



Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Metropolitana de Santiago

## FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

# Desarrollo del Mercado Interno de Productos Orgánicos

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0397
Ejecutor	: Soc. Comercializadora Tierra Viva Ltda.
Empresa/Persona Beneficiaria	: Soc. Comercializadora Tierra Viva Ltda.
Fecha de Inicio	: 01/09/2009
Fecha de Término	: 28/02/2010
Costo Total	: \$9.335.000

Aporte FIA	: \$7.475.000
Aporte Contraparte	: \$1.860.000
Región de Ejecución	: XIII
Región de Impacto	: XIII
Sector	: Agrícola
Subsector	: General para sector agrícola, hortalizas y tubérculos
Rubro	: General para subsector agrícola

## FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: [fia@fia.cl](mailto:fia@fia.cl)

### Nombre de Iniciativa

## Desarrollo del Mercado Interno de Productos Orgánicos

### Objetivo General

Desarrollar mecanismos de control de gestión que aumenten la eficiencia operacional y comercial de la empresa.

### Objetivos Específicos

1. Aumentar la eficiencia operacional.
2. Desarrollar un entorno de marketing y comercialización focalizado en la demanda.
3. Incrementar las ventas en el mediano plazo.

### Resumen

Los productos orgánicos representan una tendencia de punta del mercado de alimentos, donde consumidores preocupados por la calidad de ellos y el medio ambiente optan por este tipo de productos. En Chile, el segmento que representa este tipo de consumidores es aún muy reducido, a diferencia de lo que ocurre en otros mercados mejor informados. Información acerca de sus beneficios directos e indirectos, son algunos de los aspectos que deben ser difundidos e informados adecuadamente en el mercado. Tierra Viva se encuentra hoy enfrentada a la necesidad indiscutida de aumentar las ventas para lograr el punto de equilibrio. Esto se puede lograr a través de dos frentes: a) La fidelización de los actuales clientes y b) La captura de nuevos clientes. Para esto será necesario replantear el modelo de negocio analizando las oportunidades existentes. Es por esto que la necesidad de desarrollar un plan de marketing es la base para el desarrollo comercial de esta empresa en particular y del sector en general. Adicionalmente, constituirá el primer trabajo de este tipo realizado para el mercado nacional, lo que será de utilidad para empresas interesadas en desarrollar el mercado interno con otro tipo de productos orgánicos.