



Fundación para la  
Innovación Agraria



## FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

### FICHA INICIATIVAS FIA

NOMBRE DE INICIATIVA

**Sabores de Atacama**

<b>Tipo de iniciativa</b>	Innovación en Marketing Agroalimentario
<b>Código de iniciativa</b>	IMA-2018-0707
<b>Ejecutor</b>	Elena Emelianova
<b>Empresa / Persona beneficiaria</b>	Elena Emelianova
<b>Fecha de inicio</b>	01-07-2019
<b>Fecha de término</b>	30-09-2020
<b>Costo total</b>	\$ 19.500.000
<b>Aporte FIA (FIC Regional)</b>	\$ 15.000.000
<b>Aporte contraparte</b>	\$ 4.500.000
<b>Región de ejecución</b>	Atacama
<b>Región de impacto</b>	Atacama
<b>Sector/es</b>	Agrícola; Alimentos
<b>Subsector/es</b>	Frutales hoja persistente; Aceites vegetales
<b>Rubro/s</b>	Olivos



## MARKETING AGROALIMENTARIO

→ REGIÓN DE EJECUCIÓN

**ATACAMA**

→ REGIÓN DE IMPACTO POTENCIAL

- Arica y Parinacota
- Tarapacá
- Antofagasta
- **Atacama**
- Coquimbo
- Valparaíso
- Metropolitana de Santiago
- Libertador General Bernardo O'Higgins
- Maule
- Ñuble
- Biobío
- La Araucanía
- Los Ríos
- Los Lagos
- Aisén del General Carlos Ibáñez del Campo
- Magallanes y de la Antártica Chilena

→ AÑO DE ADJUDICACIÓN  
**2018**

→ CÓDIGO DE INICIATIVA  
**IMA-2018-0707**



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

[www.fia.cl](http://www.fia.cl)



# FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

NOMBRE DE INICIATIVA

**Sabores de Atacama**

## Objetivo general

Mejorar la calidad de productos implementando una estrategia de marketing que permita ampliar los mercados existentes, presentación, distribución, rentabilidad y cantidad del producto.

## Objetivos específicos

- 1 Elaborar y desarrollar plan de marketing a medida de la empresa.
- 2 Implementar una estrategia de marketing que permita ampliar los mercados existentes.
- 3 Mejorar la calidad de los productos, su presentación, y la cantidad del producto.

## Resumen

Todos los alimentos que se preparan son a base de frutos de olivo, y comercializados en las regiones de Atacama, Metropolitana y Biobío.

Las preparaciones de los productos reflejan tendencias de comida saludable en el mercado nacional e internacional.

El manejo de los olivos a nivel de campo utiliza métodos orgánicos: poda planificada, lavado con agua de los árboles, observación y prevención de plagas; y como consecuencia las aceitunas en salmuera, las pastas de aceitunas, los aderezos de oliva disecada, y las infusiones de hoja de olivo se preparan con recetas naturales, sin uso de químicos. Es un proceso que requiere buena administración de tiempos de preparación que aseguren su calidad.

El Aceite Extra Virgen también es resultado de una cuidadosa cosecha y selección, para ella se llevan las olivas a una almazara certificada en Huasco, lo que requiere mucha coordinación en tiempos de transporte y acopio de cosecha. INIA certificó la acidez de este aceite de 0,18 grados, lo que es muy bueno considerando que el aceite extra virgen no debería pasar de 0.3 grados máx. para entrar en los concursos internacionales.

Las pastas son selladas al vacío o refrigeradas según tiempo de duración. Estos productos tienen varios sabores y toques saludables: merquén, ajo, picante, tradicional, con uso de Aceite Extra Virgen "Olivar Tío Pedro". Se están desarrollando también nuevas recetas con uso de oliva negra disecada, tomate con especias disecado, y ajo disecado. La innovación constante que esta empresa aplica permite que los productos mantengan constante interés por parte del consumidor. Sin embargo, la elaboración es manual con instrumentos caseros que no permiten aumentar la producción y asegurarse de la calidad a largo plazo.

Hoy las etiquetas tienen muchas carencias, falta un plan estratégico de producción versus marketing y ventas, y el IMA tiene como finalidad hacer mejoras en estos aspectos.

