



Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Metropolitana de Santiago

FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

Posicionamiento de Licores de Hierbas Exóticas Asociados a la Marca Prado San Pedro a través de una Estrategia de Creación de Identidad y Desarrollo de Productos Corporativos

Tipo de Iniciativa : Innovación en Marketing Agroalimentario

Código de Iniciativa : IMA-2009-0339

Ejecutor : Margarita Allendes

Empresa/Persona Beneficiaria : Margarita Allendes

Fecha de Inicio : 02/08/2009

Fecha de Término : 15/09/2010

Costo Total : \$10.307.785

Aporte FIA : \$8.237.785

Aporte Contraparte : \$2.070.000

Región de Ejecución : XIII

Región de Impacto : XIII

Sector : Agrícola

Subsector : Plantas medicinales, aromáticas y especias

Rubro : Plantas medicinales, aromáticas y especias

Año de Adjudicación

2009

Código de Iniciativa
IMA-2009-0339

FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: fia@fia.cl

Nombre de Iniciativa

Posicionamiento de Licores de Hierbas Exóticas Asociados a la Marca Prado San Pedro a través de una Estrategia de Creación de Identidad y Desarrollo de Productos Corporativos

Objetivo General

Diseñar y desarrollar productos corporativos para la marca Prado San Pedro. Esto potenciará su estrategia de posicionamiento de mercado, a través de elementos tangibles y reconocibles por los potenciales clientes, incrementará las ventas en los segmentos definidos en el plan de marketing y expandirá su oferta a nuevos mercados.

Objetivos Específicos

1. Diseñar y desarrollar la identidad de marca de Prado San Pedro.
2. Diseñar y desarrollar los productos corporativos de la marca Prado San Pedro.
3. Diseñar y desarrollar el sitio web de la marca Prado San Pedro.

Resumen

La empresa tiene una amplia gama de licores de hierbas y exóticos, los que son de reconocida calidad. Sin embargo, fue necesario mejorar la imagen del envase y del empaquetado para entrar a un mercado gourmet e ingresar a tiendas de lujo. Con esta herramienta se esperaba aumentar las ventas y pasar de ser solamente productor, a productor y comercializador. Por otro lado, el mercado de los bajativos, donde está inserto este producto, ha permanecido estancado por mucho tiempo, consignándose a licores de poca monta, con diseños poco originales y de poca renovación. Incorporar diseño y generar una nueva estrategia de posicionamiento de este tipo de licores en el mercado, apuntando directamente a los productos gourmet, fue la apuesta de este proyecto.