



Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Metropolitana de Santiago



## FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

### Análisis de la Demanda y Diseño de Envases para Productos Derivados del Amaranto para una Penetración Inicial en el Mercado

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0377
Ejecutor	: Amaranto Business Trade S.A.
Empresa/Persona Beneficiaria	: Amaranto Business Trade S.A.
Fecha de Inicio	: 01/08/2009
Fecha de Término	: 31/12/2009
Costo Total	: \$13.184.640

Aporte FIA	: \$9.000.000
Aporte Contraparte	: \$4.184.640
Región de Ejecución	: XIII
Región de Impacto	: XIII
Sector	: Agrícola
Subsector	: Cultivos y cereales
Rubro	: Otros cultivos y cereales



## FICHA INICIATIVA FIA

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

### Nombre de Iniciativa

## Análisis de la Demanda y Diseño de Envases para Productos Derivados del Amaranto para una Penetración Inicial en el Mercado

### Objetivo General

Analizar la demanda del amaranto y sus principales derivados, además del diseño de envases para cada uno de éstos.

### Objetivos Específicos

1. Analizar la demanda potencial del amaranto en el mercado nacional.
2. Diseño de envases para el cereal de amaranto.
3. Diseño de envases para barras de amaranto (snack).

### Resumen

A la fecha la empresa cuenta con un plan de negocio en el cual se estableció una segmentación cualitativa del mercado potencial y, adicionalmente, un plan de marketing. Respecto a la segmentación, resulta necesario para la empresa Amaranto Business Trade S.A. realizar un sondeo de mercado que permita mediante la aplicación de encuestas estimar cuantitativamente la demanda, disponibilidad a pagar y segmentos de consumidores a los cuales enfocar los productos derivados del amaranto. Asimismo, se debe analizar si existen otros canales de distribución distintos a los actuales donde sea posible introducir los productos derivados del amaranto, tales como supermercados, farmacias, etc. Por otra parte, respecto a la industria alimentaria, interesa determinar su disponibilidad a pagar por este tipo de productos y si los formatos actualmente comercializados (cereal y harina) cumplen con los requerimientos para el desarrollo de productos funcionales, o tal vez sea necesario venderles directamente el grano de amaranto para el desarrollo de nuevos productos. Por otra parte, en cuanto al plan de marketing, en éste se estableció la necesidad de diseñar envases y etiquetados atractivos para el posicionamiento de los tres productos (barra, cereal y harina); sin embargo, a la fecha lo anterior no se ha materializado por falta de financiamiento. El objetivo es que estos envases sean producidos con elementos naturales, de forma tal de mantener la coherencia del negocio. Por su parte, los diseños y textos de las etiquetas y envases deberán explicar en detalle el lugar donde fueron cultivados y/o elaborados los productos, de forma tal de transferir las sensaciones que dicho lugar pueda evocar a los potenciales clientes. Con lo anterior, se busca posicionar una marca propia, independientemente del esfuerzo comercial que pueda realizar la industria elaboradora de alimentos al publicitar sus productos que contendrán amaranto.