



OFICINA DE PARTES - FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	27 Dic. 2009
Hora	8:30
Nº Ingreso	9674

## IMA 2009 INFORME TECNICO FINAL (Sondeo y Diseño)

Código iniciativa	Nombre iniciativa
IMA-2009-0462	FONTEVITA

DICIEMBRE 2009

## 1. Antecedentes Generales

Código iniciativa:	IMA-2009-0462
Nombre instrumento:	FONTEVITA
Región de ejecución:	5ª Región
Agente ejecutor:	Nutra Andes limitada
Coordinador iniciativa	Cecilia D'Amico Scarinci

	PROGRAMADO	REAL
Costo total		
Aporte de FIA		
% Aporte FIA		
Período de ejecución	1ª Agosto 2009 a 30 Noviembre 2009	1ª Agosto 2009 a 30 Noviembre 2009

## **2. Resumen ejecutivo de la iniciativa**

El objetivo general de este proyecto fue generar un diseño de packaging para los productos de nuestra empresa desarrollados hasta la fecha. Ellos son aceites vegetales de semillas prensadas en frío (aceite de almendra, nuez, avellana Chilena, pepa de calabaza, linaza, sésamo, rosa mosqueta y oliva omega 3) y harinas proteicas de almendra, avellana Chilena, sésamo y linaza.

Fue necesario el desarrollo de este proyecto para presentar nuestros productos al mercado gourmet con una presentación que refleje la calidad e innovación que ellos representan para la salud humana.

Se seleccionaron envases de vidrio oscuro para cada tipo de aceite y en distintos formatos: 50 ml, 250 ml, 500 ml y 1 litro. Para cada uno de ellos, se diseñaron etiquetas uniformes en lo que respecta a la marca y estilo, diferenciándose en el diseño del fruto al cual corresponde cada aceite.

En el caso de las harinas vegetales el diseño de etiquetas sigue la misma línea de las desarrolladas para los aceites. Se optó por un empaque en papel Kraft color café con capacidades netas de 200 y 500 gramos.

Dado que todos nuestros productos son nuevos en el mercado, se desarrollaron collarines informativos que dan a conocer sus atributos y aplicaciones en la salud y alimentación.

Se logró desarrollar plenamente lo estipulado en el Plan Operativo del Proyecto.

La imagen corporativa desarrollada con su slogan "más salud, más sabor", transmite totalmente nuestra filosofía como empresa y en conjunto con el diseño de etiquetas, envases y anexos, se logró plasmar en un 100% nuestra visión.

En la página web desarrollada, [www.fontevita.cl](http://www.fontevita.cl) se concluye el final del proyecto aplicando en ella todo lo desarrollado en el tema de diseño de imagen corporativa, y packaging de los productos, lográndose satisfactoriamente los objetivos globales y específicos planteados en la iniciativa del proyecto.

El impacto logrado se verificó realizando una pequeña encuesta de aceptación del producto en el mercado objetivo, dando un muy buen resultado. Durante este proyecto se materializó una exportación de aceites a Taiwán, aceptando totalmente el diseño de las etiquetas desarrolladas y quedando nuestro cliente conforme con el producto en su totalidad.

### 3. Objetivos de la iniciativa.

**El objetivo general** de la propuesta fue generar un diseño de packaging que identificara la empresa con su marca “Fontevita” y como especialista en la elaboración de alimentos naturales, sanos y funcionales y que se la asociara con su slogan “fuente de vida”.

El grado de cumplimiento de este objetivo se logró en un 100% de lo estipulado, reflejándose en los resultados finales del proyecto.

Al igual que el objetivo general, el grado de cumplimiento de cada uno de **los objetivos específicos** alcanzaron en su mayoría un 100% de lo planteado:

#### **Objetivo Especifico n° 1:**

Diseño de símbolo y aplicación del símbolo a las áreas de la empresa, diseño y originales para impresión y Asesoría en imagen corporativa: 100% de grado de cumplimiento.

#### **Objetivo Especifico n° 2:**

Diseño y matriz de envases para cada tipo de aceite y harinas, cajas de embalaje, pack de ofertas de venta, muestras y otros. Grado de cumplimiento en un 90% debido al alto costo involucrado en la matriz de confección de envases de vidrio para el caso de los aceites. El resto de este objetivo fue cumplido en un 100% lográndose el resultado esperado.

#### **Objetivo Especifico n° 3.**

Desarrollo y diseño del sitio web en español e inglés. De acuerdo al resultado obtenido y demostrado en [www.fontevita.cl](http://www.fontevita.cl) se cumplió en un 100% el grado de cumplimiento del objetivo.

### 4. Métodos.

#### **4.1 Descripción detallada de los protocolos y métodos utilizados, de manera que sea fácil su comprensión y replicabilidad.**

Se contrataron los servicios de terceros para cumplir en forma conjunta cada uno de los objetivos en el orden descrito. Los protocolos y métodos utilizados se basan en los requerimientos y grados de cumplimiento de los resultados esperados en cada objetivo. A continuación se describen en forma general los métodos utilizados en la realización del proyecto.

- Cotización y selección del servicio de tercero para el desarrollo de diseño de imagen corporativa y su aplicación a cada área de la empresa.
- Programación de reuniones con la empresa seleccionada, a lo menos dos veces por semana, para informar los requerimientos en cada etapa del proyecto y dar curso al trabajo asignado. En cada reunión se fue evaluando trabajo realizado de acuerdo al tiempo programado.

- De acuerdo al estado de avance del proyecto, grado de cumplimiento de los objetivos específicos y aceptación de los resultados obtenidos en cada etapa, se delinearon los pasos a seguir para dar cumplimiento al próximo objetivo. La planificación y ejecución del proyecto se hizo de acuerdo a la organización del trabajo planificada en la Carta Gantt descrita en el Plan Operativo.
- Una vez alcanzados los resultados esperados en el diseño y confección del packaging (resultados entregados en el informe de avance), se dio curso a la confección de la página web y del material promocional.

#### **4.2 Principales problemas metodológicos enfrentados.**

En general no hubieron mayores problemas metodológicos en la ejecución de la iniciativa, hubo coordinación entre nuestra empresa y la empresa prestadora del servicio. Sí se debe acotar que la principal problemática fue transmitir nuestros requerimientos para lograr plasmar en el diseño la idea de alimento saludable y producto gourmet. Por otro lado, al ser productos prácticamente desconocidos en el mercado, obliga a transmitir, a través del diseño, las bondades del producto y utilización de los mismos.

#### **4.3 Adaptaciones o modificaciones introducidas durante la ejecución de la iniciativa y razones que explican las discrepancias con los métodos originalmente propuestos.**

La única modificación introducida fue en el diseño de envase de los aceites. Debido al alto costo involucrado en la confección de una matriz específica, costos que nuestra empresa no puede absorber en esta etapa, se optó por adquirir un envase disponible en el mercado nacional y que más se adaptara a nuestros requerimientos: botella de vidrio oscuro en formatos de 50, 250, 500 y 1000 ml.

#### **4.4 Empresas y/o profesionales contratados para la ejecución de actividades de la iniciativa.**

##### **Servicio de Tercero:**

Francisco Javier Olavarría Astudillo  
Diseñador Industrial Universidad de Valparaíso

Dirección comercial:

Dirección particular:

Fono particular:

Celular:

Correo Electrónico:

**Ayudante de Coordinación del Proyecto**

Mónica Valle Bascopé  
Técnico de Nivel Superior en Cocina Internacional

Dirección particular:

Fono particular:

Celular:

Correo Electrónico:

## 5. Actividades ejecutadas y análisis de brecha (comparativo)

**Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa**

Actividad programada		Grado de cumplimiento <sup>1</sup>	Razones <sup>2</sup> /Problemas <sup>3</sup>
Descripción	Fecha		
Diseño y definición de la imagen corporativa	30 de Agosto 2009	R	
Diseño y confección de matriz de envases aceites. Muestras de cada producto	30 de Agosto 2009	NR	No se hicieron las matrices de los envases de aceite por ser muy costosos. Se adquirieron envases en Cristalería Toro que se ajustan a lo requerido y no involucra repercusión alguna en el avance del proyecto.
Diseño y confección de matriz de envases de harinas Muestras de cada producto	30 de Agosto 2009	R	
Diseño y prototipo de etiquetas y añadidos (collarines, cápsulas de sellado)	30 de Septiembre 2009	R	
Diseño y matriz de cajas de embalaje para aceites y harinas	30 de Octubre 2009	R	
Diseño, muestra y matriz de pack oferta de aceites	30 de Octubre 2009	R	
Diseño y prototipo del material para difusión (folletería, carpeta técnica de producto)	30 de Noviembre 2009	R	
Diseño y confección de página Web en dos idiomas.	30 de Noviembre 2009	R	

## 6. Resultados.

Cuadro 6.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en el período.

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Nivel de avance (%)	Razones <sup>1</sup>
Diseño de la Imagen Corporativo	Se definió exitosamente el logo de la empresa, el cual interpreta fehacientemente la misión que tiene la empresa al ofrecer estos productos en el mercado "más salud, más sabor"	100	
Diseño y confección de matriz de aceites. Muestras de cada producto	En cuanto a los envases de aceites, se esperaba confeccionarlos especialmente, pero se suspendió.	0%	Se suspendió el diseño de la matriz para envases de aceite por el alto costo que involucra hacerla. En reemplazo se adquirieron envases de vidrio oscuro ofrecidos en el mercado nacional. Se espera que en un futuro próximo pueda confeccionarse una matriz que permita una diferenciación de otros productos similares en el mercado.
Diseño y confección de matriz de envases de harinas Muestras de cada producto	Referido a los envases para las harinas, se diseñó el empaque para dos tamaños: 200 y 500 gramos. Se alcanzó el resultado esperado obteniéndose la matriz y prototipos	100%	
Diseño y prototipo de etiquetas y añadidos (collarines, cápsulas de sellado)	Se definió diseño de etiquetas y añadidos para todos los productos en cuestión, lográndose exitosamente de acuerdo a los resultados esperados	100%	

<p>Diseño y matriz de cajas de embalaje para los aceites y harinas</p>	<p>Se tomaron las medidas de cada formato de envases de aceites para la confección de la matriz de cajas de embalaje para 12 unidades por producto, separadas por tabiques. Esto no revistió mayor problema lográndose el resultado esperado.</p>	<p>100%</p>	
<p>Diseño, muestra y matriz de pack oferta de aceites</p>	<p>Se diseñaron dos pack para oferta de aceites, uno para 2 unidades de envases de 250 ml y otro para 3 unidades de envases de 60 ml, resultando las dos matrices y prototipos de acuerdo a lo esperado.</p>	<p>100%</p>	
<p>Diseño y prototipo del material para difusión (folletería, carpeta técnica de producto)</p>	<p>Se diseñaron trípticos con información sintetizada de la empresa y de cada producto ofrecido al mercado. También se diseñaron volantes de difusión con información general de la empresa y productos.</p> <p>En una carpeta tipo dossier se anexó información más detallada de la empresa con fichas informativas y fichas técnicas de cada producto. Esto fue realizado en idioma español e inglés. Esto para llevar a potenciales clientes tanto nacionales como internacionales.</p>	<p>100%</p>	
<p>Diseño y confección de página Web en dos idiomas.</p>	<p>Con todo el trabajo desarrollado anteriormente se diseñó una página web en idioma español e inglés. Para más detalle visitar <a href="http://www.fontevita.cl">www.fontevita.cl</a></p>	<p>100%</p>	

## 7. Productos obtenidos

De acuerdo a lo programado, los resultados obtenidos en la primera etapa fueron informados el 30 de Octubre 2009 en el informe de avance de la iniciativa. Restando para la segunda etapa ejecutar las actividades para cumplir con el tercer objetivo: diseño del material de difusión (carteles publicitarios, trípticos, carpeta técnica y página Web. Resultado de éstos productos se encuentran en el anexo b y en el porta Web [www.fontevita.cl](http://www.fontevita.cl)

## 8. Problemas enfrentados

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

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación
Diseño y confección de matriz de aceites. Muestras de cada producto	En cuanto a los envases de aceites, se esperaba confeccionarlos especialmente, pero se suspendió.	Se suspendió el diseño de la matriz para envases de aceite por el alto costo que involucra hacerla. En reemplazo se adquirieron envases de vidrio oscuro ofrecidos en el mercado nacional. Se espera que en un futuro próximo pueda confeccionarse una matriz que permita una diferenciación de otros productos similares en el mercado.

## **9. Conclusiones y recomendaciones.**

Como conclusión general, los resultados obtenidos en esta iniciativa son óptimos, en gran parte por la planificación y metodología planteada en la propuesta operativa y también debido a la implementación y ejecución de la misma.

Para la implementación y ejecución del proyecto fue muy importante tener un plan previamente diseñado ya que se organizaron las actividades en orden, lo que facilitó avanzar y cumplir las metas propuestas optimizando los tiempos de ejecución para cada actividad. Por ejemplo, el definir previamente el formato de los envases de vidrio, fue importante para poder realizar el diseño del etiquetado, collarines, pack de ofertas y embalajes de los productos. Una vez alcanzada este objetivo se pudo dar curso a la confección del material de difusión y al diseño del portal Web.

Por otro lado, tener una planificación previa de gastos, da una aproximación de los valores reales. Esto involucra ajustarse a lo programado siendo una limitante para el óptimo desarrollo de las actividades. Sin embargo, los resultados obtenidos cumplieron con los objetivos definidos, quedando para un futuro próximo optimizar lo ya ejecutado.

Podemos decir que el tiempo definido para llevar a cabo el proyecto estuvo dentro de lo estipulado, esto en parte al avance que ya se tenía en el tema. Podemos acotar que siempre se estarán cambiando o mejorando y actualizando los diseños ya que la dinámica del mercado lo exige.

El impacto obtenido es muy subjetivo y depende del grado de aceptación de cada persona. Para poder evaluarlo se realizó una pequeña encuesta, de la cuál se pudo deducir que los resultados logrados de esta iniciativa fueron muy buenos. Como se mencionó anteriormente, la presentación de los productos fue muy bien aceptado por un cliente inicial del mercado de Taiwán, quién actualmente está introduciéndolos en dicho mercado.

Quedando ahora, como desafío, introducir los productos al resto de los mercados, implementando y ejecutando el plan de marketing desarrollado en el plan de negocio.

## **10. Anexos.**

- a) Fichas Técnicas:** Actualizar ficha técnica de empresas y/o profesionales que no han sido informados en la propuesta original.

No hubo variación de empresas y/o profesionales informados en la propuesta original.

### **b) Material de difusión**

- **Carteles publicitarios**
- **Tripticos**
- **Volantes**
- **Carpeta técnica**