



INFORME TECNICO FINAL PROYECTO

Propuesta IMA 2007 – 0085

Desarrollo de Imagen Corporativa de AZAHARES DE HUERTOS

Sector Agroindustrial – Región Metropolitana

Jabones y Cremas de Leche de Cabras (cosmética)

Estimados Señores,

En calidad de Coordinador de este Proyecto, me es grato entregar a Ustedes la recopilación del Informe Técnico Final del Proyecto

A continuación Tabla de Contenidos del Informe Técnico Final:

- 1-Antecedentes Generales
- 2-Resumen Ejecutivo del Proyecto
- 3-Objetivos del Proyecto
- 4-Metodología
- 5-Actividades Ejecutadas y Análisis de Brecha (Comparativo)
- 6-Resultados e Hitos
- 7-Productos Obtenidos
- 8-Impactos y Logros del Proyecto
- 9-Problemas Enfrentados
- 10-Otros Aspectos de Interés
- 11-Conclusiones y recomendaciones
- 12-Anexos

Quedando a disposición de Ustedes, me despido cordialmente.

Stefano Cinti D'Anna

Coordinador del Proyecto

1. Antecedentes Generales

- Código Iniciativa : IMA-2007-0085
- Instrumento : Proyecto
- Región de Ejecución: Región Metropolitana
- Agente Ejecutor: Azahares de Huertos de Til Til Ltda.
- Coordinador Proyecto: Stefano Cinti D'anna
- Costo Total:
- Aporte Fia:

		Porcentaje del costo Total	Programado	Real
Costo total de la Iniciativa				
Aporte Fia				

- Período de Ejecución:

Programado: Fecha Inicio 12 de Octubre 2008

Fecha Término 12 de Mayo 2009

Real: Fecha Inicio 12 de Octubre 2008

Fecha Término 13 de Julio 2009

2. Resumen Ejecutivo del Proyecto

El desarrollo del proyecto en términos generales fue todo un éxito, lográndose a cabalidad todos los objetivos propuestos al principio de éste.

Se completó el cambio de Imagen Corporativa a toda la línea de Azahares, en formatos, etiquetas y envases. Descartándose productos y formatos poco rentables y que se alejan de la de la línea general de Azahares.

Se realizó con éxito la producción de los nuevos productos valorados por los clientes, la crema corporal y el jabón líquido.

Se diseñó todo el material de difusión, marketing, publicidad y pagina web, facilitando la difusión de las propiedades y beneficios de la leche de cabra en los productos.

El diseño de la nueva línea logró el objetivo de posicionar a Azahares en el mercado objetivo, obteniendo una respuesta positiva por parte del consumidor-usuario en cuanto a imagen y recordación.

La estrategia de Marketing se realizó completamente, llegando a un número alto de consumidores a través de los distintos medios de difusión, logrando un alto grado de recordación de marca y respuesta e interés por parte consumidor, ya sea a través de correos electrónicos o contacto telefónico.

En cuanto al objetivo de aumentar sustancialmente las ventas, con respecto a años anteriores, se ha podido demostrar en parte, ya que la imagen de la nueva línea sólo fue lanzada los últimos meses del proyecto, Mayo y Junio del año en curso.

3. Objetivos del Proyecto

Objetivo General:

Desarrollar Estrategias de Marketing y diseño que permitan posicionar los productos de azahares de Huertos a nivel nacional y que además faciliten el proceso de internacionalización de la empresa.

El grado de cumplimiento del Objetivo General se puede desglosar en dos ámbitos.

Uno en el área nacional, que sí se logró en un 100% el objetivo, ya que con la campaña publicitaria logramos llegar a todo el país, recibiendo respuestas y solicitudes de un gran número de ciudades fuera de Santiago.

La segunda área internacional, está por verse en un futuro próximo, ya que a pesar de sentir que la empresa se encuentra mejor preparada que antes de empezar el proyecto, todavía no se concreta ningún negocio.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar nuevos formatos y envases trabajando la presentación y formas del producto, además del desarrollo de líneas de productos como una nueva crema corporal, teniendo en cuenta los beneficios de ésta para los consumidores usuarios.

El grado de cumplimiento de este objetivo es del 100%, ya que se definió el formato de todos los productos, y se diseñaron los envases tanto de los productos nuevos como de los ya existentes.

- Desarrollar las estrategias y las herramientas de promoción a nivel nacional que permitan promover la nueva imagen corporativa de la empresa como a su vez los nuevos formatos, presentaciones y líneas de productos.

El grado de cumplimiento de este objetivo es del 100%, ya que se definió y ejecutó la nueva imagen corporativa, aplicada también a todas las herramientas de marketing y comunicación.

4. Metodología

La metodología utilizada fue, reuniones semanales con la Diseñadora, la representante de la empresa Azahares de Huertos, ejecutivos de los medios de comunicación, los consultores a cargo del proyecto y los proveedores involucrados en la ejecución.

1. Presentación de propuesta
2. Proceso de corrección y desarrollo de piezas solicitadas
3. V°B° final por parte de representante de la empresa
4. Producción de originales
5. Planificación de medios publicitarios
6. Desarrollo comunicacional con medios masivos de comunicación y materiales publicitarios
7. Desarrollo de marketing directo a base de datos en Santiago y Provincia

No se generaron problemas metodológicos desarrollándose todo el plan con un máximo de profesionalismo por parte de todos los involucrados.

Los métodos utilizados para el correcto funcionamiento de todos los procesos se resumen en:

Presentación de la Idea

Aceptación por parte de Azahares

3 Cotizaciones o bocetos

Orden de compra por Azahares

Ejecución

Visto bueno a proveedor

Instructivo general de producción y presentación de productos para Azahares

Seguimiento y retroalimentación

Empresas y/o profesionales contratados para la ejecución de actividades del proyecto:

- Laboratorio Bellcos
- Freddy Mauricio López, Técnico en refrigeración.
- María Angélica Errázuriz, Diseñadora.
- Rodrigo Opazo, Fotógrafo.
- Etipress S.A. Imprenta.
- Comercial GIG Ltda., Gráfica publicitaria.
- Juan Burrows, proveedor de leche de cabra.
- Ecovida, leche de cabra en polvo.
- Pedro Lora, imprenta.
- Idex Ltda., Moldes para jabones.
- Maprin Ltda., Envases para productos.
- Irene Gundlach y Cia Ltda., Papel envoltorio jabones.
- Grupo de Radios Dial S.A.
- Ricardo Deckert, Artesano en madera.
- Francisco Aravena, Artesano en madera.
- Galimex y Cia Ltda., Proveedor de materia prima, aromas.
- Heinz Reich, Transporte.
- Tekkrom Ltda., Pendones
- Coinpal, Aromas para jabones y cuva acero inoxidable para leche.
- Salviat Impresores S.A., Imprenta.
- Comercializadora Todo Caja Ltda.
- José Pedro Galecio, Programador Web.

- Empresa El Mercurio S.A.P.
- Famava Ltda., Maquinaria industrial.
- Yasna Pérez, Base de datos.
- María Teresa Vial, Diseñadora.
- Francisca Zañartu, Traductora

5. Actividades ejecutadas y análisis de brecha

Cuadro 5.1.Actividades Programadas para el período

Actividad Programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
Elaboración de Plan de Marketing	Octubre y Noviembre 2008	R	
Definición de Imagen Corporativa	Octubre, Noviembre y Diciembre 2008	R	
Definición de Logotipo Corporativo	Noviembre 2008	R	
Rediseño de los productos, packaging, etiquetado.	Noviembre y Diciembre 2008	R	
Diseño Folleto explicativo	Noviembre y Diciembre 2008	R	
Diseño Etiqueta	Diciembre	R	

jabones	2008		
Diseño nueva etiqueta crema facial	Diciembre 2008	R	
Diseño Tarjetita explicativa	Diciembre 2008	R	
Diseño Tarjeta visita	Diciembre 2008	R	
Producción Tarjeta visita	Marzo 2009	R	
Diseño y Elaboración Pdf institucional	Noviembre y Diciembre 2008	R	
Definición de envase para crema corporal y jabón liquido	Enero y Febrero 2009	R	
Producción de Etiqueta Jabones en barra	Marzo 2009	R	
Diseño y producción de Etiqueta Crema Corp. y Jabón liq.	Enero y Abril 2009	R	
Producción etiqueta crema facial	Abril 2009	R	
Producción Folleto Institucional	Mayo 2009	R	
Producción tarjetita	Marzo 2009	R	

explicativa			
Diseño pagina Web	Marzo Abril 2009	R	
Desarrollo Crema Corp y jab. Liq.	Abril 2009	R	
Diseño y ejecución pendón institucional	Mayo 2009	R	
Diseño y ejecución poster institucional	Mayo – Junio 2009	R	
Fotografías de todos los productos	Abril 2009	R	
Diseño y producción expositor de productos	Abril-Junio 2009	R	
Campaña Radial radio Diney, Paula y Zero.	Abril y Mayo 2009	R	
Definición nuevo envase crema facial	Junio 2009	R	
Aviso Revista Ya, El Mercurio	Junio 2009	R	
Subida pagina Web	Junio 2009	R	
Mailing a Base Datos	Junio 2009	R	
Traducción textos material	Junio 2009	A	

informativo			
Implementación de nuevo equipamiento de producción	Junio 2009	R	

¹ Realizada (R), No Realizada (NR), Atrasada (A), Suspendida (S)

Cuadro 5.2. Actividades No Programadas realizadas en el período

Actividad No Programada		Justificación ³
Descripción	Fecha	

6. Resultados e Hitos

Cuadro 6.1.

Resultados Esperados	Resultados Alcanzados	Razones
Estrategia de Marketing	Desarrollo y ejecución completo de la estrategia de marketing en todas sus etapas, generando en los distribuidores y consumidores finales aceptación y recordación de marca.	
Mejora del Producto	Unificación de la imagen corporativa para todos los productos y medios publicitarios, que se traduce en los positivos comentarios de distribuidores y clientes finales. Altamente aceptados los 2 nuevos productos y modificaciones en los	

	aromas de toda la línea. Apoyo más efectivo a los distribuidores con materiales de información y exhibición.	
Mejora en las ventas	Se aumentaron en un % las ventas durante el primer semestre 2009 en comparación con el total del año 2008 Se duplicó el número de clientes distribuidores en Santiago y Provincia, generando también interés en una cadena de Farmacias y contactos iniciales con España, Canadá Y Finlandia.	

Hitos

- Estructurar la estrategia de marketing para la empresa la cual se orientó a posicionar los productos de Azahares de Huertos a nivel nacional e internacional.
- Definición de imagen corporativa que destaca aquellos atributos más valorados por los usuarios y los distribuidores
- Definición de Logotipo Corporativo
- Rediseño de los productos, packaging, etiquetado, etc.
- Obtención de un folleto explicativo e informativo que haga ver claramente al cliente las ventajas y beneficios que tienen los productos elaborados con leche de cabra.

Detallamos punto por punto la concretización del plan de marketing en sus acciones más relevantes

Diseño y producción de un nuevo logo e isotipo y sus aplicaciones en papelería, tarjetas de visitas, moldes, packaging y materiales comunicacionales.

- Logo corporativo nuevo: Definido y aplicado a todos los diseños corporativos.

- Tarjetas de visitas: Definidas y en uso.
- Papelería: Definida y en uso para todas las instancia comunicacional de Azahares.
- Envase jabón en barra: Definido y en uso.
- Cajas de regalos corporativos: Definidas en madera para 1 y 2 jabones para cumplir con las expectativas de clientes como empresas e instituciones.
- Etiqueta crema facial: Definida y en uso para la crema en stock y con un cambio de envase para alinearse a la nueva imagen corporativa.
- Envase y etiqueta crema corporal: Definido y en uso.
- Envase y etiqueta jabón líquido: Definido y en uso.

Diseño y producción de materiales de comunicación y difusión como folleto corporativo, tarjetas explicativas de productos, pendones, póster para tiendas de distribuidores, e-mail corporativo informativo y otras herramientas que difundan las propiedades de la leche de cabra y sus beneficios dermatológicos y cosmetológicos.

- Folleto corporativo: Definido y en uso.
- Tarjeta explicativa adjunta a cada producto Azahares: Definida y en uso.
- Pendón corporativo: Definido y en uso.
- Póster corporativo: Definido y en uso.
- E-mail corporativo: Definido y en desarrollo por el programador.
- Pagina Web: Definida y en uso. El mejoramiento después de los primeros feedback, se están desarrollando por el programador.

Se optimizó y estandarizaron los moldes en forma redonda para la producción de los jabones en dos tamaños, grandes (90 grs.) y pequeños (30 grs.)

Se definió los aromas de mayor aceptación bajando de aproximadamente 20 a 7 aromas.

Se diseñaron nuevos envases totalmente naturales y simples que sepan transmitir la calidad del producto.

Se diseñó y produjo etiqueta informativa, indispensable para la elección del producto frente a la competencia.

Se diseñó y produjo una nueva presentación de envases para regalos corporativos o grandes clientes como hoteles, spa y gimnasios.

Se diseñó y desarrolló un nuevo sitio web que reúne todos los antecedentes de información e imagen corporativa incluyendo además un catálogo virtual para el servicio de venta en línea.

www.azahares.cl

Diseño y producción de exhibidores, afiches, volantes y pendones para apoyar nuestros distribuidores. Para el apoyo a la nueva área comercial se hace indispensable contar con el diseño y la producción de un díptico institucional y un catálogo descriptivo de productos.

- Exhibidores: Diseñado, desarrollado y en uso para optimizar espacios y fortalecer presencia de imagen en tiendas de distribución para la línea completa de productos Azahares.
- Volantes y pendones: Definidos y en uso.

Planificación, diseño y ejecución de una campaña comunicacional en distintos medios con el fin de difundir los tres conceptos fundamentales del nuevo posicionamiento: propiedades de la leche de cabra, calidad y características de los productos ofrecidos en el mercado y publicitar los canales de venta. Se reforzó todo lo anterior, dando énfasis a la historia de Azahares de Huertos, al cambio de imagen sugerido por los mismos consumidores finales y de fundamental importancia el apoyo del proyecto FIA.

Campaña comunicacional definida y ejecutada en su término global con:

- avisos radiales en Abril y mayo de 2009 con el Grupo Dial en las siguientes radios: Paula, Zero y Disney.
- Avisos en prensa ya publicado: Revista Ya.

Como se evidenció en las encuestas y de fundamental importancia para los clientes se desarrolló y produjo dos nuevos productos, un jabón líquido y una crema corporal ambos a base de leche de cabra.

- Jabón líquido: Definido, desarrollado y producido con laboratorio Bellcos, entregado y ya disponible en el comercio.
- Crema corporal: Definida, desarrollada y producida con laboratorio Bellcos, entregada y ya disponible en el comercio.

Las características de la leche de cabra enunciadas y evaluadas por la Universidad de Chile son difundidas sin el uso ni mención del ente contratado por el derecho de uso de marca y limitaciones de la misma Universidad, además de los exorbitantes valores ligados a su eventual mención, en los distintos materiales de publicidad.

7. Productos Obtenidos

Adjunto a este informe, se entrega muestra de los siguientes productos:

-Jabón en barra: en dos formatos, con envase y etiqueta nueva.

-Crema facial: etiqueta nueva

-Jabón líquido: producto nuevo

-Crema Corporal: producto nuevo

-Caja regalo 1 jabón

-Caja regalo 2 Jabones

-Caja de exposición de todos los productos

-Tarjetita informativa

-Folleto corporativo

-Afiche institucional

-Foto pendón institucional

- Tarjeta de visita
- Aviso Revista Ya
- Selección de fotos corporativas
- Grabación frase radial
- Nuevo envase crema facial

8. Impactos y logros del proyecto

Cuadro 8.1. Impactos Productivos, Económicos y Comerciales

Logro	Al inicio del Proyecto	Al final del proyecto	Observaciones
Característica del producto en términos de su:			
Calidad			
Jabón en barra	No satisfactoria	De máxima satisfacción	
Crema facial	No satisfactoria	Satisfactoria	
Jabón liquido	Inexistente	Satisfactoria	
Crema corporal	Inexistente	De máxima satisfacción	
Valor			
Jabón en barra			
Crema facial			
Jabón liquido	<i>Inexistente</i>		
Crema corporal	<i>Inexistente</i>		
Costos de producción		Los costos de producción han aumentado de un 15% promedio	

		global debido a la implementación de los nuevos envases y etiquetas.	
Ventas y/o Ingresos			
Nacional	Periodo 2008:	Período Ene-Junio 2009:	
Internacional	Inexistente	Inexistente	
Nuevas oportunidades de mercado	Escasas	Se duplicó el número de clientes distribuidores en Santiago y Provincia, generando también interés en una cadena de Farmacias y contactos iniciales con España, Canadá y Finlandia.	

9. Problemas Enfrentados

En el transporte de la leche de cabra desde el proveedor hasta el laboratorio Belcos, se produjo un problema de contaminación de la leche, debido al envase que se transportaba esta, ya que no era el adecuado sin poder esterilizarlo. Se rechazaron reiteradamente las entregas de la leche, lo que causó problemas con el proveedor, pérdida de materia prima y gastos extras no contemplados, como la compra de leche en polvo a Ecovida, que tiene un valor muy alto comparado a la leche natural.

Por esta razón se llevó a la decisión de comprar una cuva de acero inoxidable para el adecuado transporte de la materia prima.

Otro problema enfrentado fue que, por el aumento de la venta, y por ende de la producción de jabones, la batidora manual que se usaba en el proceso, no cumplía con los requerimientos reales, lo que llevó a la decisión de comprar una batidora industrial para tal efecto.

10. Conclusiones y Recomendaciones

A nombre de todo el equipo de Azahares de Huertos, queremos transmitir nuestra satisfacción y agradecimiento a todas las personas y empresas involucradas en este proyecto por los logros y resultados obtenidos.

El cambio de imagen de Azahares es un éxito reconocido por la opinión pública y muy valorada por las personas que integran la empresa.

Queremos destacar los esfuerzos tanto de los profesionales de Fia, como de los profesionales que entendieron el espíritu del proyecto, superando con positivismo las dificultades propias de este tipo de acciones.

Deseamos a Azahares de Huertos seguir en este camino de éxito y reconocimiento.

11. Anexos

CD con fotos y materiales gráficos utilizados.

a) Fichas Técnicas:

Nombre	Tipo	Función o tarea a desarrollar	Instrumento
Rodrigo Opazo	Fotógrafo	Fotografías Corporativas	Proyecto
María Teresa Vial	Diseñadora Gráfica	Diseños Corporativos	Proyecto
José Pedro Galecio	Programador Web	Programación pagina Web	Proyecto
Yasna Pérez	Asesoría en Gestión	Gestión de base de datos	Proyecto
Francisca Zañartu	Traductora	Traducción de todos los textos de Azahares.	Proyecto