



Fundación para la
Innovación Agraria
MINISTERIO DE AGRICULTURA

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO

Nombre de iniciativa

Plan de marketing y su implementación, para el Limón de Pica, como un producto gourmet, orientado a mercados de nicho.



→ REGIÓN DE EJECUCIÓN

TARAPACÁ

→ REGIÓN DE IMPACTO POTENCIAL

● Arica y Parinacota

● **Tarapacá** <

● Antofagasta

● Atacama

● Coquimbo

● Valparaíso

● Metropolitana de Santiago

● Libertador General
Bernardo O'Higgins

● Maule

● Biobío

● La Araucanía

● Los Ríos

● Los Lagos

● Aisén del General
Carlos Ibáñez del Campo

● Magallanes y de la Antártica Chilena

→ AÑO DE ADJUDICACIÓN
2016

→ CÓDIGO DE INICIATIVA
IMA-2016-0808



Tipo de iniciativa	Proyecto
Código de iniciativa	IMA-2016-0808
Ejecutor	Alfárez SpA
Empresa/Persona beneficiaria	Alfárez SpA
Fecha de inicio	03-04-2017
Fecha de término	30-03-2018
Costo total	\$ 13.180.000
Aporte FIA	\$ 10.500.000
Aporte contraparte	\$ 2.680.000
Región de ejecución	I
Región de impacto	I
Sector/es	Agrícola
Subsector/es	Frutales hoja persistente
Rubro/s	Cítricos



FICHA INICIATIVA FIA

fia@fia.cl

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA



FICHA INICIATIVA FIA

fia@fia.cl 

Nombre de iniciativa

Plan de marketing y su implementación, para el Limón de Pica, como un producto gourmet, orientado a mercados de nicho.



Objetivo general

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

Objetivos específicos

- 1 Elaborar plan de marketing.
- 2 Llevar a cabo análisis de laboratorio de producto para inclusión en etiquetas.
- 3 Diseñar elementos de imagen del producto (arquitectura de marca, logotipos, etiqueta de tiro, y retiro, sello de seguridad, carpetas corporativas, tarjetas de presentación, etc.).
- 4 Diseñar envases y embalajes pertinentes a exigencia I.G. y a mercados de nicho.
- 5 Diseñar soportes comunicacionales (catálogos, folletos -dípticos/ trípticos-, pendones, etc.).
- 6 Diseñar página web de acuerdo a mercados objetivos. Imprimir material de difusión pertinente.

Resumen

El Limón de Pica cuenta con características organolépticas únicas, referidas a su acidez, aceite esencial y jugosidad; todas ellas están definidas en la Indicación Geográfica obtenida el año 2010.

Los frutos producidos en el oasis se diferencian de sus similares producidos en otras zonas por las condiciones agroclimáticas únicas, lo que ha traído fama a sus productos, siendo el más posicionado en Chile el Limón de Pica. Con la obtención de la Indicación Geográfica, pronta a ponerse en marcha, se exigirá en el envase lo que se indica en el Art. 103 Ley 19.039: "Todos los productos, 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". Con el sello de origen o Indicación Geográfica se obtiene la diferenciación, siendo el desafío siguiente el desarrollo del producto, sacándolo del mercado masivo y orientándolo a mercado de nicho, compuesto por tiendas gourmet y canal Horeca principalmente, y luego retail y catering.

