


Datos del Proyecto

| | | |
|---|---------------------------------|---|
|  | Código: | 07CMEPZM-22 |
| | Proyecto: | PROSPECCIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN ESTADOS UNIDOS ,ALEMANIA Y RUSIA PARA ALIMENTOS PROCESADOS DE CONSUMO HUMANO EN BASE A TRUCHA , JUREL , SARDINA , ANCHOA Y PESCADOS AHUMADOS |
| | Estado: | FINALIZADO |
| | Evento: | PROSPECCIÓN E INVESTIGACION DE MERCADOS |
| | Línea de financiamiento: | PROGRAMA DE PROSPECCIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADO |
| | Area de Negocios: | SUB. TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA |
| | Beneficiaria: | SOC PESQUERA LANDES SOCIEDAD ANONIMA |
| | Patrocinador: | No Informado |
| | Asociados: | No Informado |

| | | | |
|-----------------------------|----------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Número Resolución: | 1425 | Fecha Resolución: | 18-12-2007 |
| Tipo de resolución: | No Informado | Fecha Toma Razón: | No Informado |
| Clúster: | ALIMENTOS PROCESADOS | Tipo de Innovación: | METODOS DE COMERCIALIZACION |
| Región de Ejecución: | VIII BIOBIO | Región de Impacto: | VIII BIOBIO |
| Sector Económico: | PESCA Y ACUICULTURA | Duración (meses): | 12 meses (366 días) |
| Aporte Innova (\$): | 59.387.275 | Costo Total (\$): | 98.972.793 |

Observaciones de Difusión

DIF. - RESUMEN EJECUTIVO

En el mundo hay una tendencia importante a consumir productos naturales y saludables. Dentro de estos últimos se encuentran los elaborados en base a productos del mar. Esta tendencia se ha visto fortalecida por su imagen de producto moderno y a los atributos científicamente comprobados que tienen estos alimentos por la captura de radicales libres y aporte de Omega 3, entre otros.

Es en este contexto que se desarrolló el proyecto de Pequera Landes, que consistió en un análisis del mercado para prospectar las oportunidades de negocios para alimentos de consumo humano preparado en base a pescados jurel y trucha. La idea inicial de la empresa fue buscar productos de alto valor agregado de manera de rentabilizar la producción de estas materias primas a través de productos no tradicionales.

Los mercados seleccionados para realizar la muestra fueron Estados Unidos, Alemania y Rusia, ya que en estos países existe algún grado de conocimiento y uso de la especie en cuestión, de manera de no tener que lidiar contra la primera batalla del conocimiento general.

DIF. - ACTIVIDADES REALIZADAS FIN I.CHILE

Con el financiamiento de InnovaChile de CORFO se realizaron las siguientes actividades:

1. Pronóstico de la demanda actual y potencial, ventas anuales divididas por segmento.
 2. Descripción de la comercialización, incluyendo canales de ventas y sistema de distribución, por tipo de segmento.
 3. Estructura de precio y margen en la cadena de distribución.
 4. Características del segmento-datos demográficos, niveles de renta, de educación, hábitos de compra por edad
 5. Identificación de oportunidades de consumo, tendencias y amenazas.
 6. Características de los productos ofrecidos en "retail and food service" determinación de las marcas líderes, estrategia de marca, soporte de marketing, precio y promoción.
 7. Identificación de canales de comercialización utilizados por las principales marcas nacionales e internacionales.
 8. Reglamentos en cuanto al etiquetado y al producto.
 9. Identificación y selección de compañías involucradas en el desarrollo de productos de alto valor agregado en base a pescado.
 10. Visitas de expertos en segmentos de mercado y en desarrollo de productos.
 11. Identificación y medición de desventajas existentes tanto en el tipo de producción y en la tecnología adoptada en relación a los competidores.
 12. Visita de referencia a los principales centros de distribución, así como también a centros de importación de procesos.
-

DIF.- PROYECCIONES

El impacto potencial del programa se traduce en permitir a los beneficiarios identificar y apropiarse de una nueva oportunidad de negocios con mayor valor agregado y rentable, a través de la innovación en productos y en la comercialización.

Otros beneficios del programa son la generación de alianzas estratégicas con distribuidores en el exterior, mediante la identificación de socios estratégicos y establecimiento de contratos a largo plazo con distribuidores en Estados Unidos, Rusia y Alemania; diversificación del portafolio de productos mitigando el riesgo y aumentando la rentabilidad y estabilidad en el largo plazo y el incremento en el desarrollo de empresas proveedoras de insumos y de servicios.

DIF.- COMENTARIO BENEFICIARIA

"El principal aporte de este proyecto consiste en lograr un mejor aprovechamiento de las materias primas con que trabaja nuestra empresa. El desarrollo de productos de valor agregado para consumo humano está estrechamente ligado a la creación de empresa. Prueba de lo anterior es la gran diferencia de personal/cuota que existe entre las empresas meramente productoras de harina y aquellas (como Landes) enfocadas a la innovación de productos de valor agregado".

ANDRES FOSK B.
Gerente Comercial
Pesquera Landes

DIF.- DESCRIPCION EMPRESA

www.landes.cl
