



Fundación para la  
Innovación Agraria

MINISTERIO DE AGRICULTURA

# FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA

MARKETING AGROALIMENTARIO

## Nombre de iniciativa

Elaboración e implementación de un plan de marketing para línea *gourmet* de Cecinas Gorbea.



Tipo de iniciativa	IMA
Código de iniciativa	IIMA-2016-0301
Ejecutor	José Heraldo Sáez Salazar
Empresa/Persona beneficiaria	Cecinas Gorbea
Fecha de inicio	01-07-2016
Fecha de término	31-03-2017
Costo total	\$ 26.290.000
Aporte FIA	\$ 21.000.000
Aporte contraparte	\$ 5.290.000
Región de ejecución	IX
Región de impacto	IX
Sector/es	Pecuario
Subsector/es	Porcinos
Rubro/s	General para subsector porcinos

→ REGIÓN DE EJECUCIÓN

**LA ARAUCANÍA**

→ REGIÓN DE IMPACTO POTENCIAL

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

→ AÑO DE ADJUDICACIÓN

**2016**

→ CÓDIGO DE INICIATIVA

**IMA-2016-0301**



FICHA INICIATIVA FIA

fia@fia.cl

# FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA



## Nombre de iniciativa

Elaboración e implementación de un plan de marketing para línea *gourmet* de Cecinas Gorbea.

## Objetivo general

Posicionar la línea de productos gourmet en mercado de nicho, a través del desarrollo de su imagen de marca y producto, y de una estrategia de promoción, escalando la producción, aumentando el posicionamiento de esta línea de productos en mercado de especialidad y mejorando los ingresos.

## Objetivos específicos

- 1 Diseñar un plan de marketing que permita caracterizar el mercado objetivo y desarrollar estrategia para posicionar los productos en el mercado definido.
- 2 Desarrollar el potencial de negocios de la línea de productos gourmet, potenciándola, a través del diseño de marca y producto, envase, embalaje y estrategia promocional.
- 3 Adquirir equipamiento 'selladora al vacío', que permita una presentación de producto acorde con el mercado de especialidad.
- 4 Implementar actividades definidas en el plan de marketing para posicionar producto en mercado objetivo.

## Resumen

La empresa posee una variada y exclusiva oferta de cecinas artesanales en su línea de "producto masivo" y "especialidad *gourmet*". Actualmente, la primera tiene un alto volumen de ventas, pero una baja rentabilidad; y la línea *gourmet*, a pesar de tener precios muy atractivos para el productor, es distribuida en canales de no especialidad, con baja promoción, bajo volumen y, por tanto, con muy poca utilidad.

Esta línea, si bien se trata de productos de alta calidad para un mercado de especialidad, no posee una imagen de marca y producto, ni un sistema de promoción acorde con ese mercado, que le permita llegar en forma competitiva al segmento de clientes que valoren el producto y estén dispuestos a pagar un valor diferenciado. La creciente demanda de productos *gourmet* en las grandes ciudades, especialmente en Santiago, justifica la inversión.

En cuanto al impacto, el aumento en la producción y venta de la línea *gourmet* sobre la línea masiva permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa, a través de mayores precios, incluso a un menor volumen de ventas, lo que lleva a disminuir costos de operación, traduciéndose finalmente en menos horas de trabajo, mayores ingresos y mejor calidad de vida del empresario y su familia.

FICHA INICIATIVA FIA

fia@fia.cl 

