



Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Valparaíso

Metropolitana de Santiago

Bío Bío

FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

Creación y Posicionamiento de Marca “Productos Gourmet de Ñuble”

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0351
Ejecutor	: Fuentes Grandón Molina y San Martín Ltda.
Empresa/Persona Beneficiaria	: Soc. Agr. y Com. Las Delicias de Pinto Ltda.; Fuentes Grandón San Martín y Molina Ltda.; Bethania Stobberup Parraguez
Fecha de Inicio	: 15/08/2009
Fecha de Término	: 30/04/2010
Costo Total	: \$14.458.500

Aporte FIA	: \$11.593.500
Aporte Contraparte	: \$2.865.000
Región de Ejecución	: VIII
Región de Impacto	: V, VIII y XIII
Sector	: Agrícola, pecuario
Subsector	: General para sector agrícola, ovinos
Rubro	: Sector agrícola, ovinos de leche

FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: fia@fia.cl

Nombre de Iniciativa

Creación y Posicionamiento de Marca “Productos Gourmet de Ñuble”

Objetivo General

Implementar una estrategia integrada de marketing y promoción de productos agroprocesados artesanales de tres empresas asociativas campesinas que permitan potenciar su proceso de creación de valor accediendo a segmentos de mercado que valoren atributos como producción artesanal, calidad de producto y envases, canales de distribución, procesos armónicos con el medio ambiente e innovación gastronómica.

Objetivos Específicos

1. Elaboración de plan de marketing estratégico que permita examinar la viabilidad técnica, económica y financiera de la venta directa de productos artesanales de tres empresas asociativas campesinas integradas bajo la marca “Productos Gourmet de Ñuble”, desarrollando estrategias de comunicación y marketing que permitan acceder a segmentos de mercado de altos ingresos.
2. Realizar un sondeo de mercado que permita detectar nuevos segmentos para vender productos de las empresas asociadas, mediante estrategias puntuales y acciones de marketing que apoyen esa tarea en el mercado objetivo (ABC1).
3. Diseño y desarrollo de imagen para la estrategia de promoción y posicionamiento de la marca “Productos Gourmet de Ñuble”, que considere aspectos relevantes de las empresas asociadas en concordancia con el desarrollo del sondeo de mercado realizado.

Resumen

En las ciudades de Chillán y Concepción existen casas de estudios (universidades, institutos y centros de formación técnica), instituciones armadas, organismos públicos y empresas privadas, que fueron el foco del mercado objetivo de las empresas asociadas. En base al sondeo de mercado se pudo establecer bases de datos concretas de potenciales clientes de segmentos de altos ingresos (ABC1) en los cuales se focalizó un plan de venta directa, apoyado por catálogo integrado de productos y página web, lo que permitió posicionar la marca “Productos Gourmet de Ñuble” como una oferta integrada de productos artesanales. El plan de marketing desarrollado estuvo basado en la información obtenida en el sondeo de mercado realizado, enfocando las acciones de marketing a las características de los consumidores del mercado objetivo previamente investigado. En base a lo anterior las tres empresas apuntan al mismo mercado objetivo, ya que presentan una oferta integrada a través de catálogo y página web.