



Región de Ejecución

Coquimbo

Valparaíso

Región de **IMPACTO POTENCIAL**



FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

Plan de Marketing PALTEC

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0419
Ejecutor	: Sociedad Agrícola Chacra Lourdes Ltda.
Empresa/Persona Beneficiaria	: Sociedad Agrícola Chacra Lourdes Ltda.
Fecha de Inicio	: 24/08/2009
Fecha de Término	: 30/06/2010
Costo Total	: \$17.496.000

Aporte FIA	: \$13.416.000
Aporte Contraparte	: \$4.080.000
Región de Ejecución	: IV y V
Región de Impacto	: IV y V
Sector	: Agrícola
Subsector	: Frutales hoja persistente
Rubro	: Otros frutales de hoja persistente

Año de Adjudicación

2009

Código de Iniciativa
IMA-2009-0419

FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: fia@fia.cl

Nombre de Iniciativa

Plan de Marketing PALTEC

Objetivo General

Incrementar significativamente la competitividad de las empresas productoras de palta Hass de la Región de Valparaíso agrupadas en el PMC PALTEC, aprovechando la tendencia mundial de aumento de consumo de fruta fresca, saludable y de formato de consumo "Ready to eat".

Objetivos Específicos

1. Crear un plan de marketing focalizado al segmento de los supermercados europeos donde se comunique a los nuevos consumidores sobre el servicio brindado (se le asegura el punto de madurez óptimo), las cualidades nutritivas y el modo de consumo de la palta Hass "Ready to eat" producida por el PMC PALTEC.
2. Diseñar la imagen corporativa que considere el posicionamiento actual y futuro de la palta Hass "Ready to eat" producida por PALTEC.

Resumen

Los esfuerzos que está realizando el Programa de Mejoramiento de la Competitividad (PMC) PALTEC en mejorar los beneficios económicos de los pequeños y medianos productores de palta, se han enfocado en: asegurar la calidad del producto para el mercado "Ready to eat" europeo; asegurar y controlar la maduración y logística desde el momento de la cosecha; mejorar la asociatividad de los productores para asegurar volumen de exportación. Es clave acompañar este proceso con un plan de marketing que detalle las acciones necesarias para alcanzar los objetivos de PALTEC, incluyendo una imagen, presentación, promociones y anuncios, entre otros, que potencien el posicionamiento del producto en los supermercados europeos, relevando las condiciones nutritivas, el modo de consumo, la producción proveniente de una cooperativa y la entrega del servicio de "cuándo comerla".