



# FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

INNOVACIÓN EN MARKETING AGROALIMENTARIO

## Nombre de iniciativa

Diseñar plan de marketing para producción de hortalizas de cuarta gama en la localidad de Pintados, Región de Tarapacá.



<b>Tipo de iniciativa</b>	Proyecto
<b>Código de iniciativa</b>	IMA-2016-0321
<b>Ejecutor</b>	Gerardo Eliseo Cortez Santibáñez
<b>Empresa/Persona beneficiaria</b>	Gerardo Eliseo Cortez Santibáñez
<b>Fecha de inicio</b>	01-07-2016
<b>Fecha de término</b>	30-09-2016
<b>Costo total</b>	\$ 3.240.000
<b>Aporte FIC Regional</b>	\$ 2.520.000
<b>Aporte contraparte</b>	\$ 720.000
<b>Región de ejecución</b>	I
<b>Región de impacto</b>	I
<b>Sector/es</b>	Agrícola
<b>Subsector/es</b>	Hortalizas y tubérculos
<b>Rubro/s</b>	General para hortalizas y tubérculos

→ 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-2016-0321**



FICHA INICIATIVA FIA

fia@fia.cl



# FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA



## Nombre de iniciativa

Diseñar plan de marketing para producción de hortalizas de cuarta gama en la localidad de Pintados, Región de Tarapacá.



## Objetivo general

Diseñar un plan de marketing para definir la mejor estrategia competitiva y de acceso al mercado de hortalizas de cuarta gama.

## Objetivos específicos

- 1 Identificar las ventajas competitivas de la producción de hortalizas de cuarta gama en la localidad de Pintados, Región de Tarapacá.
- 2 Identificar y analizar la competencia en el mercado de hortalizas de cuarta gama y definir sus cuotas de mercado.
- 3 Identificar y analizar la demanda y tendencias de los consumidores de hortalizas de cuarta gama.
- 4 Diseñar y confeccionar etiquetas de acuerdo con la nueva normativa establecida por el Reglamento Sanitario de los Alimentos para huevos azules enriquecidos sustentablemente con antioxidantes y ácidos grasos omega 3.
- 5 Diseñar una estrategia de posicionamiento para el mercado de hortalizas de cuarta gama.

## Resumen

La tendencia del consumidor por requerir productos saludables y cómodos, que no precisen tiempo de elaboración, ha generado la aparición en el mercado de productos de cuarta gama: vegetales mínimamente procesados y listos para consumir.

Esta demanda, satisfecha por empresas de la zona centro del país, ha generado en los consumidores la percepción que la producción hortícola proviene de estos territorios, condicionando la oferta productiva (cuarta gama) de la zona norte a concebir una fuerte estrategia de marketing para introducir aquellos que se elaboran en condiciones de desierto.

Por tanto, se torna relevante contar con un buen producto y comunicarlo de manera que las percepciones que se generen sean más atractivas que las que poseen los competidores de la zona central.



FICHA INICIATIVA FIA

[fia@fia.cl](mailto:fia@fia.cl)

