



Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Metropolitana de Santiago

FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

Propuestas de Penetración en el Mercado Externo de Nuestro Producto Jalea de Vino Chileno Alma Sol, a través de un Plan de Marketing y Diseños Exclusivos que Permitan dar a Conocer el Producto y sus Utilidades

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0415
Ejecutor	: Comercializadora y Exportadora de Alimentos Alma Sol Ltda.
Empresa/Persona Beneficiaria	: Comercializadora y Exportadora de Alimentos Alma Sol Ltda.
Fecha de Inicio	: 15/08/2009
Fecha de Término	: 29/01/2010
Costo Total	: \$9.540.000

Aporte FIA	: \$7.200.000
Aporte Contraparte	: \$2.340.000
Región de Ejecución	: XIII
Región de Impacto	: XIII
Sector	: Agrícola
Subsector	: Frutales hoja caduca
Rubro	: Viñas y vides

FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: fia@fia.cl

Nombre de Iniciativa

Propuestas de Penetración en el Mercado Externo de Nuestro Producto Jalea de Vino Chileno Alma Sol, a través de un Plan de Marketing y Diseños Exclusivos que Permitan dar a Conocer el Producto y sus Utilidades

Objetivo General

Posicionar la Jalea de Vino Chileno Alma Sol en el mercado nacional, e iniciar propuestas de penetración en el mercado externo.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar procedimientos adecuados de marketing que permitan a Comercializadora y Exportadora de Alimentos Alma Sol Ltda., posicionar la jalea de Vino Chileno Alma Sol y sus derivados en el mercado nacional como extranjero.
2. Realizar un sondeo para identificar las oportunidades del mercado nacional y mercado externo para la jalea de Vino Chileno Alma Sol, con el propósito que la Comercializadora y Exportadora de Alimentos Alma Sol Ltda., reoriente su negocio y mejore sus relaciones comerciales.
3. Diseñar packaging exclusivos, que permitan reflejar y transmitir al consumidor, que la Jalea de Vino Chileno Alma Sol y sus derivados son un producto premium.

Resumen

La Jalea de Vino Chileno Alma Sol, es un producto de alta calidad y exclusividad. Por ser elaborada con vinos chilenos es un producto muy atractivo para el mercado nacional como extranjero. El principal problema que enfrenta este novedoso y exclusivo producto, es el posicionamiento en el mercado objetivo por el desconocimiento de su existencia, como de su utilidad. Se ha trabajado en posicionar el producto, abordando las tiendas gourmet y delicatessen, aunque, por ser un producto gourmet que se consume en pequeñas cantidades y/o en ocasiones especiales, es decir, no es un producto de consumo masivo, se hace altamente necesario implementar un plan de marketing que permita captar clientes potenciales, basado en áreas no desarrolladas fuertemente, como chefs y otros relacionados con la hotelería y restaurantes de alta exigencia y el sector retail-gourmet/delicatessen.