



# FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

MARKETING AGROALIMENTARIO

## Nombre de iniciativa

En busca de una imagen y presentación para Secretos de Campo, posicionando su oferta en la mente de los consumidores



FICHA INICIATIVA FIA

fia@fia.cl 

Tipo de iniciativa	IMA
Código de iniciativa	IMA-2016-0853
Ejecutor	Amanda Rivera Foitzick
Empresa/Persona beneficiaria	Amanda Rivera Foitzick
Fecha de inicio	20-03-2017
Fecha de término	20-02-2018
Costo total	\$ 19.208.000
Aporte FIA	\$ 14.000.000
Aporte contraparte	\$ 5.208.000
Región de ejecución	XI
Región de impacto	XI
Sector/es	Agrícola
Subsector/es	Frutales menores
Rubro/s	Berries, otros frutales menores

→ REGIÓN DE EJECUCIÓN

**AYSÉN DEL GENERAL CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO**

→ 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 <
- Aysén del General Carlos Ibañez del Campo <
- Magallanes y de la Antártica Chilena <

→ AÑO DE ADJUDICACIÓN  
**2016**

→ CÓDIGO DE INICIATIVA  
**IMA-2016-0853**



# FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA



## Nombre de iniciativa

En busca de una imagen y presentación para Secretos de Campo, posicionando su oferta en la mente de los consumidores

## Objetivo general

Impulsar el posicionamiento de la línea de productos Secretos de Campo en mercados de nicho, a través del desarrollo de su imagen de marca, producto y una estrategia de promoción.

## Objetivos específicos

- 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, a través del diseño de marca y producto, envase, empaque y estrategia promocional.
- 3 Adquirir equipamiento, embolsadora y dosificadora de pulpas, para mejorar la presentación de los productos.
- 4 Implementar actividades definidas en el plan de marketing para posicionar el producto en mercado objetivo.

## Resumen

Los jugos y concentrados para jugo en base a frutas regionales son elaborados en condiciones apropiadas (de acuerdo a normas higiénicas indispensables para su consumo), satisfaciendo las necesidades de los clientes al ofrecer productos de alta calidad alimenticia y natural. Al desintegrar y tamizar la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias, lo que se obtiene es una pulpa de calidad, con consistencia, sabor y 100% natural. También es un producto fresco, con identidad regional y de rápida manipulación.

Los jugos se ofrecen en envases de 250ml listos para servir, con las siguientes variedades: calafate, maqui, frutos silvestres combinados, rosa mosqueta, rosa mosqueta con menta, ruibarbo, nalca y damasco.

Las variedades ofrecidas para los concentrados que se comercializan en restaurantes son: nalca, ruibarbo, rosa mosqueta, calafate, rosa mosqueta menta y maqui; con la opción de endulzar con azúcar o stevia. Estos también son elaborados de forma artesanal, a pequeña escala, con el principio de no cambiar la calidad en beneficio de vender más, entonces, a pesar de vender grandes pedidos, se trabaja con pequeñas partidas.

Las mermeladas también se caracterizan por poseer una identificación regional potente, pues son elaboradas a partir de frutos silvestres comprados a recolectores locales. Sus sabores son: calafate, maqui, rosa mosqueta, grosella, zarzaparrilla, frutilla, nalca, ruibarbo y saúco. Además, se innova en la producción de sabores con la mermelada de flores de diente de león, de flores de chilco y de manzana con lavanda.

Todos estos productos son elaborados solo con frutas y azúcar, no poseen aditivos, preservantes, ni colorantes artificiales; en algunos casos se utilizan insumos como el diente de león que le dan atributos nutraceuticos a los productos por las propiedades depurativas que posee.



FICHA INICIATIVA FIA

fia@fia.cl 

