



Araucanía

Región de **IMPACTO POTENCIAL**



2009

FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

Merkén, el Condimento Natural de la Asociatividad, Encadenamiento Productivo y Comercial de Comunidades Mapuches de la Zona de Traiguén

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario	Aporte FIA	: \$6.017.400
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0341	Aporte Contraparte	: \$2.162.600
Ejecutor	: Cristián San Miguel Pino	Región de Ejecución	: IX
Empresa/Persona Beneficiaria	: Cristián San Miguel Pino	Región de Impacto	: IX
Fecha de Inicio	: 01/08/2009	Sector	: Agrícola
Fecha de Término	: 31/01/2010	Subsector	: Hortalizas y tubérculos
Costo Total	: \$8.180.000	Rubro	: Hortalizas de frutos

FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: fia@fia.cl

Nombre de Iniciativa

Merkén, el Condimento Natural de la Asociatividad, Encadenamiento Productivo y Comercial de Comunidades Mapuches de la Zona de Traiguén

Objetivo General

Consolidar la marca Trallenko en el mercado de productos gourmet, como un merkén de mezcla original, típico de la zona de Traiguén, además de otros productos originarios de la Región de la Araucanía, que permitan diversificar las alternativas de comercialización de comunidades mapuches con las cuales se trabaja, haciendo crecer su capacidad de producción, para cumplir con la demanda que tiene un crecimiento sostenido.

Objetivos Específicos

1. Formular un plan de marketing orientado a rescatar un producto regional como lo es el merkén y sus derivados, para un proyecto que incorpora a comunidades mapuches del sector de Traiguén a una cadena de valor de productos autóctonos, resaltando sus orígenes y contribuyendo a la imagen regional.
2. Fortalecer la imagen y marca (Trallenko) de un producto típico de la Región de la Araucanía (merkén y derivados) para el mercado nacional.
3. Adecuar la presentación de la variedad de condimentos en base a merkén, logrado por la empresa, a los requerimientos del mercado nacional y a un nivel de categoría gourmet.

Resumen

La empresa Trallenko es una empresa emergente que ha logrado un crecimiento sostenido de sus ventas; comprometiendo la participación de cuatro comunidades mapuches que producen la materia prima para la producción de merkén. Estos resultados se han logrado con el esfuerzo mancomunado de sus actores, pero sin tener un plan de marketing que permita optimizar, organizar y programar estrategias de comercialización en función de abordar un mercado nacional que se presenta auspicioso. Se estima que al contar con un plan de marketing y los diseños definitivos de la imagen y presentación de los productos, este proyecto nacido en la región y de raíces autóctonas, podrá tener una visión de futuro y ser sustentable en el tiempo, dando las bases para la producción y comercialización de otros innovadores productos a rescatar de las tradiciones agroalimentarias de la región (miel, trigo, semillas, hongos, quínoa, piñones, avellanas, etc.), que producen las comunidades con las que se trabaja y otras que se pueden incorporar a este interesante proyecto, afianzando e incrementando la asociatividad de las comunidades que lo han gestado.