



Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Metropolitana de Santiago



FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

Internacionalización de la Marca Propia Emporio Nacional

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0379
Ejecutor	: Emporio Nacional S.A.
Empresa/Persona Beneficiaria	: Emporio Nacional S.A.
Fecha de Inicio	: 20/08/2009
Fecha de Término	: 30/07/2010
Costo Total	: \$13.894.170

Aporte FIA	: \$8.994.170
Aporte Contraparte	: \$4.900.000
Región de Ejecución	: XIII
Región de Impacto	: XIII
Sector	: Agrícola
Subsector	: General para sector agrícola
Rubro	: General para sector agrícola

Año de Adjudicación

2009

Código de Iniciativa
IMA-2009-0379

FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: fia@fia.cl

Nombre de Iniciativa

Internacionalización de la Marca Propia Emporio Nacional

Objetivo General

Crear una marca de productos gourmet que sea comercializada y posicionada a nivel nacional e internacional, con productos de innovación y calidad elaborados por pequeños y medianos agricultores de todo el país.

Objetivos Específicos

1. Masificar la venta de productos gourmet chilenos en el mercado nacional, llegando con estos productos no sólo a nichos si no que a tiendas de retail, aumentando de esta forma el consumo de estos productos a nivel nacional.
2. Incentivar a pequeños y medianos agricultores a vender sus productos de manera atractiva, ayudando a aumentar sus ingresos.
3. Internacionalizar productos gourmet con una marca para Chile.

Resumen

El desarrollo de este proyecto permite potenciar una red de distribución y venta de alimentos gourmet o delicatessen de producción nacional, específicamente elaborados por pequeños y medianos productores de todo el país. Desde la perspectiva de los consumidores, Emporio Nacional concentra en un mismo lugar, una oferta de productos nacionales, tipo gourmet, que de otra forma el cliente no podría disponer, a menos que recorriera lugares específicos a lo largo de todo el país: los elementos que justifican este proyecto son: a) Propuesta gastronómica de los productos: porque los productos que conforman el mix de la marca propia es de alta calidad e innovador desarrollo gastronómico, que se complementa con el uso en las recetas de productos típicamente chilenos y destacados en distintas zonas del país. Por ejemplo: orégano de Parinacota, quesos maduros, merkén, hongos y callampas típicas, piñones, entre otros. b) Desarrollo conceptual y de imagen de los productos: planteamos un desarrollo que va más allá de las recetas, y hemos generado una historia asociada a nuestros productos. Esto se complementa con el énfasis que queremos poner en la selección y definición de envases y en el diseño de etiquetas. c) La marca Emporio Nacional. d) La red de proveedores de Emporio Nacional: Los insumos incorporados por Emporio Nacional, son productos manufacturados por pequeños productores, ubicados a lo largo y ancho del territorio nacional, quienes en general no tienen la posibilidad de ofrecer su producción a través de canales de venta de productos comestibles.