



Región de **IMPACTO POTENCIAL**



Metropolitana de Santiago



FICHA INICIATIVA FIA

Nombre de Iniciativa

Diseño y Desarrollo de Canal Horeca para Merquén Etnia

Tipo de Iniciativa	: Innovación en Marketing Agroalimentario
Código de Iniciativa	: IMA-2009-0363
Ejecutor	: Comercial Sur Ltda.
Empresa/Persona Beneficiaria	: Merquén Etnia
Fecha de Inicio	: 01/08/2009
Fecha de Término	: 30/07/2010
Costo Total	: \$6.890.000

Aporte FIA	: \$5.512.000
Aporte Contraparte	: \$1.378.000
Región de Ejecución	: XIII
Región de Impacto	: XIII
Sector	: Agrícola
Subsector	: Hortalizas y tubérculos
Rubro	: Hortalizas de hoja, hortalizas de frutos

FICHA INICIATIVA FIA

Más información en: fia@fia.cl

Nombre de Iniciativa

Diseño y Desarrollo de Canal Horeca para Merquén Etnia

Objetivo General

Aumentar las ventas del Merquén Etnia, desarrollando el canal food service, hotel, restaurantes y catering (HORECA) a través del estudio de las necesidades del canal, y diseñando y desarrollando un envase, etiqueta y material promocional adecuado.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar el plan de marketing que nos entregue una estrategia de penetración y venta.
2. Hacer un estudio de mercado para poder entender las necesidades del canal HORECA y con esa información poder desarrollar un producto.
3. Diseño y desarrollo de envases, etiquetado y material de apoyo específico para el canal HORECA, que incluye literatura y envases para entrega de muestra.

Resumen

En los últimos cinco años la empresa Comercial Sur ha podido posicionar su marca Etnia de productos Premium en el mundo del retail. Hoy, sus productos se venden en las grandes tiendas, supermercados y tiendas gourmet del país, así como también se exportan al mercado norteamericano.

La masificación del producto merquén y el posicionamiento de Etnia en el mercado gourmet han llevado a la empresa hacia un nuevo canal (HORECA). Los restaurantes y casinos han ido incorporando el merquén, lo que deja un canal abierto para su penetración. Como existían tantas preguntas sobre cómo penetrar este canal se decidió partir desde cero, utilizando esta herramienta de apoyo para desarrollar un plan de marketing. Para esto, se realizó un estudio de mercado que permitiera conocer cuáles son las necesidades, volúmenes y precios a los cuales los restaurantes y casinos se enfrentan. Con esta información se pudo determinar una estrategia de penetración.

Una de nuestras metas fue generar valor agregado a través del diseño de la marca. Es por esta razón que se utilizó esta herramienta para el desarrollo de un envase adecuado, tanto en el material como en el costo, para competir en este canal. Además se creó un tríptico como material de apoyo para la venta, que dió a conocer las características de los productos y su historia. Por último, se diseñó una etiqueta para un envase más pequeño, barato y atractivo, para distribuir como muestra en ferias y eventos.