



Región de Ejecución

Metropolitana de Santiago

Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Metropolitana de Santiago

FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

Potenciar Comercialmente los Manjares Artesanales de las Variedades Lúcuma y Coco de la Empresa Don Camilo, Mediante el Perfeccionamiento de la Imagen y Estrategias de Marketing

| | | | |
|------------------------------|---|---------------------|--------------------|
| Tipo de Iniciativa | : Innovación en Marketing Agroalimentario | Aporte FIA | : \$8.775.000 |
| Código de Iniciativa | : IMA-2009-0371 | Aporte Contraparte | : \$2.220.000 |
| Ejecutor | : Lácteos Don Camilo | Región de Ejecución | : XIII |
| Empresa/Persona Beneficiaria | : Lácteos Don Camilo | Región de Impacto | : XIII |
| Fecha de Inicio | : 02/08/2009 | Sector | : Agrícola |
| Fecha de Término | : 07/01/2011 | Subsector | : Bovinos |
| Costo Total | : \$10.995.000 | Rubro | : Bovinos de leche |

Año de Adjudicación

2009

Código de Iniciativa
IMA-2009-0371

FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: fia@fia.cl

Nombre de Iniciativa

Potenciar Comercialmente los Manjares Artesanales de las Variedades Lúcumá y Coco de la Empresa Don Camilo, Mediante el Perfeccionamiento de la Imagen y Estrategias de Marketing

Objetivo General

Potenciar la inserción comercial de los manjares artesanales de las variedades lúcumá y coco, de la empresa Don Camilo, fortaleciendo su imagen y estrategias de marketing.

Objetivos Específicos

1. Delimitar y obtener información del mercado y su comportamiento para generar una exitosa inserción de los productos.
2. Elaborar un plan de marketing que establezca las estrategias y acciones a seguir por parte de la empresa.
3. Generar una nueva imagen corporativa que complemente y fortalezca la presencia de los productos de Lácteos Don Camilo.

Resumen

Los manjares que produce la empresa Don Camilo son altamente reconocidos por su calidad y condiciones artesanales. Esta empresa ha desarrollado dos nuevas variedades que incorporan lúcumá y coco a este manjar obteniendo un producto delicatessen. Estos nuevos productos han tenido una gran aceptación por los consumidores habituales de la empresa, pero no se han introducido de forma sólida y permanente en los canales de comercialización que abarca Don Camilo. Esto esencialmente porque no existe un desarrollo de imagen de producto, principalmente en cuanto a etiquetado, y menos aún un planteamiento de estrategias de marketing que permitan aprovechar el gran potencial de mercado que poseen estos manjares. Por esto es totalmente necesario aportar mejoras a esta innovación, entregando las estrategias de planeación de marketing necesarias, junto a un desarrollo de imagen que permita potenciar y diferenciar estos productos.