketing, con una marca definida, una imagen visual, y a partir de estas, diversos materiales de promoción, junto a un nuevo packaging orientado a tiendas gourmet, canal Horeca principalmente y al retail. Es así que se elaboran envases de 250, grs, 500 grs y envases de 3 kilos para el canal horeca, todo esto acompañados con etiquetado pertinentes al los nichos definidos.

4. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.

Descripción del grado de cumplimiento de los objetivos generales y específicos planteados originalmente en la iniciativa, en función de los resultados e impactos obtenidos.

Si corresponde, realizar una cuantificación relativa del grado de cumplimiento de los objetivos.

4.1 Objetivo general:

Elaborar la Estrategia de Marketing y su implementación, llegando en forma efectiva al segmento de nicho definido para el producto.

4.2 Objetivos específicos (OE)

Nº OE	Descripción del OE	% de cumplimiento ¹
1	Plan de Marketing	100
2	Etiqueta con información exigida al producto por institucionalidad y Mercado.	100
3	Diseños definitivos para la imagen producto (Arquitectura de marca, logotipos, etiquetas) de tiro, retiro, sello seguridad), carpetas corporativas, tarjetas de presentación.	100
4	Diseño de envase definitivo de acuerdo a nicho de mercado	100
5	Diseño de catálogos, folletos (tríptico-dípticos), pendones, otros	100
6	Página Web terminada	100
7	Material de difusión impreso	100

¹ **Porcentaje de Cumplimiento:** El porcentaje de cumplimiento de cada objetivo específico se calcula luego de determinar grado de cumplimiento 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.

Comparación, descripción y justificación de los objetivos específicos planteados versus los resultados obtenidos (% de cumplimiento¹). Indicar razones que explican las discrepancias.

Respecto a si hubo alguna discrepancia entre los objetivos específicos planteados versus los resultados obtenidos, se señala que no hubieron discrepancias, cumpliéndose en un 100% todos ellos.

5. METODOLOGÍA

Indicar las actividades y cómo se llevaron a cabo (metodología), asociándolas a los objetivos específicos y resultados esperados.

N° OE	N° RE	Metodología efectivamente utilizada
1	01	Trabajo de campo por parte de consultora, entrevistando a actores claves; Visitando el oasis en predios, llevando a cabo trabajo de gabinete con recopilación información secundaria de la región Tarapacá, Santiago, concepción y Sanpedro de Atacama.
2	02	La metodología utilizada estuvo basada principalmente en el método cualitativo, recurriendo a método cuantitativo cuando sea requerido. Los Análisis de laboratorio son referidos a características de los productos e inclusión en etiquetas exigidas
3	03	La metodología utilizada estuvo basada principalmente en el método cualitativo, recurriendo a método cuantitativo cuando fue requerido. Se llevaron a cabo tres reuniones virtuales con la consultora que estuvo con asiento en Valdivia y Santiago
4	04	La metodología utilizada estuvo basada principalmente en el método cualitativo, recurriendo a método cuantitativo cuando fue requerido. Se llevaron a cabo una reunión presencial en Iquique, y 4 reuniones virtuales
5	5	La metodología utilizada estuvo basada principalmente en el método cualitativo, recurriendo a método cuantitativo cuando fue requerido. Se llevaron a cabo dos reuniones virtuales.
6	6	La metodología utilizada estuvo basada principalmente en el método cualitativo, recurriendo a método cuantitativo cuando fue requerido. Se llevaron a cabo dos reuniones virtuales
7	7	La metodología utilizada estuvo basada principalmente en el método cualitativo, recurriendo a método cuantitativo cuando fue requerido
Describa las modificaciones introducidas durante la ejecución del proyecto y razones que explican las discrepancias con la metodología originalmente propuesta.		
No se produjeron discrepancias con la metodología originalmente propuesta para la obtención de los resultados descritos, cumpliéndose así los objetivos específicos planteados.		

6. RESULTADOS ESPERADOS (RE) OBTENIDOS

6.1. Cuantificación de los Resultados esperados obtenidos

Nº OE	Nº RE	Resultado Esperado (RE)	Indicador de Resultados (IR)				
			Nombre del indicador	Meta del indicador	Resultados obtenido	Medio de verificación ²	% de cumplimiento
1	1	Estrategia de Marketing	<i>Incorporación de conocimientos, capacidades y/o habilidades para Agregar Valor y/o Innovación</i>	100%	Estrategia de Marketing	Informe Estrategia	100%
2		Etiqueta con información exigida al producto por institucionalidad y Mercado	<i>Incorporación de conocimientos, capacidades y/o habilidades para Agregar Valor y/o Innovación</i>	100%	Etiqueta con información exigida al producto por institucionalidad y Mercado	Informe emitido por laboratorio competente	100%
3		Diseños definitivos para la imagen producto (Arquitectura de marca, logotipos, etiquetas) de tiro, retiro, sello seguridad), carpetas corporativas, tarjeas de presentación...	<i>Incorporación de conocimientos, capacidades y/o habilidades para Agregar Valor y/o Innovación</i>	100%	Diseño definitivos Banding y identidad visual y otras aplicaciones	Dos propuestas definitivas	100%
4		Diseño de envase definitivo de acuerdo a nicho de mercado	<i>Incorporación de conocimientos, capacidades y/o habilidades para Agregar Valor y/o Innovación</i>	100%	Diseño de envase definitivo de acuerdo a nicho de mercado	Diseño del Packaging de acuerdo a nicho	100%
5		Diseño de catálogos, folletos (tríptico-dípticos), pendones, otros	<i>Incorporación de conocimientos, capacidades y/o habilidades para Agregar Valor y/o Innovación</i>	100%	Diseño de catálogos, folletos (tríptico-dípticos), pendones, otros	Diseño de trípticos, pendones y otros,	100%
6		Página Web terminada	<i>Incorporación de conocimientos, capacidades y/o habilidades para Agregar Valor y/o Innovación</i>	100%	Página Web terminada	Pagónas WEB	100%
7	7	Material de difusión impreso	<i>Incorporación de conocimientos, capacidades y/o habilidades para Agregar Valor y/o Innovación</i>	100%	Material de difusión impreso	Material Impreso	100%

² Se debe adjuntar Anexo 1, Medio de verificación.

Describe y justifique detalladamente los principales resultados del proyecto, incluyendo su análisis de los resultados obtenidos
En términos generales los principales resultados del proyecto dicen relación con la entrega de 7 productos, obtenidos en dos etapas. Etapa Estrategia de Marketing, cuyo resultado es la estrategia propiamente tal; y una segunda etapa, que es la Implementación, donde se consideraron el desarrollo de productos. Los productos y sus resultados se justifican plenamente, toda vez que a la fecha el limón de Pica no contaba con una Marca e imagen visual vinculada a su principal logro gestionado, como es la primera Indicación Geográfica de Chile de un producto agrícola. La necesidad de desarrollar una marca y su imagen visual, permitirá iniciar una nueva etapa, pudiéndose comercializar el Limón de Pica en los segmento de Nicho y las distintas plazas, pudiendo así ser más competitivo por su diferenciación como es su indicación geográfica y packaging innovador en el mercado chileno y el mercado internacional.
Indique si ha obtenido resultados adicionales a los planteados en el plan operativo, describa a continuación
Dentro de los resultados adicionales a los planteados, en el plan operativo se puede destacar el fortalecimiento obtenido con una de las instituciones claves como INAPI, con quien se gestionó el apoyo por la escasa experiencia a nivel de regiones y país de consultoras con expertiz en desarrollar branding e imagen visual con productos de origen y sellos de origen, lo que permitió aliarse con expertos potenciando así una propuesta inicial, enriqueciendo con más valor uno de los resultados estratégicos como es el branding, e imagen audiovisual del Limón de Pica.

7. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHA (COMPARATIVO)

Identificar y describir las actividades realizadas (programadas y no programadas) durante la ejecución de la iniciativa.

7.1. Tabla de actividades programadas para la elaboración del Plan de Marketing

Indique sólo las actividades programadas en el plan operativo. Analizar la forma en que se han desarrollado las actividades programadas, debiendo señalar el nivel de cumplimiento de las mismas respecto al Plan Operativo inicial y, en el caso de existir diferencias, las razones que las causaron.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
• Aprobación del plan de marketing por parte de FIA	Julio 2017	Se solicitó ampliación de plazos entregando informe el 31 de julio 2017	La demora se generó por información de mercado obtenida en Reinio Unido.

7.2. Actividades de Implementación del Plan de Marketing

Se debe completar una tabla por cada etapa de financiamiento (elaboración e implementación del plan de marketing). Incluir problemas enfrentados cuando corresponda.

Actividad programada	Grado de cumplimiento ¹		Porcentaje de cumplimiento	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha			
- Determinar legalidad y exigencias a nivel nacional e internacional. - Proceso cotización. - Propuesta de diseño Aprobación	Octubre-diciembre 2017	31 de enero 2018	80%	Univesidad donde se encargan análisis se mantiene en paro lo que impide tener informes oportunamente.
- Presentar marco conceptual de características y atributos del producto - que deben orientar elementos corporativos. - Definir prototipos de marca e imagen y elementos corporativos. - Presentar propuesta de prototipos para aprobación. - Propuesta de costos implícitos. - Aprobación por parte de instancias responsables. Ejecución prototipos aprobados	Octubre-diciembre 2017	31 de enero 2018	80%	Demora en entrega de estrategia de marketing
- Presentar marco conceptual de características y atributos del producto que deben orientar elementos corporativos. - Definir propuestas de nuevo Packaging. - Presentar propuestas de prototipos para aprobación. - Presentar propuestas de costos implícitos. - Aprobación por parte de instancias responsables. Ejecución Packaging aprobado.	Enero-Marzo – abril 2018	Mayo 2018	80%	Problemas de capital de trabajo de consultora por lo que se debió ver contratación externa por servicios a terceros, además de buscar un especialista en dicha área.
- Presentar marco conceptual de características y atributos del producto que deben orientar elementos comunicacionales. - Definir propuestas de elementos comunicacionales. - Presentar propuestas para aprobación. - Presentar propuestas de costos implícitos. - Aprobación por parte de instancias responsables.	Enero-marzo-abril 2018	Misma fecha	100%	

• Presentar marco conceptual de características y atributos del producto que deben orientar diseño de WEB. • Presentar propuestas de maquetas web para aprobación. • Presentar propuestas de costos implícitos. • Aprobación por parte de instancias responsables. • Ejecución de maqueta aprobada	Enero-marzo-abril 2018	Mayo 2018	80	La demora se generò por informaciòn de mercado obtenida en reinio Unido
•Entregar presupuestos oficiales de actividades aprobadas. •Obtener aprobaciones de material a imprimir. •Imprimir material	Enero-marzo 2018	Dentro de la fecha	100%	

7.3. Tabla de actividades no programadas³ realizadas en la iniciativa.
 Informar las actividades que no estaban programadas y justificar su realización.

Actividad no programada		Justificación⁴
Descripción	Fecha	
La creación de red y alianza estratégica con INAPI, al ser un producto con Sello de Origen, y el tratamiento del producto debía de alguna forma asegurar un mayor vínculo con la Indicación Geográfica obtenida por el mismo.	Marzo 2018	Se adolecía de una mirada desde los sellos de origen, y no se tenían contactos con empresas expertas en temas innovadores pero con la mirada de productos con identidad. La justificación está dada por la importancia del principal producto conformado por la marca, imagen y en especial el packaging requerido.

³ Actividades realizadas fuera de lo indicado en el plan operativo inicial.

⁴ Se debe justificar correctamente el porqué se realizó una actividad no programada inicialmente.

8. POTENCIALES IMPACTOS

POTENCIAL IMPACTO ⁵

A continuación identifique claramente los potenciales impactos que estén directamente relacionados con los resultados obtenidos del proyecto IMA.

8.1 Indique los impactos esperados económicos y comerciales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

Estos impactos pueden estar relacionados con mejoras en las condiciones de competitividad y acceso a nuevos mercados, mejoras productivas, económicas y comerciales, como el ingreso bruto, costo del producto/servicio, precio de venta del producto/servicio, redes o nuevos canales de comercialización a nivel local, nacional o internacional, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

Los impactos dicen relación con mejora en la competitividad, y acceso a nuevos mercados, en especial los nichos de mercados compuesto por las Tiendas Gourmet, Canal Horeca. Con esto habrán mejoras económicas y comerciales, debidos a los mejores precios que se podrán alcanzar. También se podrán diversificar los mercados, privilegiándose los nichos, sacando el producto del mercado masivo, donde se privilegian los volúmenes y no se valoran atributos. Se espera que una vez reposicionado el limón de Pica en el mercado nacional, en el mediano plazo se pueda salir al mercado internacional.

⁵ El impacto debe dar cuenta del logro del objetivo de los proyectos IMA, este es: "Apoyar proyectos liderados por medianas, pequeñas y microempresas del sector agroalimentario que requieran un mejoramiento de sus productos a través del desarrollo e implementación de estrategias de marketing innovadoras y efectivas, de manera de contribuir a mejorar las condiciones de competitividad y acceso a los mercados locales, nacionales, o internacionales. De acuerdo a lo anterior, se debe describir los potenciales impactos productivos, económicos y sociales que se generan con el desarrollo de la propuesta.

8.2 Indique los impactos esperados en términos sociales dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

Estos impactos podrían estar relacionados con la incorporación de nuevos trabajadores, etnias, usuarios de INDAP, aumentos de sueldos, entre otros.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

Dentro de los próximos dos años una vez terminado el proyecto, los impactos sociales se podrán ver mejorados, toda vez que la actividad agrícola podrá rentabilizarse, haciendo atractivo la actividad por los mejores precios que se podrán alcanzar. Esto implicará crear nuevos empleos, captando así a los jóvenes que hoy no se motivan en estudiar en el liceo donde se imparte la actividad agrícola de la comuna. Dentro de los desafíos de la comuna, está el pasar de la agricultura de sobrevivencia a una agricultura sostenible. Esta última aporta a la base económica del territorio, generando negocios sostenibles, haciéndose cargo de los social, medioambiental y económico. Finalmente, la activación del sector con la inserción del Limón de Pica a nichos rentables y más estables, permitirá que nuevos productores del oasis se integren a este proyecto de interés comunal.

8.3 Indique los otros impactos esperados dos años después del término de la realización del proyecto, que se podrían generar a partir del producto obtenido de la realización del proyecto IMA.

(Máximo 500 caracteres, espacios incluidos)

Uno de los principales impactos en el territorio es que se le podrá devolver la importancia de la agricultura al oasis, especializando el territorio en una agricultura de nicho con los productos de calidad, y que por las condiciones agroclimáticas, adquieren características organolépticas únicas, produciéndose en contraestación.

Asimismo, al alero de la agricultura se podrán desarrollar otros sectores complementarios como el agroturismo, el comercio, transportes y servicios, pudiendo el día de mañana transformarse en un destino turístico por sus condiciones únicas y riqueza natural y cultural existente

9. PRODUCTOS OBTENIDOS.

De acuerdo a los resultados obtenidos, identifique cuales fueron los nuevos productos generados, como: Etiquetas, envases, carteles publicitarios, trípticos, demos, entre otros.
Se debe adjuntar imágenes de los mismos, anterior y posterior al desarrollo del IMA en el **Anexo 2**.

Los nuevos productos generados fueron:
Estrategia de Marketing.
Marca
Material promocional diverso
Etiquetas
Envases
Todo lo anterior se adjunta en anexo dentro del informe.

10. PROBLEMAS ENFRENTADOS

En la siguiente tabla debe indicar los problemas enfrentados durante el desarrollo de la iniciativa y las medidas tomadas para solucionarlos, de acuerdo al origen de los problemas: legales, técnicos, financieros, administrativos y de gestión, entre otros.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación (comente si las medidas tomadas lograron resolver el problema enfrentado)
Incumplimiento de Plazos	Reuniones con la consultora para ver motivos y solicitar las ampliaciones de plazo requerida.	Las medidas tomadas lograron resolver los problemas.

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

11.1 ¿Considera que los resultados obtenidos permitieron alcanzar el objetivo general del proyecto?

Totalmente.

11.2 ¿Cómo fue el funcionamiento del equipo técnico del proyecto?

Hubieron problemas que generaron atrasos, y dentro de estos motivos la sobrecarga de otros proyectos por parte de la consultora, que no permitió una mayor dedicación. No obstante la buena disposición permitió superar los inconvenientes.

11.3 ¿Tuvo dificultades o inconvenientes en el desarrollo del proyecto? Indique cómo fueron resueltos.

Uno de los problemas fue la insuficiente capacidad económica de la consultora que no permitió avanzar, debido a que necesitaba capital para operar, debiendo esperar las transferencias de FIA al ejecutor. Lo anterior llevó a ver soluciones para terminar correctamente el proyecto.

11.4 En relación a la ejecución del proyecto, ¿tiene alguna recomendación para el desarrollo futuros proyectos IMAs?

Tener un mayor abanico de entidades prestadoras de servicios con expertiz en temas de innovación.

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

No los hay

12. ANEXOS

Anexo 1. Medios de verificación.

Anexo 2. Imágenes de los productos obtenidos.

INFORME N°17/2018
Página 1 de 2

R-FQ-C-GE-EI-IR v02

Efectuado por: CENTRO DE ANALISIS DE ALIMENTOS
UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS

Solicitante : SRES. ASESORÍAS Y SERVICIOS EN TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA SPA.
RUT: 76.311.188-1
DIRECCION: REINA SOFÍA 375 - VALDIVIA
FONO: 995796185

ANALISIS FISICO QUIMICO

EL CENTRO DE ANALISIS DE ALIMENTOS DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS DE OSORNO, informa que a solicitud de los SRES. ASESORÍAS Y SERVICIOS EN TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA SPA, se ha efectuado el análisis a muestra, según se detalla a continuación:

UNIDAD SOLICITANTE	SRES. ASESORÍAS Y SERVICIOS EN TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA SPA.
IDENTIFICACION DE LAS MUESTRAS	Limón de pica
NUMERO DE MUESTRAS	01
CONDICION DE RECEPCION DE LA MUESTRA	Muestra apta para análisis
TEMPERATURA DE RECEPCIÓN DE MUESTRA	12,0°C
MUESTREO (Fecha, lugar, procedimiento, plan, norma, condición ambiental)	Muestra proporcionada por el cliente, quien se responsabiliza por las condiciones ambientales, fecha y hora de muestreo, la correcta preservación, transporte e identificación de ella.
FECHA DE INGRESO AL LABORATORIO	12/01/2018
FECHA OBTENCION DE RESULTADOS	23/01/2018
ANALISIS SOLICITADO	Químico Proximal, Sodio y Azúcares Totales

RESULTADOS

Fecha inicio ensayo	ANALISIS	Limón de pica
18/01/18	* Humedad (% b. húmeda)	91,05
19/01/18	* Proteínas (% b. húmeda)	0,33
18/01/18	* Cenizas (% b. húmeda)	0,52
19/01/18	* Materia Grasa (% b. húmeda)	0,33
19/01/18	* Fibra (% b. húmeda)	2,18
19/01/18	E.N.N. (% b. húmeda)	5,58
19/01/18	Energía (Kcal/100 g húmedos)	26,65
18/01/18	Sodio (mg/100 g húmedos)	15,70
15/01/18	Azúcares Totales (% b. húmeda)	1,14

INFORME N°17/2018
Página 2 de 2

R-FQ-C-GE-EI-IR v02

RESULTADOS

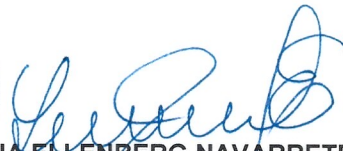
INFORMACION NUTRICIONAL – LIMON DE PICA		
Porción: 1 Unidad (35 g)		
Porciones por envase: 7		
	100 g	1 Porción
Energía (Kcal)	26,7	9,3
Proteínas (g)	0,3	0,1
Grasa Total (g)	0,3	0,1
Hidratos de Carbono disp. (g)	5,6	2,0
Azúcares Totales (g)	1,14	0,4
Sodio (mg)	15,7	5,5

Nota: Porciones por envase se considera 1 envase de 250 gramos.

Observaciones:

1. Metodologías: Humedad: PRT-701.02-023 ISP 2009, Proteína: PRT-711.02-173 ISP 2009, Factor 6,25; Cenizas Totales: PRT-701.02-011 ISP 2009; Materia Grasa: PRT-701.02-031 ISP 2009; Fibra: M-DAE-SUP002, 2015; Sodio: A.O.A.C. 985.35, 1990, Azúcares Totales: Método DNS Analytical Chemistry of Food, 1995.
2. Incertidumbre: Humedad: $U_{exp} (k=2) \pm 0,13\%$, Proteínas: $U_{exp} (k=2) \pm 0,49\%$, Cenizas: $U_{exp} (k=2) \pm 0,20\%$, Fibra: $U_{exp} (k=2) \pm 0,07\%$.
3. *Ensayos acreditados de acuerdo al Certificado LE 731, INN Chile
4. Los resultados de este informe se refieren únicamente a los ítems ensayados.
5. Este informe sólo puede ser reproducido en su totalidad y con previa autorización escrita del CEAL




IVANA ELLENBERG NAVARRETE
JEFA LABORATORIO QUIMICA DE ALIMENTOS
CENTRO DE ANALISIS DE ALIMENTOS



UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS
EVALUACIÓN DE LIMONES según la NCh 2716.Of2004

El punto 3. Términos y definiciones de la NCh 2716.Of2004, define:

3.1 Lima ácida: fruto (esperidio) perteneciente a la familia Rutaceae, subfamilia Aurantioidae, género Citrus. Dentro de las limas ácidas se conocen dos especies:

3.1.1 *Citrus aurantifolia* (Christm). Swingle: especie que presenta semillas, en ella se conocen los ecotipos limón de Pica, limón Sutil, lima Key y lima Mexicana.

3.1.2 *Citrus latifolia* (Yu.Tan): especie que no presenta semillas, en ella se conocen los ecotipos lima Bearss (limón Esmeralda), lima Tahiti, lima Persa y sus híbridos.

Por lo tanto, la muestra recibida corresponde a *Citrus aurantifolia*

DATOS DE LA RECEPCIÓN DE LA MUESTRA

Tamaño del lote: 60 limones
Peso del lote: 2045, 8 gramos

CARACTERIZACIÓN FÍSICA DE LIMONES:

Peso: $34,1 \pm 4,28$ gramos
Longitud: $39,8 \pm 2,69$ milímetros
Diámetro ecuatorial: $37,4 \pm 2,35$ milímetros

CLASIFICACIÓN POR TAMAÑO

Tabla 3. Clasificación por tamaño (DE: calibre o diámetro ecuatorial, en mm)

Tamaño	Especie <i>Citrus aurantifolia</i>	Especie <i>Citrus latifolia</i>
Grande	DE > 45	DE > 70
Mediano	45 ≥ DE > 40	55 < DE ≤ 70
Chico	40 ≥ DE > 35	42 < DE ≤ 55

Según la Tabla 3 de la NCh2716.Of2004: Clasificación por tamaño (DE: calibre o diámetro ecuatorial, en mm), le corresponde tamaño chico.

CLASIFICACIÓN POR CATEGORIA DE CALIDAD O GRADOS DE CALIDAD

Definición de defectos, según el punto 3.4 de la NCh2716.Of2004:

Herida abierta: lesión no cicatrizada en la piel del fruto y que no se ha logrado secar, pudiendo o no afectar la pulpa.

Mancha: alteración de color característico de la superficie de la piel del fruto. Se considera defecto cuando en forma individual o sumada supera 5% del área superficial del fruto.



Oleocelosis: manchas superficiales de color verde oliváceo pardo y de tamaño variable, producidas por la acción del aceite liberado por las células de la superficie de fruto. Se considera defecto cuando en forma individual o sumada supera el 5% del área superficial del fruto.

Herida seca: lesión de origen mecánico que afecta superficialmente al fruto y que se ha logrado secar. Se considera defecto cuando en forma individual o sumada su longitud supera 1/4 de la altura del fruto.

Tabla de defectos según NCh 2716.Of2004 en el lote analizado

Defecto	Nº	%
Cáscara rugosa	0	0
Daño por helada	0	0
Daño por insecto	0	0
Deformación	0	0
Deshidratación	0	0
Escaldado	0	0
Golpe de sol	0	0
Herida abierta	1	1,7%
Herida seca	2	3,3%
Machucón	0	0
Mancha	8	13,3%
Oleocelosis	3	5%
Peteca	0	0
Pudrición	0	0
Russet	0	0
Soleado	0	0
Total	14	23,3%



Fotos de defectos en el lote analizado
UNIVERSIDAD DE LOS LAGOS

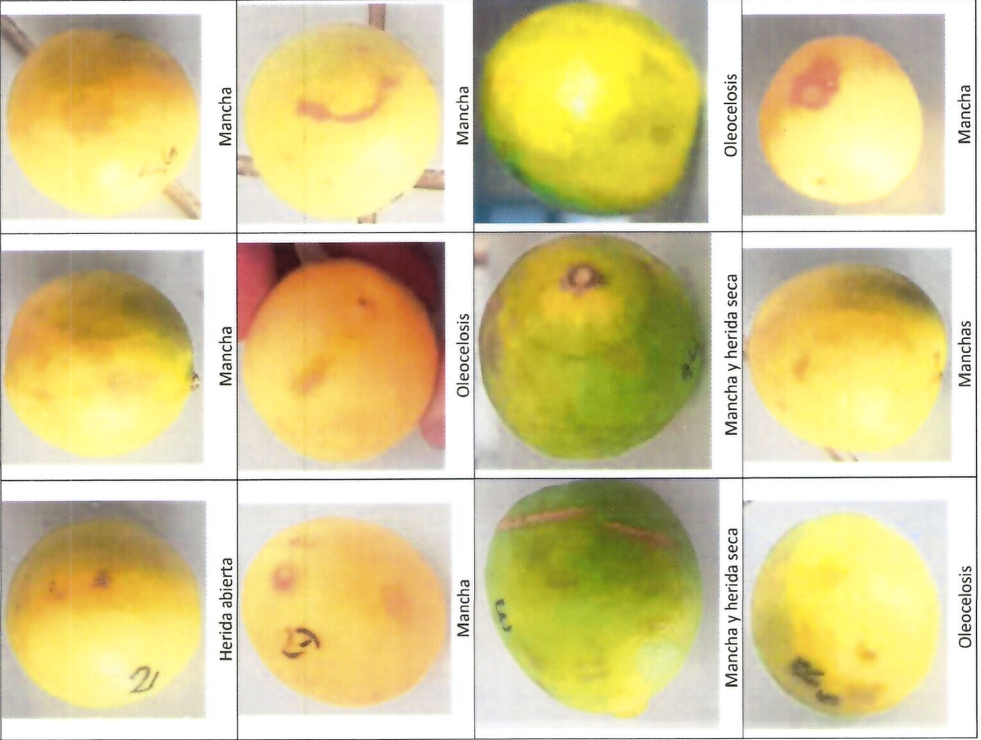


Tabla 2. Tolerancias para defectos en limas ácidas según categoría o grado [porcentaje (%) de unidades defectuosas de la muestra]

Según Tabla 1: Grado de calidad	Valores del lote		Categoría Extra o Grado 1 %	Categoría I o Grado 2 %	Categoría II o Grado 3 %
	Nº	%			
Defectos			Extra	Escogido	Corriente
Menores					
Cáscara rugosa	0		2	5	7
Deformación	0		1	2	3
Herida seca	2	3,3	5	10	15
Golpe de sol	0		1	2	3
Manchas	8	13,3	5	10	15
Oleocelosis	3	5	2	5	7
Russet	0		5	10	15
Sub acumulado de defectos menores	13	21,7	5	10	15
Mayores					
Daño por helada	0		0	2	5
Daño por insecto	0		2	3	5
Deshidratación	0		0	2	5
Herida abierta	1	1,7	2	5	5
Machucon	0		1	3	5
Peteca	0		0	2	5
Pudrición	0		0	0	1
Soleado	0		0	0	1
Escaldado	0		0	0	1
Sub acumulado de defectos mayores	1	1,7	2	5	10
Total acumulado aceptable	14	23,3	5	10	15

El Procedimiento de evaluación de los defectos, según el punto 8.2.1 de la NCh2716.OF2004 indica que de los frutos analizados de acuerdo a la Tabla 2, se determina el porcentaje que representa cada defecto en forma individual y acumulada con relación al total de frutos de la muestra. Los defectos en forma individual y acumulada no pueden superar las tolerancias establecidas en la presente norma según corresponda. Si las tolerancias individuales o acumuladas superan el máximo establecido, el lote no cumple con los requisitos de defectos aceptados para esa categoría.

De acuerdo a lo anterior y analizando los datos del lote se aprecia que el Subacumulado de los defectos menores (21,7%) supera el nivel de 15%, por lo cual le correspondería un nivel más bajo que el corriente, a pesar de que por los defectos en forma individual se logran mejores resultados, ya que por Herida seca sería "Extra", por Manchas sería "Corriente" y por Oleocelosis sería Escogido.

Analizando el resultado de Subacumulado de defectos Mayores el lote sería clasificado como "Extra", ya que sólo influye la Herida Abierta. Sin embargo, la Sumatoria del Total Acumulado supera el 15%, por lo cual se clasifica como "Extra".

El defecto que perjudica la clasificación son las "Manchas" y más aún cuando en dos unidades se detectan dos defectos.

Como el lote solo contiene 60 unidades, el tener en total 14 defectos, el % de defectos acumulados es mayor al 23%, lo que supera el 15% para ser clasificado como corriente, entonces según el punto 9 de la Norma 2716. Criterios de aceptabilidad, y más específicamente el 9.4 que indica que "si la muestra ha sido inspeccionada para Categoría II y no satisface los criterios de aceptabilidad para esa categoría, el lote se considera como SUBESTÁNDAR.

En el punto 5.1.3 de la Norma 2716 se indica que las limas ácidas subestándar se pueden comercializar como tal, siempre que se señale en el rótulo dicha condición y además cumpla con lo establecido por la Autoridad Competente.

Para que una muestra de 60 limones quede clasificada como Corriente deberá tener menos de 9 defectos. Para Escogido máximo 6 defectos y para Extra solo se toleran 3 defectos.

CANTIDAD DE JUGO:

Seguendo el punto 8.2.2.1 y 8.2.2.2 de la NCh 2716 se tienen los siguientes datos del lote:

Cantidad de limones exprimidos= 30
Peso de los 30 limones 1017,7
Peso del jugo obtenido 538,4
% JUGO 52,90

Según el punto 4.1.5 de la NCh 2716 la muestra supera el contenido de jugo ya que es mayor al 40% para limas ácidas y 45% para limones de Pica.

El procedimiento de inspección señalado en el punto 8 de la NCh2716 no se siguió. No obstante, se analizó el lote completo recepcionado en el CEAL

TAMAÑO DEL LOTE = 60 LIMONES, PESO DE LOS 60 LIMONES = 2045,8 GRAMOS
caracterización física de limones por gramos, longitud y diámetro ecuatorial

gramos	Longitud	Diámetro
32,3	35	34,9
27,9	34,9	32
41	44	36
30,4	36	33
40,6	41	38
40,2	41	37
33,1	37	35,1
25,9	34	32
38,3	42	36
36,7	37	36
40,2	41	37
40	45	35,1
35,4	43	34
36,2	42	40
30,9	40	36,2
36,6	38	40,2
25	35	35,4
34,4	42,5	35,2
33	42,5	35,3
34,5	40,05	37
34	35	39,1
32,1	35,7	35,4
30	35,2	38
34,1	39	35,3
36,3	39	40,04
41,8	41,1	39,01
39,6	45,04	38,03
42,8	43,04	41,9
29,9	41,3	41,1
30,5	40,05	37
34	39,08	40
34,4	40	39,2

33,2	40	40,5	UNIVERSIDAD DE LOS LACOS
30,6	40	39,3	
32,2	41	41,3	
33,1	39,2	35,3	
40,2	40,04	39,8	
30,7	41	37,4	
32,1	41,7	36,8	
39,1	43	36,8	
33,6	40,03	37,4	
30,1	40	35,04	
31,6	40	38,2	
27,4	36,4	37	
36,8	41,06	38	
41,9	40,6	42,4	
35,7	42,3	38,4	
31,2	39,1	37,2	
35,9	41,3	38,8	
31,8	39,08	38,06	
34,8	42,3	40	
34,9	40	39,6	
25,6	36,06	34,4	
31,3	41	36,2	
29,1	37,25	35,1	
33,9	38,17	38,05	
31,8	38,1	37	
39	42,25	40,03	
36	44,23	40,05	
30,1	39,08	36	
34,1	39,8	37,4	Promedio
4,28	2,69	2,35	Ds
gramos	longitud	diámetro	

Los diámetros ecuatoriales que están marcados con color rojo tienen tamaño inferior a 35 mm para la especie *Citrus aurantifolia*. En este lote se aprecian 5 unidades de 60, lo que representa 8,33%. El punto 5.2.2 NCh2716.OF2004 indica que para todas las categorías y tipos de presentación, se permite un 10% de unidades de frutos que no correspondan al rango de tamaño determinado; siempre y cuando correspondan al rango de tamaño inmediatamente inferior o superior. Importante es indicar que 12 unidades de frutos están por sobre el rango de 40 mm, lo que representa 20%.



INFORME ANÁLISIS DE LABORATORIO DE CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS E
INCLUSIÓN EN ETIQUETAS

Preparado por
Griselda Ilabed Pérez

En base a información del Centro de Análisis de los Alimentos de la Universidad de Los
Lagos

Marzo 2018

Antecedentes

Con fecha 09 de enero 2018, se recibió de parte de la Universidad de Los Lagos – Centro de Análisis de los Alimentos, una propuesta metodológica para dar cumplimiento a la actividad denominada “Análisis de laboratorio de características de los productos e inclusión en etiquetas”, correspondiente al proyecto IMA 2016-0808 Plan de Marketing y su implementación, para el limón de Pica como un producto Gourmet, orientado a mercados de Nicho.

1. ESTUDIO VIDA UTIL DE LIMONES A GRANEL

Duración estudio: 60 días

INSUMOS Y MATERIALES:

I. ESTUDIO DE IMÁGENES: Estudio en duplicado

- Cámara de almacenamiento con temperatura (20°C) y humedad relativa controlada (75%).
- 30 limones por bandeja para análisis de imágenes (60 total)
- Cámara fotográfica con timer (fotografías cada media hora por 60 días).

II. ESTUDIO DE TEXTURA: Estudio en duplicado, semanal por 60 días

- 70 limones mantenidos en las mismas condiciones del estudio de imágenes (140 total)

III. EVALUACIÓN SENSORIAL: Estudio en duplicado, semanal por 60 días

- 3 panelista semientrenados
- Los mismos limones del estudio de textura

IV. ANÁLISIS QUÍMICO: Estudio en duplicado, semanal por 60 días

- Los mismos limones del estudio sensorial

PARÁMETROS DE ANÁLISIS:

ESTUDIO DE IMÁGENES, TEXTURA Y SENSORIAL

- Textura instrumental
- Daños y defectos (heladas, insectos, escaldado, golpe de sol, herida abierta, herida seca, machucón, manchas, oleocelosis, peteca, pudrición, russet, solendo)
- Deformaciones
- Deshidratación Reducción de volumen

ANÁLISIS QUÍMICO:

- Sólidos solubles por refractometría
- pH
- Contenido de fenoles por espectrofotometría
- Determinación del jugo (Método gravimétrico en 100g aprox = 3 limones)

2. ETIQUETADO NUTRICIONAL

Se realizarán los análisis químicos requeridos para cumplir con la Ley 20606

Con fecha 11 de enero 2018, se retiran de Chilexpres Valdivia y se despachan a Osorno 2 kilos de limones, en total 60 unidades, de diversos tamaños y gramajes.





Los resultados de los análisis se recibieron el 01 de marzo de 2018, con el siguiente resultado:

*La caracterización se hizo en función de la Norma Chilena Oficial de Calidad **NCh 2716 Of 2014 - Limas Acidas - Limón de Pica, Limón Sutil y Lima Bearss – Requisitos.***

La categoría que le corresponde es "Subestándar", por la cantidad de defectos, principalmente manchas. Incluso si los que nosotros calificamos como oleocelosis, lo modificáramos a "manchas", no cambia el resultado pues lo que más influye es la suma de defectos y no el tipo de defecto.

Respecto a la cantidad de jugo está bien, pues cumple con la Norma.

Respecto al diámetro ecuatorial se cumple ya que sólo el 8,3% tiene calibre inferior a 35 mm (la Norma indica < 10%). Este resultado está al límite considerando que 5 unidades de las 60 estaban bajo la medida. No cumpliría si hubiésemos detectado 6 unidades.

El estudio de vida útil no fue posible hacerlo porque se requieren más unidades, alrededor de 300 unidades.

Se adjunta informe completo como anexo.

Con respecto al análisis nutricional, la Universidad indicó que "el etiquetado es exigible en productos envasados. Se puede obviar a granel". Además, toda la información requerida

está contenida en el artículo Nº 107 del Reglamento Sanitario de Los Alimentos y sus modificaciones.

Básicamente la información del etiquetado para venta de productos envasados, que debe contener una etiqueta es:

- Nombre del producto
- Razón social
- Domicilio
- País de origen
- Número y fecha de resolución sanitaria
- Fecha de elaboración
- Fecha de vencimiento
- Ingredientes y aditivos
- Información nutricional
- Instrucciones de almacenamiento y uso

La información nutricional fue solicitada en español e inglés, de acuerdo al requerimiento del mandante. Se adjunta informe completo como anexo.

NUTRITION FACTS/INFORMACION NUTRICIONAL		
LEMON OF PICA /LIMON DE PICA		
Portion/Porción: 1 Unit/1 Unidad (35 g aprox)		
Portions per package/ Porciones por envase: 7 Unit/Unidades (1 package of 250 g/1 envase de 250 g)		
	100 g	1 Portion/Porción
Calories/Calorias (Kcal)	26,7	9,3
Protein/Proteínas (g)	0,3	0,1
Total Fat/Grasa Total (g)	0,3	0,1
Available Carbohydrates/Hidratos de Carbono disponibles (g)	5,6	2,0
Total Sugars/Azúcares Totales (g)	1,14	0,4
Sodium/Sodio (mg)	15,7	5,5

Por otra parte, dada la **Indicación Geográfica** que posee el Limón de Pica y de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual (Ley nº19.996), existe una indicación especial al respecto del uso de la IG y el envase que debe utilizarse para los productos:

Artículo nº 103: Todos los productores, fabricantes o artesanos que desempeñan su actividad dentro de la zona geográfica delimitada, inclusive aquellos que no estuvieran entre los que solicitaron el reconocimiento inicialmente, tendrán derecho a usar la indicación geográfica o denominación de origen en relación con los productos señalados en el Registro, siempre que cumplan con las disposiciones que regulan el uso de las mismas. Solamente ellos podrán emplear en la identificación del producto la expresión "Indicación Geográfica" o "Denominación de Origen" o las iniciales "I.G ." o "D.O.", respectivamente.

Estas indicaciones se podrán poner en el envase, **siempre que sea de aquellos que se presentan al consumidor sellados, de manera que sea necesario destruirlos para acceder al producto.**

Se entiende de esta indicación, que el envase que contenga el sello IG, no puede ser reciclado para otro uso, dado que se podría introducir otros productos que no poseen la IG.

En cuanto a este requerimiento específico para el uso de la IG, la utilización del clamshell actual no es posible, dado que el envase no es destruido por el consumidor para poder acceder al producto.



Por esto y dadas las condiciones organolépticas que presentaron los limones enviados para el análisis, se sugiere trabajar con un envase primario, de tipo bioactivo para conservar por mayor tiempo la vida útil de los limones, el que debe estar en contacto directo con los limones y luego un envase secundario, que tenga que ser destruido por el consumidor para llegar al producto, así el logo de la IG iría en el envase secundario, cumpliendo la normativa requerida.

Sobre el envase bioactivo, se cotizó a la empresa bioxiplas, ubicada en la ciudad de Valdivia quienes venden los envases por kilo y de acuerdo a dos tamaños, de acuerdo a las siguientes especificaciones:

Bolsas desde 30 a los 120 cm de ancho, pudiendo ser elaboradas con un grosor a partir de las 18 y hasta las 200 micras. Con láminas de 10 a 200 micras de grosor.

Bolsas Pouch con barreras de oxígeno por fuera y antibacteriana por dentro.

Las materias primas con las cuales se fabrican los envases son vírgenes de grado alimenticio, **cuentan con certificación FDA** (resinas aptas para estar en contacto con alimentos) y análisis de migración global, acuosa y específica de la plata dentro del rango de **Mercosur, EEUU y la CEE.**



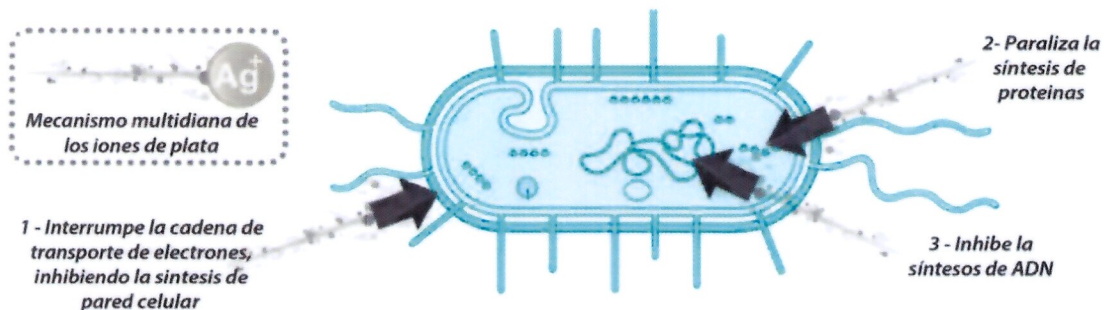
NANOXPAS
MAS VIDA A LOS ALIMENTOS

M^a Loreto Mendoza Sobarzo.
Gerente General

Fono: (+56) 632272427
Movil: (+56-9) 98731007
loretomendoza@bioxiplas.cl
www.bioxiplas.cl
www.nanoxplas.cl
VALDIVIA-CHILE

Características principales de las bolsas aditivadas con partículas de plata.

La plata brinda capacidades antimicóticas y antimicrobianas al envase de polietileno, permitiendo que los productos frescos extiendan su vida útil.



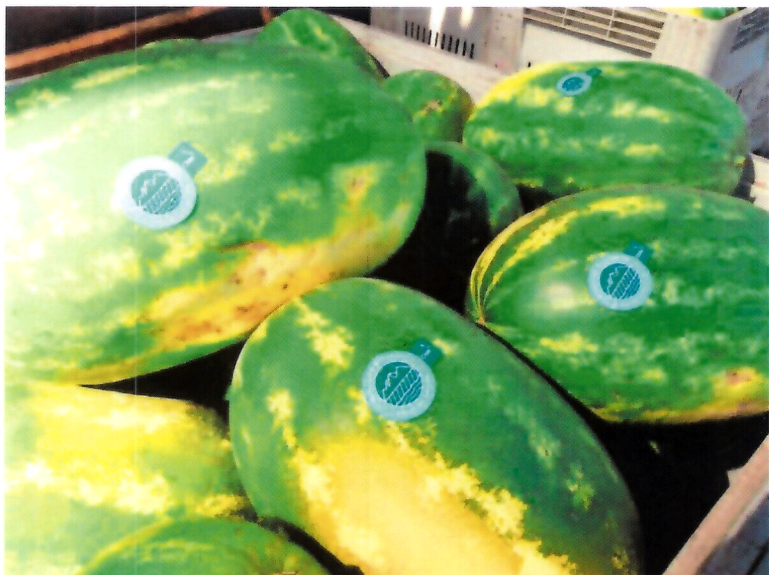


Ejemplo envase primario

De acuerdo a información enviada por el Coordinador del proyecto, el día 05 de enero de 2018, sobre al Manual de Marca del Programa “Sello de Origen” del INAPI y su utilización en distintos en distintos formatos publicitarios, se sabe que el sello puede usarse en el mismo producto, en su embalaje, en material publicitario, en aplicaciones sociales, etc.

Por ejemplo:

Mismo producto: Sandía de Paine – IG



El sello se puede usar de forma externa al producto:



Fuente: Proyecto Fortalecimiento de la DO Alfarería de Quinchamalí. Embalaje e Identidad. Diseño de Juan Pablo Fuentes y Jaime Ramírez.

El sello se puede usar en el embalaje del producto:





Cada beneficiario **deberá:**

- **Hacer llegar (a INAPI) el boceto, arte, maqueta o muestra en que desea aplicar el Sello;**
- **Con anticipación** a su fabricación;
- **De preferencia en formato electrónico**, al punto de contacto que designe el Administrador del Sello.
- **Si ya se hubiera encargado su ejecución**, enviará un **registro fotográfico de la implementación y/o exhibición** de las piezas en que el Sello ha sido aplicado.

IMPORTANTE: Para **evitar dificultades**, envíen a INAPI las muestras con **anticipación**.

En base a esta información, el coordinador del proyecto se encuentra trabajando con diseñador gráfico para determinar mejores usos del sello de origen en envases y material publicitario.

fuentes+
studio

**PROPUESTA DE
BRANDING Y APLICACIONES**

Proyecto Código IMA-2016-0808,
Limón de Pica Gourmet

Dirección creativa: Juan Pablo Fuentes

Dirección de arte: Jaime Ramírez Cotal

Diseño Packaging: Ariel Huerta

Ejecutor proyecto: Luis Fernando Moscoso Puljèzevic

Coordinador propuesta: Jaime Viza Miranda

Marca: Limón de Pica

Fecha: 07 junio 2018

CONCEPTOS

sustentables

rápida biodegradación

contemporáneo

carácter internacional

fácil reconocimiento en góndola

foco en publico gourmet

reciclable

REQUERIMIENTOS

250 GRAMOS

Liviano
Fácil llevar
Económico masivo
Económico gourmet
Presencia sellos
Presencia marca
Que se vea producto
Cartón sustentable
Malla sustentable

500 GRAMOS

Liviano
Fácil llevar
Económico masivo
Económico gourmet
Presencia sellos
Presencia marca
Que se vea producto
Cartón sustentable
Malla sustentable

3 KILOS

Liviano
Fácil llevar
Resistente
económico masivo
Presencia sellos
Presencia marca

Malla sustentable

EXTRUCTURACIÓN

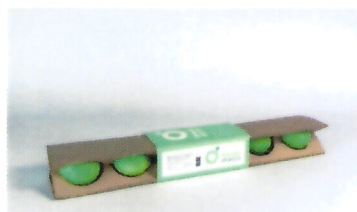
Gourmet

250 gramos

500 gramos



250 gramos



*Limonos separados / No golpean

Económico Masivo

250 gramos
500 gramos

250 gramos
500 gramos

250 gramos
500 gramos
3 Kilos

250 gramos
500 gramos



*Limonos revueltos

Empaque primario

Empaque secundario





DISEÑO PACKAGING

PACKAGING 1 ETIQUETA

DE UN OASIS ÚNICO,
EN MEDIO DEL DESIERTO DE ATACAMA,
EL MÁS ÁRIDO DEL MUNDO

Pica, Región de Tarapacá, Chile



www.frutosdepica.cl

INFORMACIÓN NUTRICIONAL LIMÓN DE PICA

Porción: 1 unidad (35 g.)		
Porciones por envase: 7	100 g	1 porción
Energía (Kcal)	26,7	9,3
Proteínas (g)	0,3	0,1
Grasa Total (g)	0,3	0,1
Hidratos de Carbono Disp. (g)	5,6	2,0
Azúcares totales (g)	1,14	0,4
Sodio (mg)	15,7	5,5

Porciones por envase considera 1 envase de 250 gr.

www.frutosdepica.cl

Ingredientes: Limón.
Conservar en lugar fresco y seguro.



TIPO
Limón de Pica

DURACIÓN
10 días

CANTIDAD
250 gr.

FECHA DE ELABORACIÓN
07 junio 2018

Res. 99454 del 12/04/2017.
Pica, Región de Tarapacá, Chile.
Producto natural sin aditivos.

PACKAGING 1 ETIQUETA EN CAJA

Tamaño: 12 cm / 8 cm / 4 cm



PACKAGING 2 ETIQUETA

Limón de Pica, producido en un oasis único, en medio del desierto de Atacama, el más árido del mundo. Su clima privilegiado, acrecienta su aroma, jugosidad y sabor, siendo cosechado a mano por pequeños productores, quienes levantan las aguas para su riego de las profundidades, con la fuerza del sol.

**DE UN OASIS ÚNICO,
EN MEDIO DEL DESIERTO DE ATACAMA,
EL MÁS ÁRIDO DEL MUNDO**

Pica, Región de Tarapacá, Chile

**limón
de pica**



www.frutosdepica.cl

INFORMACIÓN NUTRICIONAL LIMÓN DE PICA

Porción: 1 unidad (35 g.)	100 g	1 porción
Porciones por envase: 7	26,7	9,3
Energía (Kcal)	0,3	0,1
Proteínas (g)	0,3	0,1
Grasa Total (g)	0,3	0,1
Carbohidratos totales (g)	1,4	0,5
Almidón (g)	1,4	0,5
Sodio (mg)	15,7	5,5

Porciones por envase: 7
Porciones por envase: 1 envase de 250 gr.

www.frutosdepica.cl

Ingredientes: Limón.
Conservar en lugar fresco y seguro.
Res. 99454 del 12/04/2017.
Pica, Región de Tarapacá, Chile.
Producto natural sin aditivos.

TIPO
Limón de Pica

CANTIDAD
250 gr.

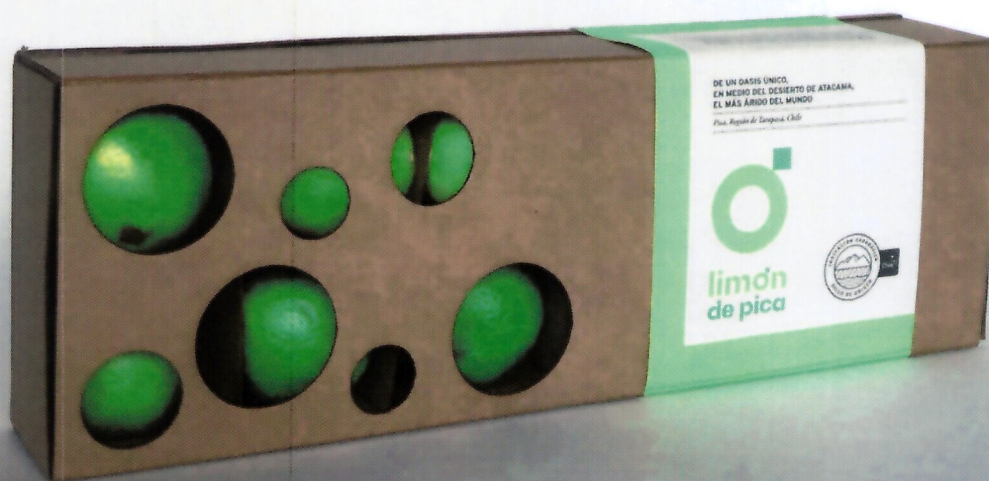
DURACIÓN
10 días

FECHA DE ELABORACIÓN
07 Junio 2018



PACKAGING 2 ETIQUETA EN CAJA

Tamaño: 8 cm / 24 cm / 4 cm



PACKAGING 2 ETIQUETA EN CAJA



PACKAGING 3 ETIQUETA

limón de pica

DE UN OASIS ÚNICO,
EN MEDIO DEL DESIERTO DE ATACAMA,
EL MÁS ÁRIDO DEL MUNDO

Pica, Región de Tarapacá, Chile





INFORMACIÓN NUTRICIONAL

LIMÓN DE PICA

Porción: 1 unidad (35 g.)	
Porciones por envase: 7	
100 g	1 porción
Energía (kcal)	
26,7	9,3
Proteínas (g)	
0,3	0,1
Grasa Total (g)	
0,3	0,1
Hidratos de Carbono Disp. (g)	
5,6	2,0
Azúcares totales (g)	
1,14	0,4
Sodio (mg)	
15,7	5,5

Porciones por envase considera 1 envase de 250 gr.

www.frutosdepica.cl

Ingredientes: Limón.

Conservar en lugar fresco y seguro.

Res. 99454 del 12/04/2017.

Pica, Región de Tarapacá, Chile.

Producto natural sin aditivos.

TIPO
Limón de Pica

CANTIDAD
250 gr.

DURACIÓN
10 días

FECHA DE ELABORACIÓN
07 junio 2018



PACKAGING 3

ETIQUETA EN CAJA

Tamaño: 15 cm / 12 cm / 4 cm



PACKAGING 4 ETIQUETA

limón de pica

Limón de Pica, producido en un oasis único, en medio del desierto de Atacama, el más árido del mundo. Su clima privilegiado, acrecienta su aroma, pureza y sabor, otorgando frescura a mano por pequeñas producciones. Cuales le dan un toque para su regar de las producciones, con la fuerza del sol.

Pica, Región de Tarapacá, Chile

DE UN OASIS ÚNICO,
EN MEDIO DEL DESIERTO DE ATACAMA,
EL MÁS ÁRIDO DEL MUNDO

limón de pica

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
LIMÓN DE PICA

Porción: 1 unidad (35 g.)			TIPO	DURACIÓN
Porciones por envase: 7	100 g	1 porción	Limón de Pica	10 días
Energía (Kcal)	26,7	9,3		
Proteínas (g)	0,3	0,1	CANTIDAD	FECHA DE ELABORACIÓN
Grasa Total (g)	0,3	0,1	250 gr.	07 junio 2018
Hidratos de Carbono Disp. (g)	5,6	2,0		
Azúcares totales (g)	1,14	0,4		
Sodio (mg)	15,7	5,5		

Ingredientes: Limón.
Conservar en lugar fresco y seguro.

Res. 99454 del 12/04/2017,
Pica, Región de Tarapacá, Chile.
Producto natural sin aditivos.

Porciones por envase considera 1 envase de 250 gr.

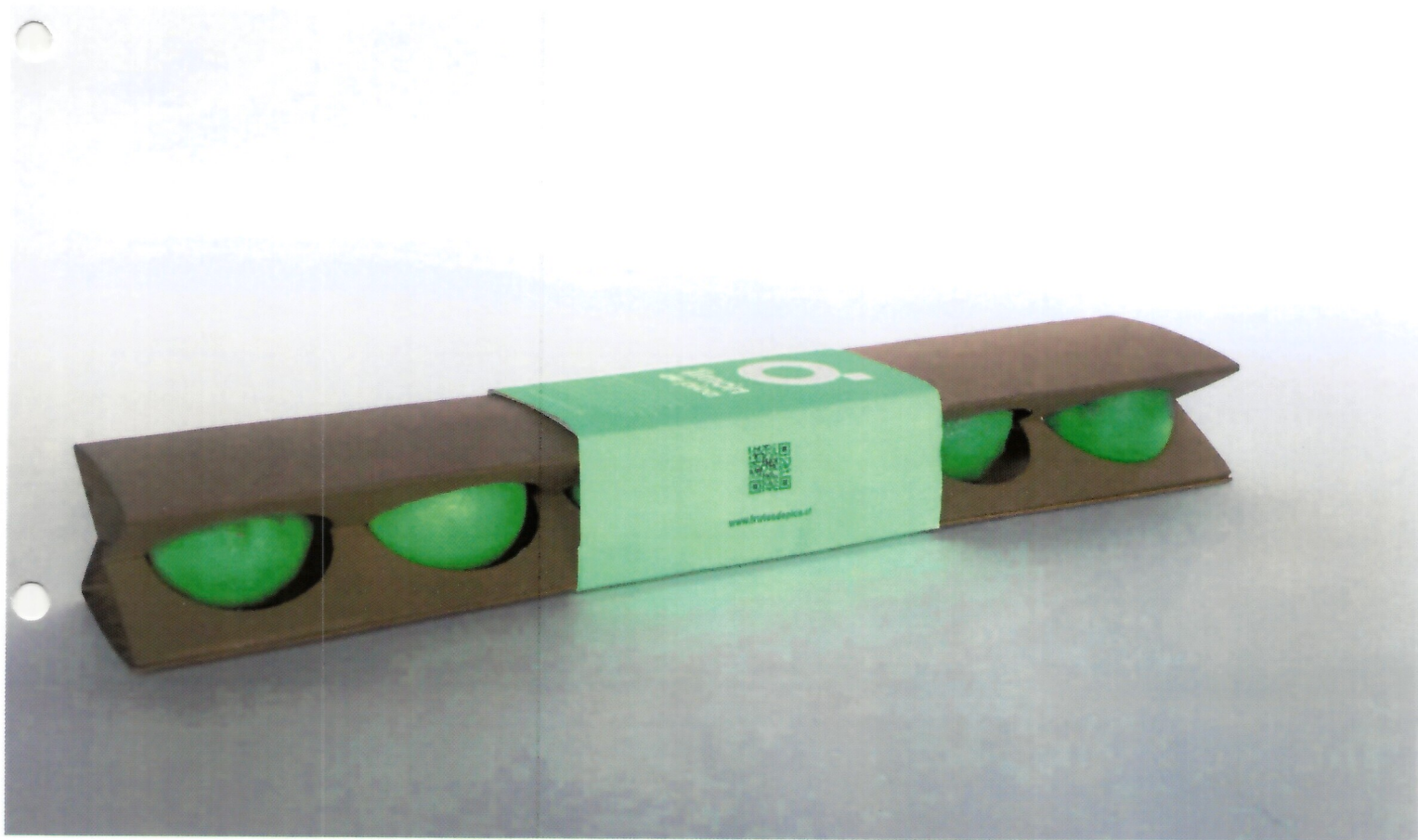
www.frutosdepica.cl

PACKAGING 4 ETIQUETA EN CAJA

Tamaño: 4 cm / 25 cm / 4 cm



PACKAGING 4 ETIQUETA EN CAJA



PACKAGING 4 ETIQUETA EN CAJA



PACKAGING 5 ETIQUETA



Limón de Pica, producido en un oasis único en medio del desierto de Atacama, el más árido del mundo. Su clima privilegiado, aporta a su aroma, ligereza y sabor, siendo cosechado a mano por pequeños productores que rescatan las aguas para su riego de las profundidades, contra la fuerza del sol.

limón de pica



DE UN OASIS ÚNICO,
EN EL DESIERTO DE ATACAMA,
EL MÁS ÁRIDO DEL MUNDO

Pica, Región de Tarapacá, Chile

www.frutosdepica.cl

INFORMACIÓN NUTRICIONAL LIMÓN DE PICA

Porción: 1 unidad (35 g)	100 g	1 porción
Energía (Kcal)	26,7	9,3
Proteínas (g)	0,3	0,1
Grasas totales (g)	0,2	0,1
Hidratos de Carbono Dis. (g)	5,6	2,0
Azúcares totales (g)	1,14	0,4
Sodio (mg)	13,7	5,5

Porciones por envase considera 1 envase de 250 gr.

www.frutosdepica.cl

Ingredientes: Limón.
Conservar en lugar fresco y seguro.
Reg. 99454 del 12/04/2017.
Pica, región de Tarapacá, Chile.
Producto natural sin aditivos.



TIPO *Limón de Pica*
DURACIÓN *10 días*
CANTIDAD *250 gr.*
FECHA DE ELABORACIÓN *07 Julio 2018*

PACKAGING 5 ETIQUETA EN CAJA



PACKAGING 6 ETIQUETA



Tiro



Retiro

PACKAGING 6 ETIQUETA EN CAJA



PACKAGING 6 ETIQUETA EN CAJA



PACKAGING 6 SELLO SEGURIDAD



DE UN OASIS ÚNICO,
EN MEDIO DEL DESIERTO DE ATACAMA,
EL MÁS ÁRIDO DEL MUNDO

Pica, Región de Tarapacá, Chile

 **limón
de pica**



PACKAGING 7 ETIQUETA EN BOLSA

Tamaño: Medidas variables



PACKAGING 8 ETIQUETA



INFORMACIÓN NUTRICIONAL LIMÓN DE PICA

Porción: 1 unidad (35 g.)		
Porciones por envase: 7	100 g	1 porción
Energía (Kcal)	26,7	9,3
Proteínas (g)	0,3	0,1
Grasa Total (g)	0,3	0,1
Hidratos de Carbono Disp. (g)	5,6	2,0
Azúcares totales (g)	1,14	0,4
Sodio (mg)	15,7	5,5

Porciones por envase considera 1 envase de 250 gr.

www.frutosdepica.cl

Ingredientes: Limón.
Conservar en lugar fresco y seguro.
Res. 99454 del 12/04/2017.
Pica, Región de Tarapacá, Chile.
Producto natural sin aditivos.

TIPO
Limón de Pica

DURACIÓN
10 días

CANTIDAD
250 gr.

FECHA DE ELABORACIÓN
07 junio 2018



DE UN OASIS ÚNICO,
EN MEDIO DEL DESIERTO DE ATACAMA,
EL MÁS ÁRIDO DEL MUNDO

Pica, Región de Tarapacá, Chile



Limón de Pica,
Producido en un oasis
único, en medio del desierto
de Atacama, el más árido
del mundo. Su clima
privilegiado, acrecienta su
aroma, jugosidad y sabor,
siendo cosechado a mano
por pequeños productores,
quienes levantan las aguas
para su riego de las
profundidades, con la
fuerza del sol.

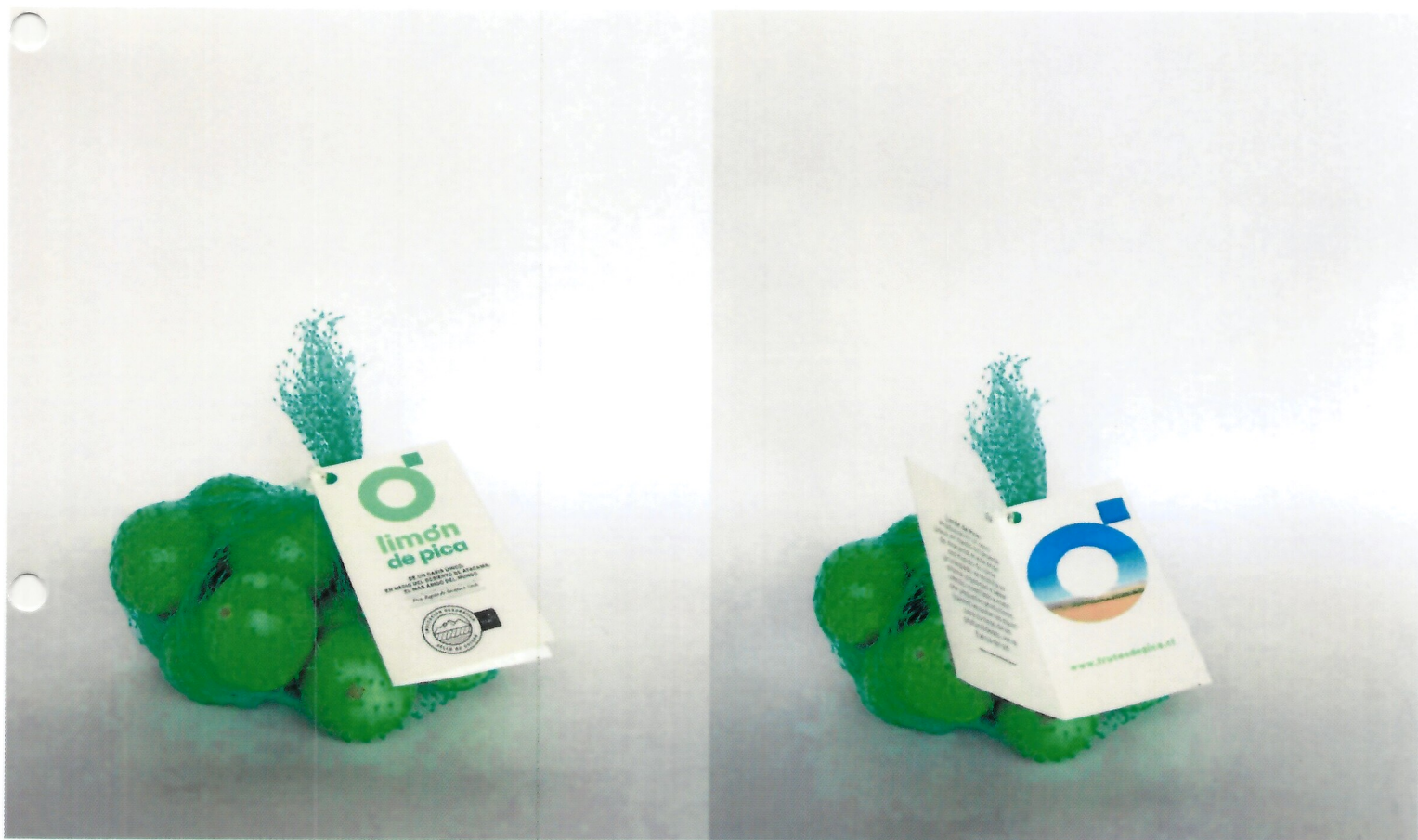


www.frutosdepica.cl

Exterior

Interior

PACKAGING 8 ETIQUETA EN MALLA



PACKAGING 8 ETIQUETA EN MALLA



PACKAGING

CAJA SECUNDARIA

Tamaño: Según selección de packaging de comité y requerimientos de productora



PACKAGING

CAJA SECUNDARIA

Tamaño: Según selección de packaging de comité y requerimientos de productora





RESULTADO

PROYECTO PACKAGING





Desarrollado

Juan Pablo Fuentes
ASESOR CREATIVO / Diseñador Industrial UDP
2018

fuentes+
studio

PROPUESTA DE
BRANDING Y APLICACIONES

Proyecto Código IMA-2016-0808,
Limón de Pica Gourmet

Dirección creativa: Juan Pablo Fuentes

Dirección de arte: Jaime Ramírez Cotal

Diseño Packaging: Ariel Huerta

Ejecutor proyecto: Luis Fernando Moscoso Puljèzevic

Coordinador propuesta: Jaime Viza Miranda

Marca: Limón de Pica

Fecha: 07 junio 2018

—elementos base
identidad

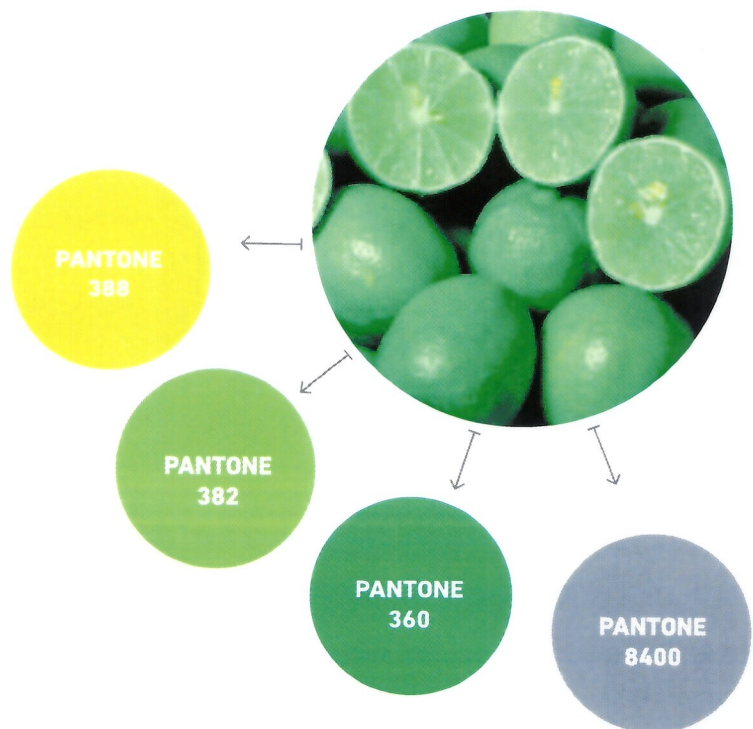


Contexto / Lifestyle

Limón de Pica, producido en un oasis único, en medio del desierto de Atacama, el más árido del mundo. Su clima privilegiado, acrecienta su aroma, jugosidad y sabor, siendo cosechado a mano por pequeños productores, quienes levantan las aguas para su riego de las profundidades, con la fuerza del sol.

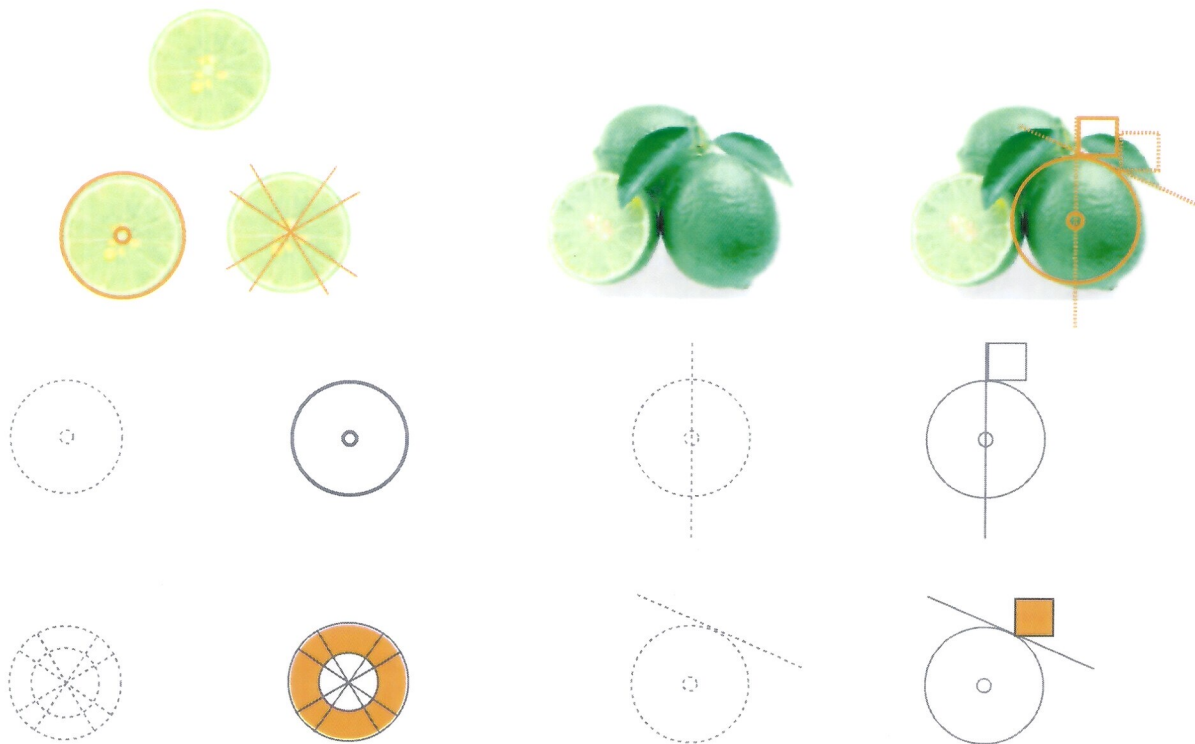


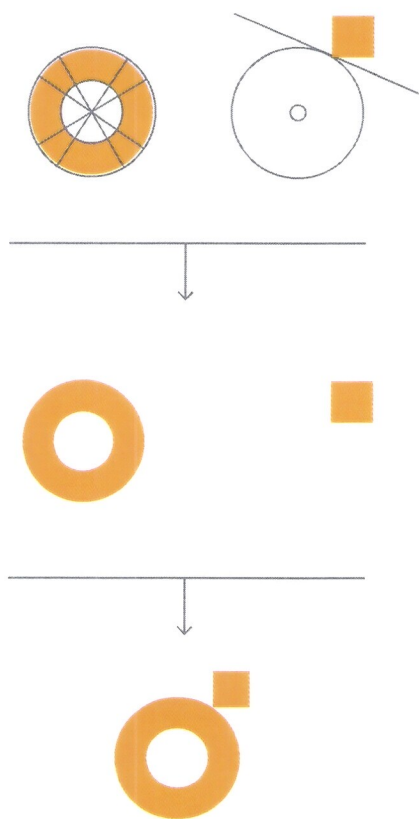
Colores
*Derivados de las
tonalidades del limón.*



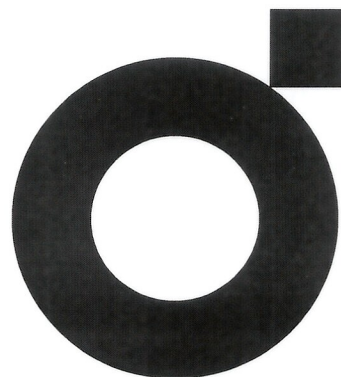
formas

*Rescatamos las claves iconográficas
del limón como fruto*





Isotipo

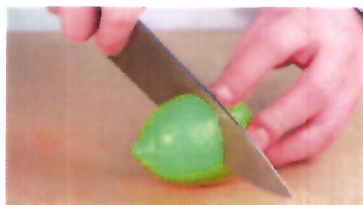


Logotipo

**limón
de pica**

**limón
de pica**

limón de pica



abcde

*De formas circulares asociadas
a la forma del fruto y con
separaciones que evocan el
corte del limón con el cuchillo.*

Marca



a. Articulación de las formas
obtenidas del limón.

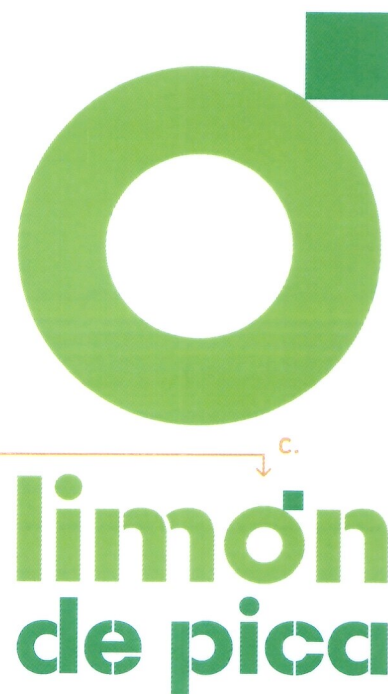
b. Tipografía circular con
cortes en algunos sectores.

c. El texto del logotipo
reemplaza la letra 'o' por
la forma del isotipo

a.

c.

b.





Marca

Tamaños





a



b

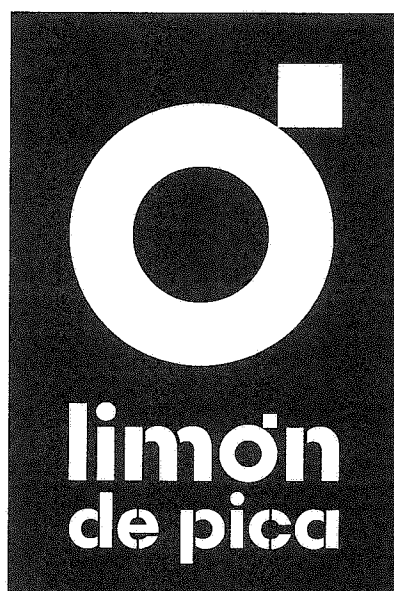
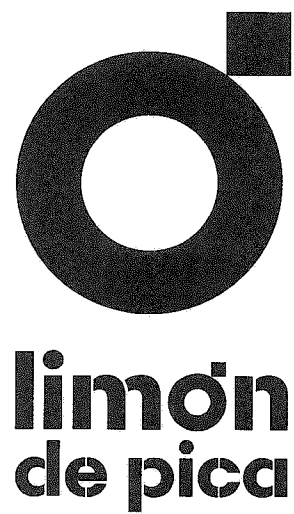
*Versiones
Preferentes*



*Versiones
Secundarias*

Variables
Cromáticas





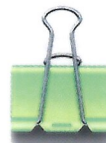
Versiones Positivo & Negativo



Rellenos



—aplicaciones



Estimado
Señor Fuentes,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec orci purus, luctus vitae dignissim eu, iaculis sed purus. Vivamus faucibus, ipsum nec aliquet viverra, leo mauris condimentum ligula, sit amet sagittis enim ligula quis arcu. Nam egestas tortor id nisi porttitor mattis. In tortor ante, ultricies in suscipit a, tempus non massa. Vivamus et auctor mi. Fusce vel massa nulla. Phasellus nec eros mauris, et scelerisque orci. Donec malesuada orci vitae nulla accumsan porta a id massa. Quisque accumsan laculis magna sit amet fringilla. Maecenas consequat, magna eget tincidunt semper, odio nibh rutrum mi, id feugiat ante nisi eu risus. Vestibulum nunc orci, rhoncus a placerat in, ultricies in mi. Cras mattis varius eros, vel fringilla nisi suscipit eget.

Quisque scelerisque sagittis nulla at porttitor. Mauris a justo et tellus interdum tristique. Sed id augue vitae urna euismod commodo aliquet a quam. Pellentesque arcu velit, cursus et malesuada ut, consequat et diam. Nullam erat sem, rhoncus id ullamcorper vitae, rhoncus et arcu. In ultricies ultricies nulla, et rutrum nisi laculis at. Donec eu magna a metus ornare faucibus. Fusce aliquet faucibus ultricies. Morbi semper, est id tincidunt gravida, sem arcu adipiscing lacus, ac bibendum nulla leo eu purus. Quisque nec diam sed risus consectetur a accumsan quis quis nibh. Vestibulum id purus lorem.

Jaime Viza

Co-Founder & CEO

John Doe

T: (912) 555-1234 M: john@yourwebsite.com W: yourwebsite.com





Dear Mr. Smith,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec mi purus, rutrum vitae dignissim eu, laeulis sed purus. Vivamus faucibus, ipsum nec aliquet viverra, leo tristique eozidimsturn tigua, et amet sagittis enim tigua quis arcu. Nam eget tacer tortor id nisi porttitor matta. In turter ante, ultricies in suscipit a, tempus non massa. Vivamus et auctor mi. Fusce vari massa nulla. Praesentius nec eros, mauris, et scelerisque nisi. Donec molestia dendi vitae nulla acummyan porta a id massa. Quisque accumsan laeulis magna sit amet fringilla. Maecenas consequt, magna eget tincidunt semper, odio nisi rutrum mi, id tuncat ante nisi eu risus. Vestibulum nunc pro rhendus a placerat in, ultricies in mi. Cras nulla varius eros, vel fringilla nisi suscipit eget.

Quisque scelerisque sagittis nulla sit porttitor. Mauris a jale et felis interdum tristique. Sed id magna vitae nisi euismod consequt aliquet a diam. Pellentesque eros velit, cursus et molestia ut, consequt et diam. Nullam erat sem, rhonus id ullamcorper vitae, rhonus et arcu. In ultricies ultricies nulla, et rutrum nisi laeulis et. Donec eu magna a metus rutrum faucibus. Fusce aliquet faucibus ultricies. Morbi semper, est id tuncat gravida, sem arcu adipiscing laeulis, ac tuncat nulla tuncat purus. Quisque nec diam sed rhus rhonus tuncat a purum quis qui rhin. Vestibulum sit purus lorem.

John Doe
Co-Founder & CEO

John Doe







Pendón Grande



Pendón de Mesa



Cenefa de Stand



www.frutosdepica.cl











Pendrive







fuentes+
studio

PROPUESTA DE
BRANDING Y APLICACIONES

Proyecto Código IMA-2016-0808,

Limón de Pica Gourmet

Dirección creativa: Juan Pablo Fuentes

Dirección de arte: Jaime Ramírez Cotal

Diseño Packaging: Ariel Huerta

Ejecutor proyecto: Luis Fernando Moscoso Puljêzevic

Coordinador propuesta: Jaime Viza Miranda

Marca: Limón de Pica

Fecha: 07 junio 2018

FUENTES MAS ASOCIADOS SPA

Giro: CONSULTORÍA, DISEÑO Y
COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS
DE DISEÑO

Casa Matriz: Huérfanos 1055, oficina 503
Sucursal: Av. Lib. Bernardo O'higgins 227
Ciudad: SANTIAGO
Fono:

Razón Social: LUIS FERNANDO MOSCOSO
PULJEZEVIC

Rut: 6.254.208-K

Giro: CULTIVOS DE FRUTALES EN
ARBOLES O ARBUSTOS

Dirección: RIO DE JANEIRO 693 ORIENTE

Ciudad: ANTOFAGASTA

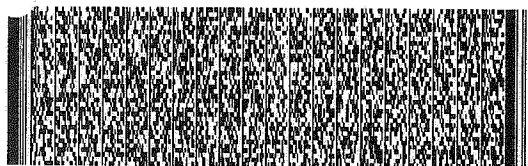
Comuna: ANTOFAGASTA

Fecha Emisión: 18/05/2018

Fecha Vencimiento: 18/05/2018

Cant	Ítem	Valor Unit.	Desccto.	Subtotal
1	ASESORIA, DISEÑO Y DESARROLLO MARCA Y PACKAGING, PARA PLAN DE MARKETING Y SU IMPLEMENTACION LIMON DE PICA, CODIGO IMA-2016- 0808	\$ 1.860.110	\$ 0	\$ 1.860.110

TOTAL EXENTO: \$ 1.860.110



Timbre Electrónico S.I.I.

Res. 80 del 22-08-2014 Verifique Documento:
www.sii.cl

ORIGINAL

Contrata Factura Electrónica en www.bsale.cl



Nombre Empresa
LUIS FERNANDO MOSCOSO PULJEZEVIC

Rut Empresa
6.254.208-K

Fecha y Hora
29/05/2018 - 17:19

Rut Usuario
6.254.208-K

Nombre Usuario
LUIS MOSCOSO PULJEZEVIC



Transferencias Realizadas

N° de cuenta 81402279

1o Cliente:
Clientes transferencias han sido firmadas y fueron enviadas a pago:

D	Cuenta	Rut	Nombre	Cuenta	Nombre	Monto Total
Referencia	Cargo	Destinatario	Destinatario	Destino	Transferencia	
4450950	81402279	76.383.533-2	Fuentes Mas Asociados SPA	52549941	Abono Fact 6 Exenta	\$ 1.360.110



**ROBERTO FERNANDO GAMEZ
ALVAREZ**

Giro: DISEÑO
GRAFICO, IMPRENTA, FOTOGRAFIA, ASES
ORAMIENTO EMPRESARIAL, CHARLAS
AV. LA FLORIDA 10269 910- LA FLORIDA
eMail : ROBERTO@GAMEZ.CL Telefono : 2
29263713

TIPO DE VENTA: DEL GIRO

R.U.T.: 11.265.809- 2

**FACTURA NO AFECTA O
EXENTA ELECTRONICA**

Nº1

S.I.I. - LA FLORIDA

Fecha Emision: 22 de Mayo del 2018

SEÑOR(ES): LUIS FERNANDO MOSCOSO PULJEZEVIC
R.U.T.: 6.254.208- K
GIRO: CULTIVO DE FRUTALES EN ARBOLES O ARBUSTO
DIRECCION: RIO JANEIRO 693 ORIENTE
COMUNA ANTOFAGASTA CIUDAD: ANTOFAGASTA
CONTACTO:
TIPO DE COMPRA: DEL GIRO

Codigo	Descripcion	Cantidad	Precio	%Impto Adic.*	%Desc.	Valor
-	Diseño e Impresión Asesoría, diseño y desarrollo material difusión, para plan de marketing y su implementación limon de pica IMA-2016-0808	1	631.890			631.890

Forma de Pago: Contado



Timbre Electrónico SII

Res.99 de 2014 Verifique documento: www.sii.cl

IMPUESTO ADICIONAL	\$	0
EXENTO	\$	631.890
TOTAL	\$	631.890

https://bel.bci.cl/cl/bci/a x

e Inversiones [CL] | https://bel.bci.cl/cl/bci/aplicaciones/contenidoPyme.jsf



Nombre Empresa

LUIS FERNANDO MOSCOSO PULJEZEVIC

Rut Empresa

6.254.208-K

Fecha y Hora

25/05/2018 - 18:38

Rut Usuario

6.254.208-k

Nombre Usuario

LUIS MOSCOSO PULJEZEVIC

Transferencias Realizadas

N° de cuenta 81402279

Estimado Cliente:

Las siguientes transferencias han sido firmadas y fueron enviadas a pago.

54370364 81402279 11.265.809-2 Roberto Garzaz A 1001323188 Factum N 1 \$631.890

Estimado Cliente
Recuerde imprimir o guardar este comprobante como respaldo. Ante cualquier duda, comuníquese con la Mesa de Ayuda al
teléfono 600 224 4800

Realizar otra transferencia

Bci000004d (1).Pdf

Bci000004d.Pdf

FACT1711.pdf

FACT1710.pdf

2018

Spotify

Microsoft ...

https://be...

Calculado...

LIBERLETT...



Producto Original con Indicación Geográfica (P.G.)

La ley de Propiedad Industrial (N°19.039) reconoce y protege especiales categorías de derechos de propiedad industrial: Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. Ambos derechos aplican perfectamente a productos silvoagropecuarios y agroindustriales.

El Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) como autoridad encargada de la concesión y registro de los derechos de propiedad industrial en Chile, otorgó el reconocimiento como indicación geográfica al Limón de Pica en abril de 2010 por las especiales características del producto y la reputación del mismo. Por ello e encuentra protegido frente a la competencia desleal y, al mismo tiempo, entrega al consumidor final la seguridad de que el producto posee especiales cualidades debido a su origen geográfico. Limón de Pica forma parte del programa Sello de Origen.

<https://www.inapi.cl/sello-de-origen>

Certificación Global Gap y Trazabilidad Visual

CERTIFICACIÓN GLOBALGAP: Los productores del Oasis, cuentan con sus predios certificados con la Norma, pudiendo ingresar al mercado internacional.

PLATAFORMA DE TRAZABILIDAD VISUAL PRODUCTORES DE LIMÓN DE PICA: Los productores tienen un sistema de Trazabilidad visual que los pone a la vanguardia dentro del sector agrícola regional y nacional.



Garantía de Calidad
Limón de Pica, el Original

Nuestra Empresa

Frutos de Pica, está conformada por productores, localizados éstos en la comuna de Pica, Provincia del Tamarugal, Región de Tarapacá, Chile.

El propósito de Frutos de Pica, es comercializar y exportar los frutos producidos en el oasis de Pica, conocidos por sus características organolépticas únicas y exclusividad que los diferencian de otras zonas productoras tanto nacional como de otros países.

Además del Limón de Pica, Frutos de Pica, comercializa otras especies frutícolas producidas en el Oasis, tales como mangos, papeles, Tanguelos, Naranjos, principalmente.



Frutos de Pica



Galindo Yella



Miguel Cavallero



Maria Jara



Los Morcoso



Enrique Arayo



Fernando Miranda



Agrícola Alto de Pica



Fruto Original del Oasis de Pica
Región de Tarapacá - Chile

Limón de Pica

Gourmet



Del Oasis de Pica, en medio de dos colosos; el desierto de Atacama, el más árido del mundo, y el Altiplano de los Andes, con su cultura milenaria, un fruto único, de calidad premium.



Atributos y Cualidades del Limón de Pica

(Cítricos: Citrus, especie: Citrus aurantiifolia (L.) Christm.)

El Limón de Pica, (Citrus Aurantiifolia) presenta dos cualidades que lo diferencian de sus sustitutos.

1° Calidad Natural: Tamaño pequeño, cáscara muy delgada y peculiar y sobre-saliente aroma que está determinada por la presencia de "limoneno" que la diferencia de otros limos ácidos. Este atributo está determinado por los caracteres agrorclimáticos del área de producción, como es su clima seco, asociado a una baja humedad ambiental que induce a un estrés al fruto, permitiendo expresar además de su jugosidad, acidez, sabor, color y aroma. Este mayor y más intenso aroma, está determinado por el alto contenido de limoneno³ (aceite esencial) en su cáscara, que fluctúa entre 45% y 50% a diferencia de las otras limas sutil cuyo contenido de limoneno fluctúa entre el 5% y 13%.

2° Calidad Adquirida: Está definida por la Obtención de la Indicación Geográfica (IG) que permitió primero comprobar, y en segundo lugar demostrar que el fruto que se produce en Pica a partir de sus cualidades es único.

EL LIMÓN DE PICA, con su SELLO DE ORIGEN (IG), garantiza al consumidor final un producto con los atributos de calidad establecidos en la Norma Chilena oficial de Limas Ácidas que establece:

- Tolerancia de defectos.
- Categorías de Calidad: Extras, 1 y II
- Calibres Frutos de Limón de Pica: PEQUEÑO (>=35 y <40mm); MEDIANO (>=40 y <45mm); Grande (>45mm)
- Contenidos de Jugo: Mayor a un 45% en fracción de masa.

Limón de Pica. Historia, Exclusividad, Calidad y Estándares Sustentables

El limón de Pica, es considerado un milagro de la naturaleza, conocido por su alto valor y exclusividad, como el "Diamante Verde", producido por familias de pequeños agricultores, en el único Oasis de Chile y Sudamérica y que se encuentra en medio del Gran Desierto de Atacama, el más árido del Mundo.

El fruto del limonero, es originario de la India o de Malasia, luego fue introducido a Grecia y Roma. Desde aquí fue llevado por los caballeros de las cruzadas hasta que se fue desarrollando en España. Fue traído a Pica por los españoles por el año 1536, donde gracias a las bondades del clima local fue adquiriendo notables características del aroma, alta acidez y sabor, caracterizándose además por ser especialmente jugoso.

Esta planta que es introducida a América por los españoles, es plantada en distintas zonas geográficas del continente, encontrando las condiciones agroclimáticas óptimas, en medio del desierto más árido del Mundo, conocido hoy en el mundo entero como el Desierto de ATACAMA, y en medio de este, en un milagro de la naturaleza, en un OASIS ÚNICO, en el fin del Mundo. EL OASIS DE PICA.

Estándares Sustentables

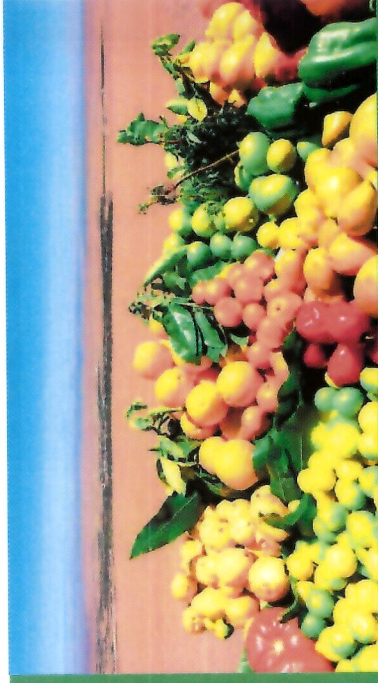
Actualmente se encuentra en gestión el proceso de certificación orgánica del producto, por las prácticas naturales utilizadas en el control de plagas. Junto a esta, también se gestiona la certificación Fair Trade (Comercio Justo).

Pica se encuentra en una zona privilegiada, considerada con la mejor radiación solar del mundo, para el desarrollo y explotación de parques solares. Esto ha llevado a impulsar proyectos estratégicos para la región y el país, y entre éstos para el desarrollo de una agricultura sustentable en el Oasis.

EL LIMÓN DE PICA, UN PRODUCTO GOURMET Y PARA USOS GOURMET



Limón de Pica, producido en un Oasis Único, en el desierto de Atacama, el más árido del Mundo. Su clima privilegiado acrecenta su aroma, jugosidad y sabor, siendo cosechado a mano por pequeños productores, quienes levantan las aguas para el riego, de las profundidades, con la fuerza del sol.



De un Oasis y su diversidad de frutos, surge el "Diamante Verde", el limón de Pica.

Un Producto Gourmet Para Mercados De Nicho

Producto Gourmet "Limón De Pica".

Con Sello de Origen, Garantía de Calidad y Origen. Un producto de categoría Premium, seleccionado y calibrado. Con uniformidad de color y libre de defectos. El producto contenido es envasado en un packing con la correspondiente autorización sanitaria, certificado bajo la norma Global GAP y con un Sistema de Trazabilidad Visual implementado, pudiendo determinar el origen georreferenciado exacto del producto.

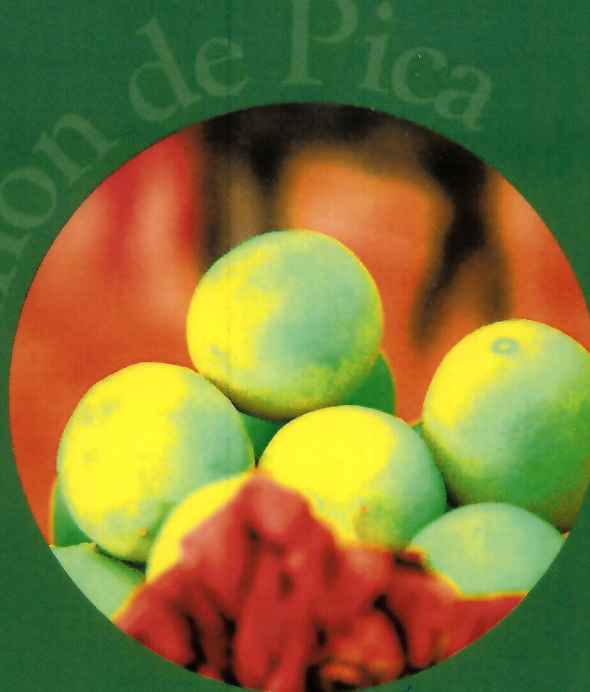
Mercados

Mercado de Nicho Nacional e Internacional

- a) Tiendas Gourmet
- b) Canal Horeca: Hoteles, Restaurantes y Catering.
- c) Retail

Internacional

- a) Polos turísticos de Latinoamérica, México, Brasil y el Caribe.
- b) Unión Europea, Reino Unido, Estados Unidos, principalmente.



Oasis de Pica
Región de Tarapacá

Limón Sutil
Lime

Citrus aurantifolia

Presentación/Presentation
Fresco/Fresh

Indicación Geográfica
Geographical Indication

Disponibilidad de Exportación / Export availability

Ene/Jan	Feb/Feb	Mar/Mar	Abr/Apr	May/May	Jun/Jun
✓	✓	✓	✓	✓	✓
Jul/Jul	Ago/Aug	Sep/Sep	Oct/Oct	Nov/Nov	Dic/Dec
✓	✓	✓	✓	✓	✓

Certificaciones / Certifications

- Indicación Geográfica, reconocimiento oficial el 22 de abril del 2010, Ley 19.039 de Propiedad Industrial.
- Global GAP
- Trazabilidad Visual



Frutos de Pica



www.frutosdepica.cl



Garantía de Calidad
Limón de Pica, el Original

Original Product with Geographical Indication (G.I.)

In Chile, from December 2005, the Law for Industrial Property (N° 19.039) recognizes and protects the category of Geographical Indication (G.I.), and the Designation of Origin (D.O.) for silvo agricultural and agro-industrial.

From April 2010, the National Institute of Industrial Property (INAPI), with respect to Pica Lemon, determined that the qualities and reputation of the product will be protected against third parties that use it in an unfair manner and, at the same time, it will provide to the final consumer, the security that the product purchased possesses and the qualities that their place of origin gives.

Certification Global Gap and y Visual Traceability

GLOBAL GAP CERTIFICATION: The producers from the oasis have farms which are certified with the Norm and are able to enter the international market.

PICA LEMON PRODUCERS VISUAL TRACEABILITY PLATFORM: The producers have a visual traceability system that puts them at the forefront of the regional and national agricultural sector.



Garantía de Calidad
Limón de Pica, el Original

GLOBAL G.A.P.

Our Company

The Exporting Company is formed by producers and business partners who live in Pica Province of Tamarugal, Region of Tarapacá, Chile.

The purpose of Pica fruits is to commercialize and export the fruits produced in the Pica Oasis, known for its unique organoleptic characteristics. Such produce is exclusive and different from other products in Chile and other countries.

Besides the Pica lemon, Frutos de Pica commercialize other fruit species produced in the Oasis, such as mangoes, grapefruit, orange.



Pica Fruits



Orlando Tello



Miguel Cervellino



Mariana



Luis Morcero



Enrique Araya



Fernando Maranda

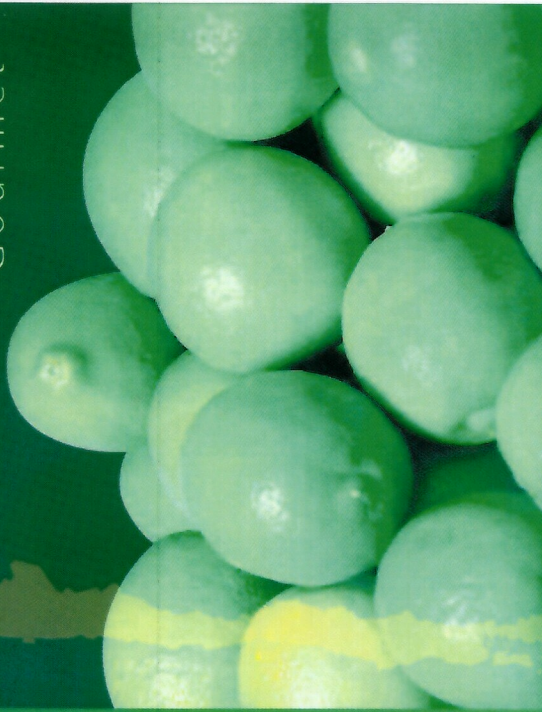


Agrícola Altos de Pica

www.frutosdepica.cl • e-mail: contacto@frutosdepica.cl

Pica Lemon

Gourmet



This is a premium quality product, cultivated in the Pica oasis and located between two outstanding areas, the Atacama Desert (most arid desert in the world) and the Andes high plateau with its ancient culture.



Original fruit from the Pica oasis,
Región of Tarapacá - Chile



Attributes and Qualities of Pica Lemon

Guida: Citrus aurantifolia (L.) Mill.

The Pica Lemon, (*Citrus aurantifolia*) presents two qualities that differentiates it from its substitutes.

1st Natural Quality: Small size, very thin shell with peculiar and outstanding aroma that is determined by the presence of "Limonene," that differentiates it from other acidic limes. This attribute is determined by the agro climatic characteristics of the production area, such as its dry climate associated with a low humidity that induces stress to the fruit, and it allows the lemon to express its juiciness, acidity, flavor, color and aroma. This higher and more intense aroma is determined by the high content of limonene 3 (essential oil) in its shell which fluctuates between 45% and 50% unlike other subtle limes which limonene content fluctuates between 5% and 13%.

2nd Acquired Quality: It is defined by obtaining the Geographical Indication (GI) that allowed first, to verify and secondly, to demonstrate that the fruit that is produced in Pica due to its qualities, is unique.

THE PICA LEMON with its origin mark, guarantees to the final consumer, a product with the attributes of quality established in the official Chilean Standard of Acid Limes:

- Defect tolerance.
- Quality Categories: Extras, I and II
- Pica Lemon Fruits Calibers: SMALL (≥ 35 and <40 mm); MEDIUM (≥ 40 Y <45 mm); Large (≥ 45 mm)
- Juice Content: Greater than 45% in mass fraction.

Pica Lemon... History, Exclusivity, Quality and Sustainable Standards

Pica lemon is considered a miracle of nature, and known for its high value and exclusivity, as the "Green Diamond," produced by families of small farmers, in the only oasis in Chile and South America and located in the middle of the Great Desert of Atacama, the most arid of the world.

The lemon fruit, originally from India or Malaysia, was then introduced to Greece and Rome. From there it was taken by the Knights of the Crusades until it developed in Spain. It was brought to Pica by the Spaniards by the year 1536, where thanks to the goodness of the local climate, it acquired notable characteristics such as aroma, high acidity and flavor, and characterized also by being especially juicy.

This plant that was introduced in America by the Spanish, was planted in different geographical areas of the continent, finding the optimal agro climatic conditions in the middle of the most arid desert of the world, known today as the Atacama Desert. And in between this, in a miracle of nature, in a single oasis at the end of the world, the oasis of Pica.

Sustainable Standards

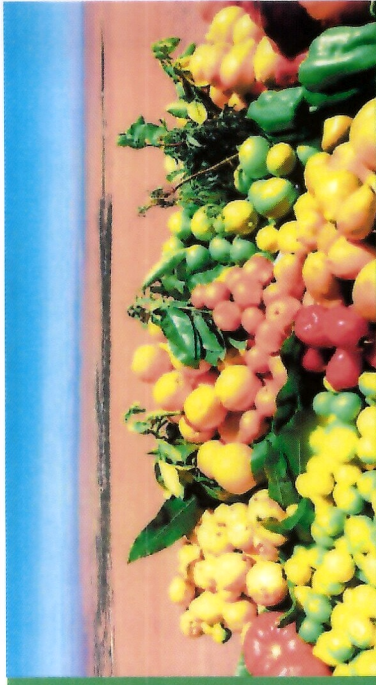
The organic certification process of the product is currently under management, due to the natural practices used in pest control. In addition to this, Fair Trade certification is also managed.

Pica is located in a privileged area, considered with the best solar radiation of the world for the development and exploitation of solar parks. This has led to the promotion of strategic projects for the region and the country, and among these, for the development of sustainable agriculture in the Oasis.

PICA LEMON, A GOURMET PRODUCT FOR GOURMET USE



Pica lemon, produced in a unique Oasis, in the Atacama desert, the driest in the world. Its privileged climate, increases its smell, juiciness and flavor, being harvested by hand by those who raise water for irrigation from the depths, with the force of the sun.



From an oasis and its diversity of fruits, the "Green Diamond," the lemon of Pica is produced.

A Gourmet Product for Niche Markets

Producto Gourmet "Limón De Pica".

With stamp of origin, quality guarantee. A Premium product. Selected and cultivated. With uniformity of color and free of defects. The content product is packaged in a packing with the corresponding sanitary authorization, certified under the Global GAP standard and with a Visual Traceability System implemented, which allows to determine the exact geo referenced origin of the product.

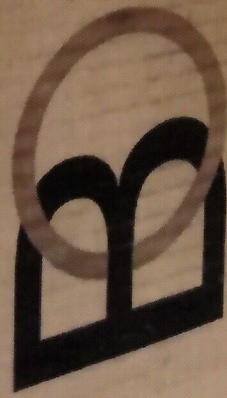
Markets

National and International Niche Market

- a) Gourmet Stores
- b) Horeca Channel: Hotels, Pubs, Restaurants, and Catering
- c) Retail

International

- A) Tourism poles of Latin America, Mexico, Brazil and the Caribbean.
- B) European Union, United Kingdom, United States, mainly.



packaging



LOS PLASTICOS SON  RECICLABLES

