



IMA 2009 INFORME TECNICO FINAL (Sondeo y Diseño)

Código iniciativa	Nombre iniciativa
IMA-2009-0353	COLECCIÓN GOURMET HUERTO AZUL 2009-2010

OFICINA DE PARTES 2 F
RECEPCIONADO
Fecha 10/05/2010

1. Antecedentes Generales

- Código iniciativa : **IMA-2009-0353**
- Nombre instrumento : **COLECCIÓN GOURMET HUERTO AZUL 2009-2010**
- Región o regiones de ejecución (originalmente planteadas en la propuesta y las efectivas) : **IX Región de la Araucanía**
- Agente ejecutor : **Patricia Alejandra Martini Tiznado**
- Coordinador iniciativa : **Patricia Alejandra Martini Tiznado**
- Costo total programado :
- Costo total real :
- Aporte de FIA programado:
- Aporte de FIA real :
- Período de ejecución programado : **6 Meses**
- Período de ejecución real : **6 Meses**

2. Resumen ejecutivo de la iniciativa

Los objetivos que se trazó la empresa para participar en esta iniciativa, fueron los de: transformación de imagen y presentación innovativa de productos agroalimentarios sub valorados (línea 2009-2010), en productos gourmet de alto impacto, para mercado nacional y norteamericano.

Lo anterior estaba avalado por la exitosa experiencia que se había tenido con el cambio de imagen aplicado a otra serie de productos gourmet que, a través del IMA 2007 se logró subir el nivel de presentación de los productos, permitiendo con ello participar en ferias nacionales e internacionales (Paula gourmet, Fancy Food de N.York 2009).

El nuevo desafío consistió en lanzar una nueva línea de productos, los que se caracterizaban por ser nuevas recetas, de alta innovación, lo cual ameritaba una nueva presentación e imagen que se logró a través de nuevos diseños de envases y etiquetas. Este lanzamiento tenía la intención de diferenciar los productos no solamente de la competencia, sino que también de las otras línea ya existentes en el mercado y del mismo origen de fabricación, como lo es la línea lanzada el año pasado.

La idea es implantar una política de líneas nuevas que aparezcan en el mercado diferenciadas por temporadas (cada temporada o cada dos temporadas), de tal forma de conformar una estrategia de marketing que permita mantener al público expectante respecto a los nuevos productos que se lancen al mercado periódicamente.

El uso de los recursos obtenidos a través de IMA, estaban destinados a dar inicio a esta estrategia en esta temporada, con un necesario apoyo publicitario a través de folletería que permitiera posicionar esta estrategia en el universo de consumidores potenciales de estos productos gourmet.

Lamentablemente los recursos destinados fueron rebajados respecto a la propuesta originalmente adjudicada, lo que creó una serie de problemas en cuanto a la capacidad para aplicar esta estrategia, como también con los proveedores a los cuales se les había solicitado cotizaciones para conformar la propuesta. Esto llevó a una serie de ajustes y recortes que en definitiva originó aplicar parcialmente lo que se deseaba como estrategia.

3. Objetivos de la iniciativa.

Objetivo general:

Transformación de imagen y presentación innovativa de productos agroalimentarios sub valorados (línea 2009-2010), en productos gourmet de alto impacto, para mercado nacional y norteamericano.

El objetivo general se ha cumplido en un 100% desde el momento en que la nueva línea gourmet ha rescatado una serie de productos naturales, como son: el Maqui, el piñón, la mora, etc. y lo ha incorporado a recetas de cuya preparación han surgido nuevos productos gourmet de alto impacto en cuanto a calidad, sabores y presentación.

Objetivo 1:



Diseño de marca gráfica colección 2009-2010 e identificación de origen para frutos sub valorados, dándole un carácter de productos gourmet.

Objetivo 2:

Diseño de envase individual para cada producto (11 productos), atractivo, práctico bilingüe, con código de barra, con tablas nutricionales, funcional, de alta calidad y diferenciador de alto impacto visual.

→ muchos de todos.

Objetivo 3:

→ muchos.

Material publicitario de productos gastronómicos que cumplan con los requerimientos del mercado nacional e internacional, en cuanto a normas, diseños, empaque, información de origen e identidad. Preparación de material de promoción, para participar en Paulagourmet y Feria Gastronómica de Colchagua en Santa Cruz.

Los objetivos específicos han sido cumplidos en un 100%, pese a los menores aportes de co-financiamiento, a través de lograr nuevas presentaciones de los productos, con nuevos envases: innovadores y diferenciadores que colocan en un alto nivel de presentación los productos naturales de la empresa.

Los diseños de envases son individuales por cada producto con una forma tal que constituyen un obsequio, por si solos. De tal forma que se satisface uno de los requerimientos del mercado de contar con este tipo de productos con una presentación, que permita entregarlos como regalos, lo cual es cada vez más frecuente en este tipo de productos.

4. Métodos.

Diseño: Consecuente con el análisis del mercado y de los productos, que se realizó en el Plan de Marketing, se contó con la información estratégica, para confeccionar los diseños de los envases y etiquetado de cada uno de los componentes de esta nueva **Línea de productos gourmet Huerto Azul 2009-2010.**

Se realizó un análisis comparativo con la presentación de los productos de la competencia, en pos de una diferenciación.

Confección de prototipos de envases y de etiquetas: Como resultado de los diseños, del análisis técnico y logístico del packaging y análisis crítico de costos versus precios, se confeccionaron prototipos de envases y etiquetas.

Realización de Focus Group:

Este Focus Group se realizó durante las presentaciones que se hicieron de los productos en dos importantes eventos gastronómicos a los que la empresa ha sido invitada: Paulagourmet en Santiago y la Feria costumbrista de Colchagua en la ciudad de Santa Cruz.

} resultados
del
focus
group.

Trabajo en conjunto con Diseñadores y Consultores: Con la finalidad de alcanzar objetivos comunicacionales y de cumplimiento de normas vigentes de etiquetado y rotulación, este trabajo en equipo también incluyó hacer uso de un Estudio de la Normativa vigente de envases y etiquetado del mercado de EE.UU. que se realizó al amparo del IMA 2007.-

Los profesionales participantes en la etapa de Diseño fueron los siguientes:

- Patricio Radovan O. = Diseñador de envases y etiquetas.
- Pablo Alvarez Z. = Diseñador de Recetario colección gourmet.

} muestra del recetario

La metodología aplicada no varió con respecto a lo propuesto, lo único que fue necesario hacer adaptaciones en el uso de los recursos, ya que éstos fueron reducidos en un 50%, de tal forma que debió priorizarse algunas actividades en desmedro de otras (Capacitación, Difusión, elementos de publicidad, etc.).

5. Actividades ejecutadas y análisis de brecha (comparativo)

Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
Diseño de Marca gráfica	31/01/10	R	✓
Diseño de envase por productos	31/01/10	R	✓
Envases individuales que conforman la nueva Línea Gourmet	31/01/10	R	✓
Confección de Envases	31/01/10	R	✓ <i>envase</i>
Diseño 4 etiq. frascos contenedores	31/01/10	R	✓
Diseño Tríptico Recetario	31/01/10	R	✓
Diseño Pendón corporativo	31/01/10	R	✓
Actualización Pág Web	31/01/10	R	✓ <i>internet</i>
Código de Barras	31/01/10	R	✓
Confección Tablas Nutricionales	31/01/10	R	✓ } <i>en etiquetas</i>
Fotografía productos gourmet	31/01/10	R	✓
Descripción productos Recetario	31/01/10	R	✓
Confección Contenedor individual	31/01/10	R	✓ <i>envase</i>
Confección Etiquetas	31/01/10	R	✓ "
Confección Cajas de embalajes cartón	31/01/10	R	✓ "

¹ Realizada (R), no realizada (NR), atrasada (A), suspendida (S)

² Si el grado de cumplimiento de la actividad programada corresponde a NR, A, o S, se deben detallar las razones que explican las discrepancias respecto al Plan de Trabajo inicial. Indicar las repercusiones que tendrá el cambio de las actividades programadas en el desarrollo normal de la iniciativa completa.

³ Incluir problemas enfrentados cuando corresponda.

Nota: Completar un cuadro por cada línea de financiamiento (sondeo y diseño).

- resultado de Focus o está en plan de marketing.

Cuadro 5.2. Actividades no programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad no programada		Justificación ¹
Descripción	Fecha	

¹ Se debe justificar correctamente el porqué se realizó una actividad no programa inicialmente.
Nota: Completar un cuadro por cada línea de financiamiento (sondeo y diseño).

6. Resultados.

Cuadro 6.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa.

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Nivel de avance (%)	Razones ¹
Diseño de Marca gráfica	Manual de marca gráfica y estrategia de promoción	100	muestra
Diseño de envase por productos	Diseño de envases y etiquetas	100	muestra de c/m
Envases individuales que conforman la nueva Línea Gourmet	Prototipos de envases con su etiquetado	100	muestra de c/m
Confección de Envases	Confección de Envases para muestras y promociones	100	" "
Publicidad	Elementos de Publicidad de acuerdo a la Estrategia de Comunicación	100	" de c/m.

¹ Detallar las razones que explican las discrepancias entre los resultados esperados y alcanzados.
Nota: Completar un cuadro por cada línea de financiamiento (sondeo y diseño).

→ según objetivo 2, 11 productos.

- Focus group. Resultados

- revisión coleq gourmet. (tríplice?)

- etiquetas

- etiquetas + envases
terminados, integrados.

- pander. fotografías.

- prof web

- contenidos individuales

- logo de embotellado.

7. Productos obtenidos

ENVASES Y ETIQUETAS QUE SE ADJUNTAN

8. Problemas enfrentados

Cuadro 8.1. Problemas enfrentados y medidas tomadas durante la iniciativa.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación
El problema que se presentó al inicio fue el no contar con el co-financiamiento aprobado inicialmente, ya que éste se rebajó en un 50% en la etapa de negociación, creando problemas para responder frente a los proveedores a los que se había solicitado cotizaciones exigidas en la propuesta.	Se debieron priorizar los gastos, pero, dentro de la estrategia de marketing, en aquellos casos en que no era posible obviar gastos debieron financiarse algunos con mayor aporte empresarial, y otros fueron rebajados en sus montos.	La evaluación resulta positiva, pese a este problema, toda vez que los objetivos se cumplieron.
Facturación de confección de tablas Nutricionales, confección de Pendón y de Códigos de Barra, no se pudo obtener dentro del plazo de Rendición Financiera	Gasto de Código de barra se traspasó a Confección de Página Web, lo cual fue facturado oportunamente, dentro del plazo de rendición.	Corresponde reitemizar el gasto de código de barras por confección de página web.

9. Conclusiones y recomendaciones.

Este tipo de proyectos son una excelente estrategia para mejorar la imagen y presentación de nuestros productos para hacerlos competitivos en el mundo global.

10. Anexos.

a) Fichas Técnicas:

LINEA DE FINANCIAMIENTO: DISEÑO	
FICHA DE ANTECEDENTES PERSONALES	
Nombre completo	Pablo Alvarez Z
RUT	
Fecha de Nacimiento y lugar	
Nacionalidad	chileno
Dirección particular (indicar comuna y región)	
Fono particular	
Celular	
E-mail	
Género (Masculino o femenino)	M
Indicar si pertenece a alguna etnia (mapuche, aymará, rapa nui, atacameña, quechua, collas, alacalufe, yagán, huilliche, pehuenche)	
ACTIVIDAD PROFESIONAL Y/O COMERCIAL (ACTUAL)	
Nombre de la Institución o Empresa a la que pertenece	PARTICULAR
Rut de la Institución o Empresa	
Nombre y Rut del Representante Legal de la empresa	
Cargo que ocupa en la empresa o institución a la que pertenece	
Profesión	
Dirección comercial (Indicar comuna y región)	
Fono y Fax comercial	
E-mail	
Clasificación de público o privado	

7 productos



LIMONES MARROQUÍES A LA SAL

MOROCCAN PRESERVED LEMONS

Peso Neto
7.4 oz (210 g)

Elaborado artesanalmente por Patricia Martini T.

Villarrica, producto Chileno.
Contiene: Limones, agua, sal, ácido cítrico, semillas de cilantro.
Resolución SSAS N° 2657 del 13/12/1996, región de la Araucanía.
Duración 3 años.
Contenido neto: 210grs.
Una vez abierto refrigerar.

Fecha de elaboración:

Información Nutricional		
Porción: 1 cucharadita (15g)		
Porciones por envase: 14		
	100g	1 Porción
Energía (kcal).....	8	1,6
Proteínas(g).....	0,48	0,1
Grasa Total(g).....	0,12	0,02
Colesterol(mg).....	0	0
H de Carbono(g).....	4,28	0,86
Sodio(mg).....	7762	1664

Una vez abierto refrigerar



CONFITURA DE CEBOLLAS EN SIDRA AL MERKÉN

ONION, CIDER AND MERKEN CONFIT

Peso Neto
7.4 oz (210 g)

Elaborado artesanalmente por Patricia Martini T.

Villarrica, producto Chileno.
Contiene: Sidra de manzana, azúcar, cebollas, pectina, merkén, sal.
Resolución SSAS N° 2657 del 13/12/1996, región de la Araucanía.
Duración 3 años.
Contenido neto: 210grs.
Una vez abierto refrigerar.

Fecha de elaboración:

Información Nutricional		
Porción: 1 unidad (50g)		
Porciones por envase: 4 unidades		
	100g	1 Porción
Energía (kcal).....	218,7	109,35
Proteínas(g).....	0,41	0,2
Grasa Total(g).....	0,17	0,08
Colesterol(mg).....	0	0
H de Carbono(g).....	27,1	13,5
Sodio(mg).....	131,1	65,6

Una vez abierto refrigerar



JALEA DE SAUVIGNON BLANC Y ROSAS

SAUVIGNON BLANC AND ROSES JELLY

Peso Neto
7.4 oz (210 g)

Elaborado artesanalmente por Patricia Martini T.

Villarrica, producto Chileno.
Contiene: Sidra de manzana, azúcar, azúcar, pectina cítrica, extracto de rosas rojas.
Resolución SSAS N° 2657 del 13/12/1996, región de la Araucanía.
Duración 3 años.
Contenido neto: 210grs.
Una vez abierto refrigerar.

Fecha de elaboración:

Información Nutricional		
Porción: 1 unidad (50g)		
Porciones por envase: 4 unidades		
	100g	1 Porción
Energía (kcal).....	229,4	114,70
Proteínas(g).....	0,03	0
Grasa Total(g).....	0	0
Colesterol(mg).....	0	0
H de Carbono(g).....	47,2	23,6
Sodio(mg).....	146,5	73,25

Una vez abierto refrigerar



PATÉ VEGETARIANO DE PIÑONES Y TOMATE DESHIDRATADO

PIÑONES AND SUNDRIED TOMATO VEGETARIAN PATE

Peso Neto
7.4 oz (210 g)

Elaborado artesanalmente por Patricia Martini T.

Villarrica, producto Chileno.
Contiene: Piñones, tomates deshidratados, agua, aceite de girasol, vinagre, sal, merkén, pimienta, ácido cítrico, sorbato de potasio.
Resolución SSAS N° 2657 del 13/12/1996, región de la Araucanía.
Duración 3 años.
Contenido neto: 210grs.
Una vez abierto refrigerar.

Fecha de elaboración:

Información Nutricional		
Porción: 1 unidad (50g)		
Porciones por envase: 4		
	100g	1 Porc.
Energía (Kcal).....	448,7	224,3
Proteínas (g).....	5,98	2,99
Grasas Total (g).....	44	22
Grasa saturada (g).....	2,2	1,1
Grasa monoinsat (g).....	4,6	2,3
Grasa poliinsat (g).....	11,6	5,8
Grasa trans(g).....	0	0
Colesterol (mg).....	0	0
H de Carbono (g).....	14,62	7,31
Sodio (mg).....	208,4	104,2

Una vez abierto refrigerar



CONFITURA DE SAUCO CON ARÁNDANO

Producto Artesanal, Villarrica - Pucón

Peso Neto
210g



VINAGRE AROMATIZADO DE FRAMBUESA

Producto Artesanal, Villarrica - Pucón

Peso Neto
250ml



TOMATES SECOS Y PIÑONES TOSTADOS CON HIERBAS DE LA PROVENZA

SUNDRIED TOMATO WITH TOASTED PIÑONES AND HERBS DE LA PROVANCE

Peso Neto
7.4 oz (210 g)

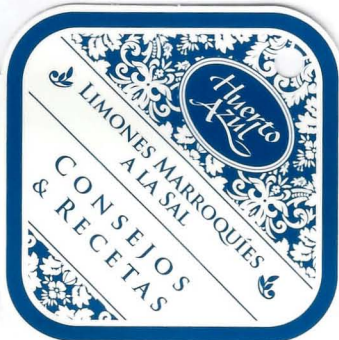
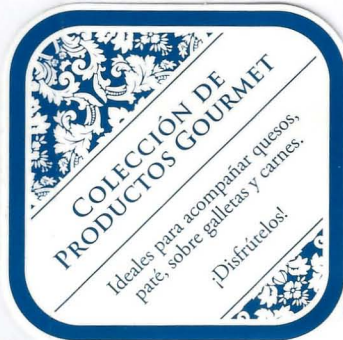
Elaborado artesanalmente por Patricia Martini T.

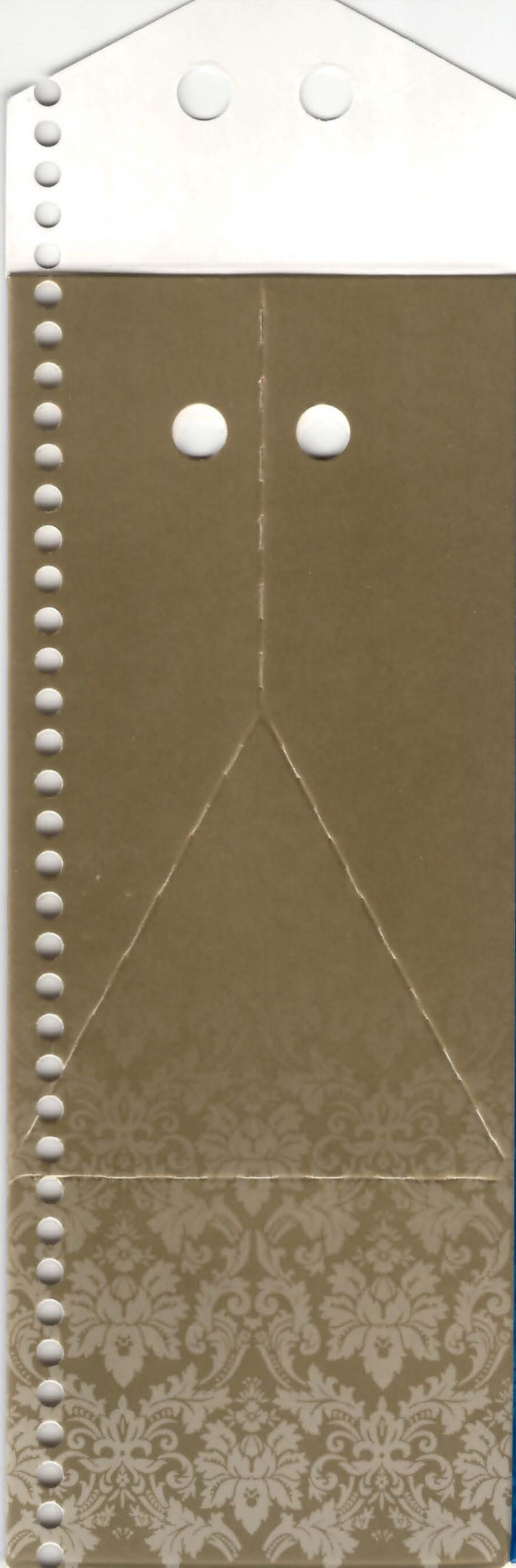
Villarrica, producto Chileno.
Contiene: Tomates deshidratados, piñones, agua, aceite, ajos, sal, estragón, tomillo, menta, albahaca, pimienta, merkén, laurel, ácido cítrico.
Resolución SSAS N° 2657 del 13/12/1996, región de la Araucanía.
Duración 3 años.
Contenido neto: 210grs.
Una vez abierto refrigerar.

Fecha de elaboración:

Información Nutricional		
Porción: 1 unidad (50g)		
Porciones por envase: 4		
	100g	1 Porc.
Energía (Kcal).....	388,8	194,4
Proteínas (g).....	4,47	2,23
Grasas Total (g).....	36,8	18,4
Grasa saturada (g).....	2,97	1,48
Grasa monoinsat (g).....	6,2	3,1
Grasa poliinsat (g).....	15,6	7,8
Grasa trans(g).....	0	0
Colesterol (mg).....	0	0
H de Carbono (g).....	12,9	6,45
Sodio (mg).....	609,8	304,9

Una vez abierto refrigerar





*Huerto
Azul*

CONFITURA DE MAQUI
CON ARÁNDANOS

CONSEJOS
& RECETAS

COLECCIÓN
GOURMET

DE PATRICIA MARTINI T.

*Huerto
Azul*

VILLARRICA - PUCÓN
CHILE

COLECCION
GOURMET
2010

JALEA

Jalea de Menta
Jalea de Sauvignon Blanc y Rosas
Jalea de Manzanas a la Menta
Jalea de Manzanas al Merkén

PATÉS

Paté Vegetariano de Brócoli
Paté Vegetariano de Piñones y Tomate Deshidratado

CONFITURAS

Confitura de Cebollas en Sidra al Merkén
Limones Marroquíes a la Sal
Confitura de Maqui y Arándanos

OTROS

Tomates Secos y Piñones tostados con hierbas de la Provenza
Zucchini, Berenjenas y Tomates Deshidratados a las hierbas de la Provenza
Salsa de Merkén y Hierbas de la Provenza

Huerto Azul

WWW.HUERTOAZUL.CL





*Huerto
Azul*

JALEA DE MENTA

CONSEJOS
& RECETAS

COLECCIÓN
GOURMET

DE PATRICIA MARTINI T.

*Huerto
Azul*

VILLARRICA - PUCÓN
CHILE

COLECCION
GOURMET
2010

JALEA

Jalea de Menta
Jalea de Sauvignon Blanc y Rosas
Jalea de Manzanas a la Menta
Jalea de Manzanas al Merkén

PATÉS

Paté Vegetariano de Brócoli
Paté Vegetariano de Piñones y Tomate Deshidratado

CONFITURAS

Confitura de Cebollas en Sidra al Merkén
Limones Marroquíes a la Sal
Confitura de Maqui y Arándanos

OTROS

Tomates Secos y Piñones tostados con
hierbas de la Provenza
Zucchini, Berenjenas y Tomates Deshidratados
a las hierbas de la Provenza
Salsa de Merkén y Hierbas de la Provenza

Huerto Azul

WWW.HUERTOAZUL.CL

