

IMA 2009 INFORME TECNICO FINAL (Sondeo y Diseño)

Código iniciativa	Nombre iniciativa
IMA-2009-00437	NUEVOS ENVASES PARA MERCADO ALEMÁN

Septiembre 2010



1. Antecedentes Generales

- Código iniciativa: **IMA-2009-00437**
- Nombre instrumento: **NUEVOS ENVASES PARA MERCADO ALEMÁN**
- Región o regiones de ejecución: **Del Maule**
- Agente ejecutor: **Agrícola Luxcamp S.A.**
- Coordinador iniciativa: **Germán Eduardo Gallegos Miranda**
- Costo total y Aporte de FIA (en pesos y porcentaje del costo total) (programado y real)

FIA	%	EMPRESA(S)	%	COSTO TOTAL

- Período de ejecución (programado y real)

PROGRAMADO	REAL
SEPTIEMBRE 2009 A MARZO 2010	SEPTIEMBRE 2009 A SEPTIEMBRE 2010

AGRÍCOLA LUXCAMP S. A. es una empresa deshidratadora y comercializadora de plantas medicinales aromáticas y culinarias. Es una entidad social fundada por tres compañías agrícolas principalmente productoras de plantas aromáticas, culinarias y "Fundación Luxemburgo." Se encuentra ubicada en el sector de San Rafael de Teno, provincia de Curicó.

En la empresa se promueven alternativas de producción diferentes para generar nuevas fuentes de ingreso para los habitantes rurales, a través de la contratación de mujeres de las comunidades campesinas para que trabajen sistemáticamente y productivamente, con el propósito de mejorar la calidad de vida de sus familias.

Se cultivan y procesan hierbas aromáticas, medicinales y culinarias, bajo las normas agrícolas orgánicas, para comercializarse en los mercados locales y externos, bajo estrictas normas de higiene, garantizando inocuidad y calidad.

Agrícola Luxcamp cuenta con certificaciones que avalan la inocuidad en el proceso productivo y de envasado, como son: Buenas Prácticas Agrícolas y de Manufactura (BPA) y HACCP+2861, además de certificación orgánica en la Albahaca. Además, con la finalidad de optimizar los recursos y hacer los procesos más eficientes se ha implementado un Sistema de Gestión de Calidad, el cual se ha certificado a través de la Norma Chilena de Gestión PYME 2909.

VALORES DE LA EMPRESA

Innovación y mejoramiento continuo: en el desarrollo de nuevos productos (mezclas e infusiones) y técnicas que mejoren la calidad, la eficiencia de los procesos y preservación de los productos.

Responsabilidad social:

- Entregar y promover el consumo de productos sanos y naturales.
- Honestidad en todas las instancias (trabajadores, proveedores, consumidores y socios).
- Respeto al medio ambiente.
- Compromiso con el desarrollo rural.

- Promover valores por sobre todas las cosas.

Compromiso con la calidad:

-Aspirar a la excelencia operacional en cada uno de los procesos comprometiéndose con el trabajo, de modo de minimizar las posibles fuentes contaminantes.

-Excelencia en servicio al cliente.

Acción Inspiradora:

- Otorgar desarrollo y mejoras a la vida rural.

PRODUCTOS

Descripción:

Hierbas medicinales y culinarias deshidratadas, en máquinas que actúan mediante un flujo cerrado de aire a temperatura controlada, obteniendo hojas perfectas, enteras, naturales, puras, sin aditivos, de la más alta calidad, orientado a un mercado exigente y que valora un proceso de producción ecológico.

2. Resumen ejecutivo de la iniciativa

Agrícola Luxcamp S.A. se encuentra constituida por tres sociedades campesinas, formadas en su mayoría por mujeres del sector rural de la comuna de Teno.

El proyecto “Nuevos envases para el mercado alemán” tuvo como objetivo principal la generación de un nuevo envase para que Agrícola Luxcamp S.A. comercialice sus hierbas medicinales y culinarias en mercados de comercio justo alemán. A través de un viaje realizado a Europa, la empresa Puente entregó un envase al Gerente General solicitando envasar las hierbas en éste, comprometiéndose a comprar los productos si se cumplían con las características de formato, tamaño y calidad.

Se contó con el apoyo de especialistas en materia de diseño e imagen, los cuales en un trabajo en conjunto lograron diseñar un envase que representa claramente a la empresa y que a su vez cumple con los requisitos técnicos establecidos por el cliente alemán.

El equipo a cargo del diseño del nuevo envase se basó en el formato traído desde Alemania, desarrollando análisis tanto de gráfica, tipografía, color, como de aspectos técnicos respecto a la calidad del envase, la composición de los materiales utilizados y la finalidad de éstos.

3. Objetivos de la iniciativa.

OBJETIVOS GENERALES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	GRADO DE CUMPLIMIENTO
Evaluar los factores determinantes que influyen en el diseño del nuevo envase.	1. Evaluar imagen que proyecta el envase.	100%
	2. Diagnosticar problemas e identificar prospectos de envases.	100%

4. Métodos.

Para el óptimo desarrollo del proyecto, Luxcamp S.A. trabajó con un Diseñador Gráfico y un Publicista, quienes en conjunto desarrollaron la nueva imagen corporativa que se deseaba proyectar. Se tuvo especial énfasis en los requerimientos ya establecidos por el cliente alemán, cuidando cumplir con los requisitos de calidad y diseño.

Se trabajó según un envase enviado por la empresa Puente de comercio justo de Alemania, el cual debió ser usado como referencia en cuanto a calidad, tipo de material utilizado, tamaño y forma.

En el siguiente cuadro se explica en detalle la metodología, los problemas y las modificaciones, que se realizaron durante el proyecto.

CUADRO 1: METODOLOGÍA

Metodología	Problemas Metodológicos	Modificaciones
• Contratación de servicios de especialistas externos: - Diseñador Gráfico: Julián Maldonado Pino , empresa DISENIC. - Publicista: Patricio Aguilera Hasen. • Se realizaron reuniones periódicas entre Luxcamp y los especialistas, con la finalidad de transmitir el concepto de empresa que se deseaba proyectar en el envase, además de la orientación hacia el cliente alemán de comercio justo al cual va dirigido. • Los especialistas visitaron la empresa y conocieron el trabajo en terreno de las socias, interiorizándose de la historia de la empresa y los valores institucionales que se proyectan. • Se realizaron reuniones de entrega de informes y de	No se presentaron problemas metodológicos durante el diseño del nuevo envase.	No se realizaron modificaciones.

discusión de formatos y diseños. • Se realizó un Focus Group, en donde se expusieron los diversos formatos presentados, se sugirieron cambios y mejoras. • Se procedió a la primera entrega de las maquetas del envase, se realizaron mejoras. • Se procedió a la segunda y definitiva entrega de las maquetas del envase.		
---	--	--

5. Actividades ejecutadas y análisis de brecha (comparativo)

Identificar y describir las actividades realizadas (programadas y no programadas) durante la ejecución de la iniciativa. El cuadro 5.1 permite analizar la forma en que se han desarrollado las actividades programadas, debiendo señalar el nivel de cumplimiento de las mismas respecto al Plan de Trabajo inicial y, en el caso de existir diferencias, las razones que las causaron. El cuadro 5.2 permite informar de las actividades que no estaban programadas, debiéndose justificar su realización.

Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
Análisis de las características de diseño y gráfica deseadas por clientes alemanes para el nuevo envase según formato entregado por ellos.	Julio 2010	R	

Análisis de las características técnicas deseadas por clientes alemanes para el nuevo envase según formato entregado por ellos.	Agosto 2010	R	
Diseños de envases de muestra	Agosto 2010	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).

Cuadro 5.2. Actividades no programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad no programada		Justificación ¹
Descripción	Fecha	
No se realizaron actividades no programadas		

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.

Comparar los resultados esperados para la iniciativa en relación a los resultados efectivamente alcanzados. El Cuadro 6.1 permite describir los resultados esperados y alcanzados y, en el caso de existir diferencias, las razones que explican las discrepancias entre ambos.

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

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Nivel de avance (%)	Razones ¹
Análisis de las características de diseño y gráfica deseadas por clientes alemanes para el nuevo envase (según envase entregado por ellos)	Diseño de nuevo envase acorde con las características de diseño y gráfica solicitadas por el cliente (Informe escrito con las características de diseño del nuevo envase).	100%	
Análisis de las características	Nuevo envase que cumple con	100%	

técnicas deseadas por clientes alemanes para el nuevo envase (según envase entregado por ellos)	las solicitudes técnicas de protección y conservación del producto solicitadas por clientes alemanes. (Informe escrito con las características técnicas del nuevo envase)		
Diseños de envases de muestra	Diversos bosquejos de propuestas de envases. (Informe escrito con bocetos de envases)	100%	
Análisis de impacto en clientes potenciales del nuevo envase.	Cliente conforme con el nuevo formato de envase		

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).

7. Productos obtenidos

Los productos obtenidos durante el desarrollo del proyecto son:

- Informe escrito entregado por Diseñador y Publicista con las características de gráfica y diseño del envase enviado por cliente alemán. (Ver anexo 1)
- Informe escrito entregado por Diseñador y Publicista con las características técnicas del envase enviado por cliente alemán, con el cual se realizó el nuevo envase como referencia. (Ver anexo 2)
- Informe escrito entregado por Diseñador y Publicista con variadas alternativas de bosquejos de envases y conceptos involucrados. (Ver anexo 3)
- Maquetas de Nuevo envase (Ver anexo 4)

8. Problemas enfrentados

Indicar los problemas enfrentados durante el desarrollo de la iniciativa y las medidas tomadas para solucionarlos, de acuerdo al origen de los problemas: legales, técnicos, financieros, administrativos y de gestión, entre otros.

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

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación
Demora en el inicio de la etapa de Diseño.	Contratación a tiempo completo de los especialistas a cargo.	

9. Conclusiones y recomendaciones.

El proceso de diseño de un nuevo envase resultó muy beneficioso para la empresa, debido a la aprobación que presentó el cliente alemán solicitante, se le enviaron las maquetas y fotografías para que tuviera conocimiento del resultado, quedando éste conforme con el resultado.

Desarrollar este proyecto significa potenciar a las sociedades campesinas que la componen, además de un gran desafío para las trabajadoras de continuar elaborando un producto de alta calidad y que cumpla con los estándares internacionales.

Permite a la empresa estar en la vanguardia de formatos de envases en cuanto a los aspectos técnicos que éste presenta, ya que beneficia de gran manera la conservación de de olor y color de las hierbas deshidratadas.

A su vez, significa un importante avance para la empresa, ya que permite abrir las puertas a un exigente mercado que valora productos de calidad e inocuos y que además considera fundamental el origen de la empresa (al ser una sociedad campesina).

10. Anexos.

ANEXO 1

LUXcamp

INFORME I

Nuevo Envase / Mercado Alemán
Luxcamp

ANÁLISIS GRÁFICO

Análisis de las características de diseño y gráfica deseadas por clientes alemanes para el nuevo envase.

El público alemán con una historia gráfica extensa e inmerso en uno de los mercados más importantes del mundo busca conocer las características y cualidades de un producto de forma rápida y efectiva.

Desea una gráfica sobria pero atractiva, con pregnancia en su totalidad, una diagramación precisa y el uso de color y contraste, de fácil recordación, considerando la alta competencia existente en el mercado.

Se consideraron diversos factores al momento de desarrollar este proyecto gráfico, con la finalidad de proyectar la imagen de la empresa en su totalidad, sin descuidar aspectos tan relevantes para el mercado al cual se desea ingresar que es el "comercio justo" de Alemania. Los factores considerados son:

- Público específico al cual va dirigido el nuevo envase: Mercado de comercio Justo Alemán.
- Lugar de comercialización: Tiendas de Comercio Justo.
- Producto que contiene el nuevo envase: Hierbas Culinarias e Infusiones.
- Cualidades y características del nuevo envase: Envase de formato pequeño con hierba entera, solicitado por el cliente.
- Quienes participan de su cultivo, selección y producción: Pequeña sociedad campesina, formada mayoritariamente por mujeres del sector de San Rafael de Teno.
- Relación comercial voluntaria y justa entre productor y consumidor: Se busca proyectar valores existentes en la empresa que busca el comercio justo alemán, como son la dignidad y el respeto por los derechos humanos, producto de calidad y cuidando el medio ambiente.

Conceptos

Un producto natural y ecológico, producido en Chile.

Un producto cultivado, seleccionado y producido por personas, hombres y mujeres campesinos.

Un producto seleccionado, de calidad, respaldado por una Empresa con experiencia que conoce las cualidades de las hierbas, conocidas y utilizadas por diferentes culturas y desde hace cientos de años.

Cada uno de los elementos mencionados a continuación y que componen la gráfica fueron analizados y seleccionados para plasmar de mejor forma los conceptos que consideramos y damos a conocer en el nuevo envase, el que contiene un producto natural y ecológico finamente seleccionado por campesinos que conocen las cualidades del producto.

Tamaño y Forma

De acuerdo a las características del producto como a la cantidad a utilizar, se determino un tamaño para contener 20 gr. Aproximadamente. Un tamaño de fácil transporte, manejo y almacenaje.

En relación a la forma se optó por un envase clásico de hierbas, palmando en esta característica ser un producto finamente seleccionado y envasado a mano.

Un envase tradicional que contiene un producto con años de historia.

Gráfica

El nuevo envase cuenta con una gráfica de base con líneas verticales que parten de un punto único en la parte inferior del envase las que se expanden en la parte superior (esto semeja el sol elemento fundamental para el cultivo de un producto natural y ecológico).

Por sobre las líneas verticales se encuentra una base horizontal que cubre a un color la parte inferior del envase (esto semeja la tierra elemento que acoge al campesino y su cultivo).

Desde la parte superior del envase cae una franja (esto semeja un sello de calidad, elemento usado antiguamente para garantizar la calidad de un producto).

Por sobre la base horizontal (tierra) y la parte de la franja (sello) se encuentra la silueta en alto contraste de una mujer campesina recolectando hierbas. Este elemento es el más importante de la gráfica, muestra el contacto directo que existe entre el campesino y la tierra, ajeno de elementos que intervengan la relación de ambos.



Color

El color en el Diseño del nuevo envase es fundamental.

Existen 2 tipos de productos, Hierbas Culinarias y Hierbas para Infusión, cada uno de los cuales contará con un envase diferente en su color, utilizando positivo y negativo determinado por los colores corporativos (verde – amarillo).

Se determinó la elección de ambos colores por su alto contraste, elementos que permiten una eficiente visualización en diferentes lugares de exposición, distancia y circunstancias.

La utilización de los colores corporativos generan un respaldo de la marca (empresa) hacia el producto y genera a su vez un posicionamiento de esta en el mercado.

Textos y Tipografías

Los textos a incluir dentro del envase fueron determinados por el tamaño y forma de éste. Se manejo una redacción precisa y concisa y en ambos idiomas, Español (idioma de origen) y Alemán (idioma de destino).

El nombre del producto envasado se diagramó en el punto de mayor visualización, en forma horizontal sobre la franja (sello), donde no interviene ninguno de los demás elementos que componen la grafica permitiendo así una lectura fácil y directa.

La tipografía es muy importante, para el nuevo envase utilizamos un tipo condensado con un leve serif, simulando una impresión tipográfica. Una tipografía clásica y legible.

Los textos de apoyo cuentan con una tipografía neutra de fácil lectura, consideramos diagramación vertical y horizontal de acuerdo al lugar donde van insertas.

Análisis Visual / Envase Culinarias



Pantone: 342 C

Pantone: 3308 C

Pantone: 116 C

ANÁLISIS GRAFICO

Análisis Visual / Envase Infusión



Pantone: 342 C Pantone: 3308 C Pantone: 116 C

LUXcamp

ANALISIS GRAFICO

ANEXO 2

LUXcamp

INFORME II

Nuevo Envase / Mercado Alemán
Luxcamp

ANALISIS TECNICO

Análisis de las características técnicas deseadas por los clientes alemanes para el nuevo envase.

La alta competencia del mercado alemán, permite que el público pueda elegir no sólo por la calidad del producto o por su atractivo gráfico, si no también por las características técnicas de su envase.

El público alemán desea un envase coherente con la cantidad que necesita el consumidor, que contenga lo necesario. De fácil manipulación y transporte.

Un envase desarrollado con materiales de alta calidad, que conserve las cualidades del producto intactas y que permitan el mantenimiento óptimo del producto ante diferentes circunstancias como ataques microbianos, compresión, temperatura, entre otros.

De acuerdo con esto consideramos desarrollar un envase con las siguientes características:

1.- Papel Encerado

Sus propiedades son:

- Esta capa se encuentra en contacto íntimo con el producto.
- Protección de barrera: es una excelente barrera ante el oxígeno, vapor de agua, polvillo, entre otros. Otorgándole impermeabilidad en el interior, protegiendo al producto del ataque y/o desarrollo microbiano de larga duración.
- Impermeabilidad a grasas y aceites

2.- Película Metalizada

Sus propiedades son:

- Protección de barrera: es una excelente barrera ante el oxígeno, vapor de agua, polvillo, entre otros. Otorgándole impermeabilidad en el interior, protegiendo al producto del ataque y/o desarrollo microbiano de larga duración.
- Alta resistencia a la deformidad interior, lo cual ayuda a la estabilidad física (forma) del producto.
- Buena barrera para el aroma, es importante resguardar los aromas característicos del producto y la impermeabilidad de aromas indeseables.
- Estabilidad y seguridad en el tiempo, dado por sus características intrínsecas.

3.- Película de Papel

Sus propiedades son:

- Otorga resistencia y estabilidad física (rigidez moderada y deformidad mínima) al espesor del envase.
- Fácil manejo en la estiba (almacenamiento) y manipulación del producto.

4.- Película Celofán

Sus propiedades son:

- Permeable al vapor de agua e impermeable a la grasas y aceites.
- Capacidad de soldadura por calor.
- Estable dimensionalmente, manteniéndose en pliegues y dobleces.

Todas estas capas en conjunto otorgan al producto.

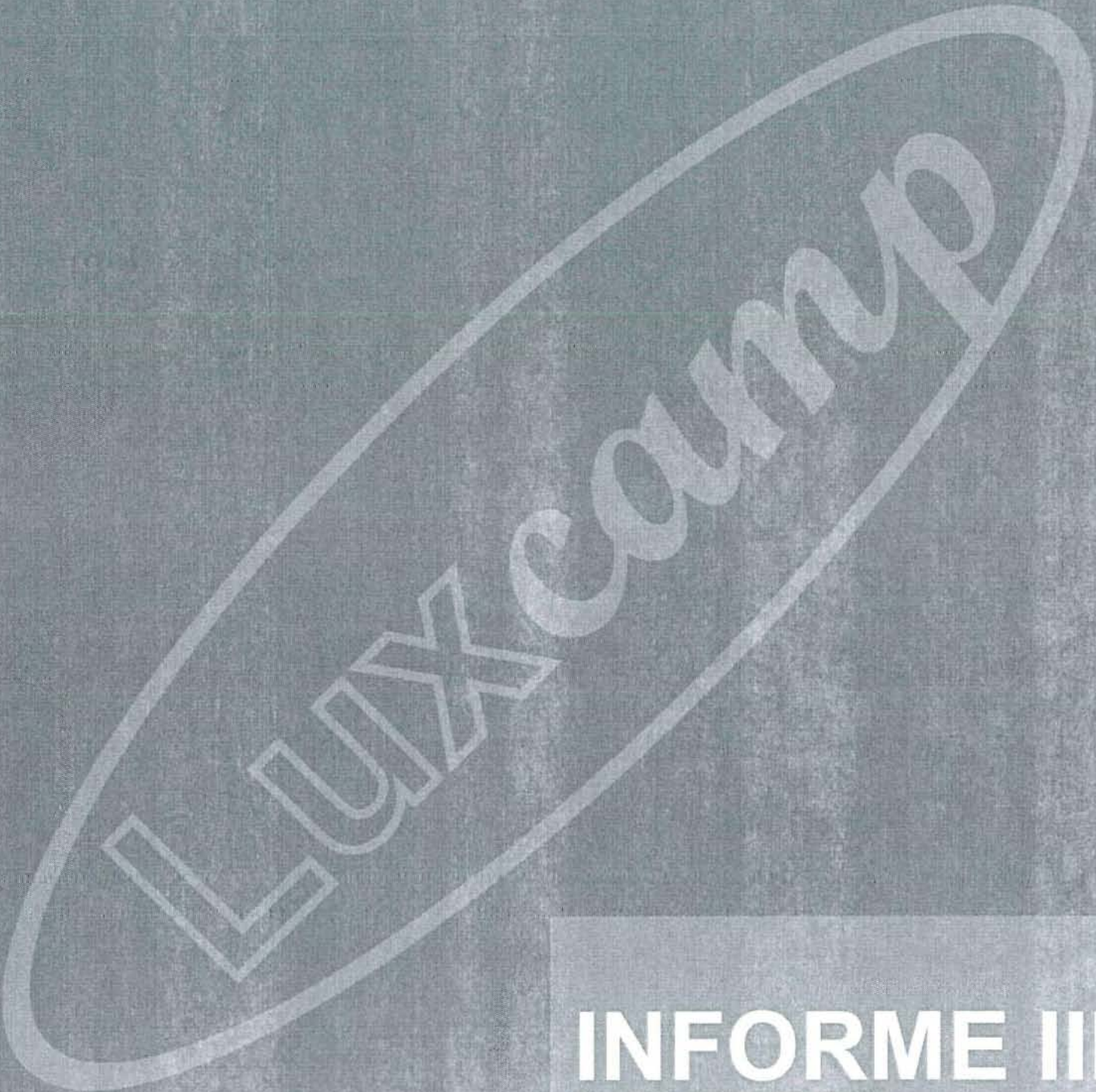
- Protección física: El contenido del envase necesita estar protegido entre otras cosas de los golpes, las vibraciones, la compresión, la temperatura.
- Barrera y adherencia excelente termo soldable.
- Excelente presentación.
- Fácil manejo en la estiba y por parte del consumidor.

Un envase con materiales de alta calidad que proyectan un producto de estas características, noble, natural y finamente seleccionado que permite conservar intacta las características de éste. De fácil manipulación y transporte.

LUX camp

ANALISIS TECNICO

ANEXO 3



LUX camp

INFORME III

Nuevo Envase / Mercado Alemán
Luxcamp

ENVASES DE MUESTRA

Diseño envases de muestras.

En el desarrollo de una pieza gráfica es fundamental seguir la metodología para ésta.

Después de la etapa de recopilación de antecedentes y la elección de los conceptos básicos a comunicar, determinamos las líneas graficas a seguir.

Propuesta 1

- Diseño de una base de envase con colores en alto contraste (colores corporativos).
- Elección de una tipografía clásica con Serif (tipografía tipo grabado que plasma el concepto tradicional)
- Utilización de elementos relacionados con el producto a contener (hojas de hierbas).

Propuesta 2

- Diseño de una base de envase con colores en alto contraste (colores corporativos).
- Elección de una tipografía clásica con Serif (tipografía tipo grabado que plasma el concepto tradicional)
- Utilización de elementos relacionados con el producto a contener y con el lugar de origen del producto (hojas de hierbas y Cordillera de los Andes – Chile).

Propuesta 3

- Diseño de una base de envase con colores en alto contraste (colores corporativos).
- Elección de una tipografía clásica con Serif (tipografía sólida que plasma el concepto de tradición)
- Utilización de elementos relacionados con el concepto que estimamos es el más importante "Un producto cultivado, seleccionado y producido por personas, hombres y mujeres campesinos" (silueta de una mujer campesina recolectando hierbas).

Luego de un Focus Group, donde analizamos las propuestas preliminares en gráfica, color y tipografías, donde se consulto a personas vinculadas directamente con el tema, se determinó eliminar, cambiar e incorporar al envase lo siguiente:

Gráfica:

- Se determinó conservar la gráfica base Líneas Verticales. (ésto semeja el sol elemento fundamental para el cultivo de un producto natural y ecológico).
- Se determinó conservar la franja (esto semeja un sello de calidad, elemento usado antiguamente para garantizar la calidad de un producto).
- Se determinó incorporar la silueta en alto contraste de una mujer campesina recolectando hierbas. Éste se consideró como el mejor elemento representativo del primer concepto elegido y el más importante.
- Se determinó cambiar la diagramación de la imagen de marca de la empresa, (de la parte superior del envase a la inferior de éste) dándole como primera lectura al nombre del producto.

Color:

- Se determinó conservar los colores presentados siendo éstos los representativos de la imagen corporativa de la empresa. Utilizando éstos contrastados e invertidos en los dos tipos del producto, Hierbas Culinarias y Hierbas Infusión.

Tipografía:

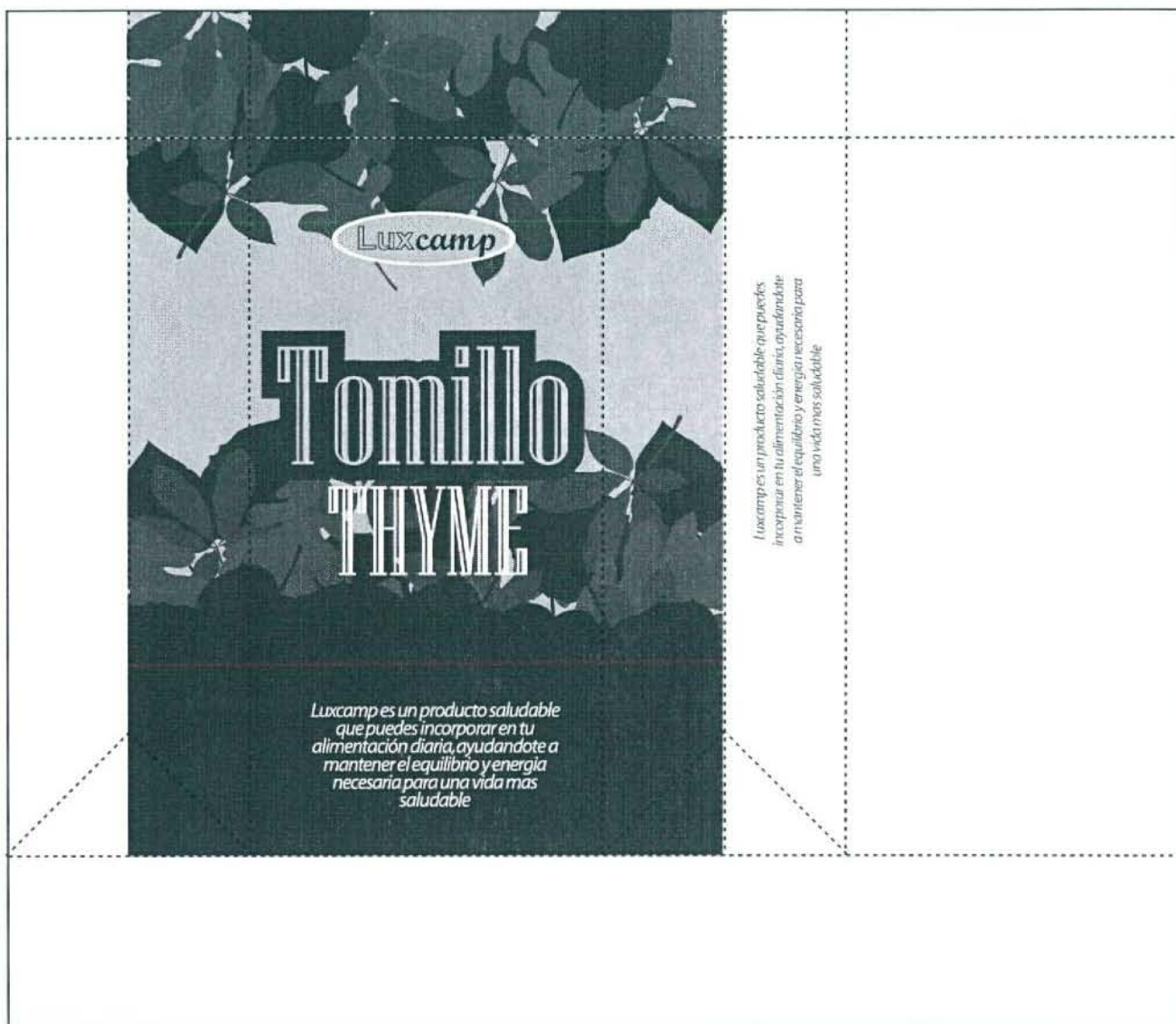
- Se determinó utilizar la tipografía de las propuestas 3 y 4 considerando ésta como, clásica, sólida y de buena legibilidad, desechando la de las propuestas 1 y 2 por considerar que es poco legible al ser un tipo calado.
- Se determinó cambiar el color del tipo del nombre del producto, (de verde a blanco) considerando su mayor contraste y por ende mayor legibilidad.

General:

- Se consideró la utilización de la bandera de Chile como un elemento importante, diagramando ésta en un lugar de óptima visualización como sobre el nombre del producto.

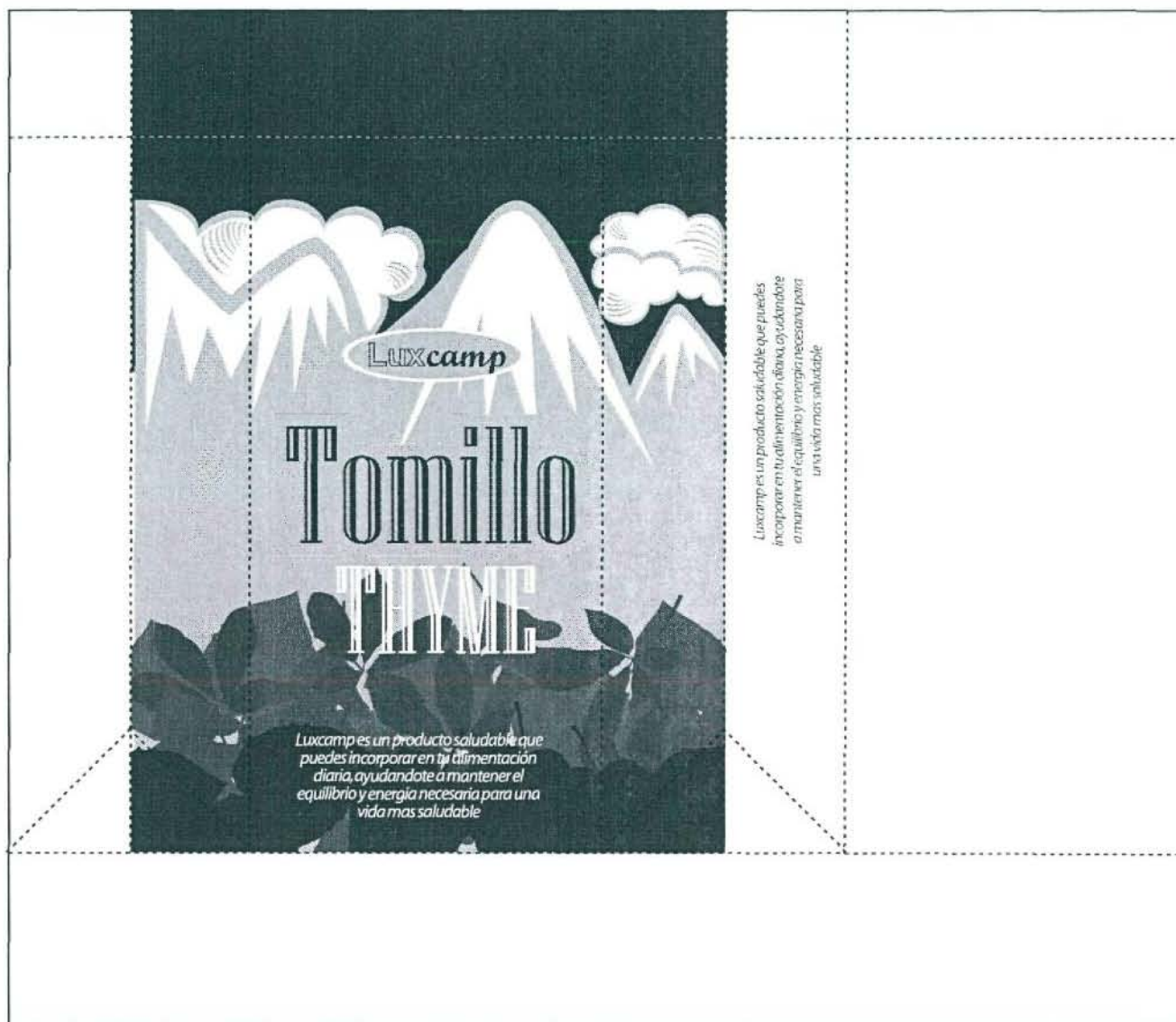
Propuesta 1

Diseño envases de muestras.



Propuesta 2

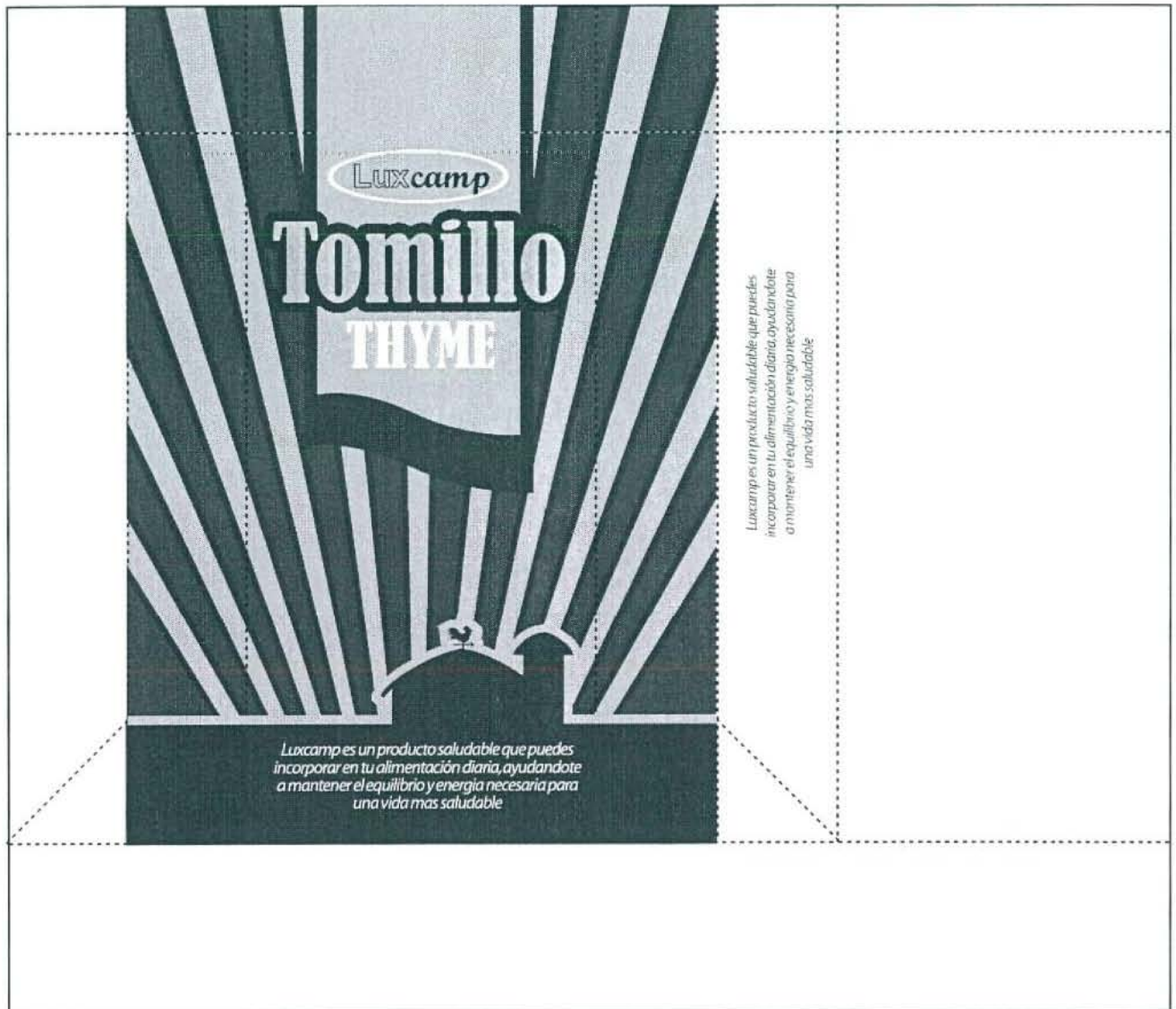
Diseño envases de muestras.



ENVASES DE MUESTRA

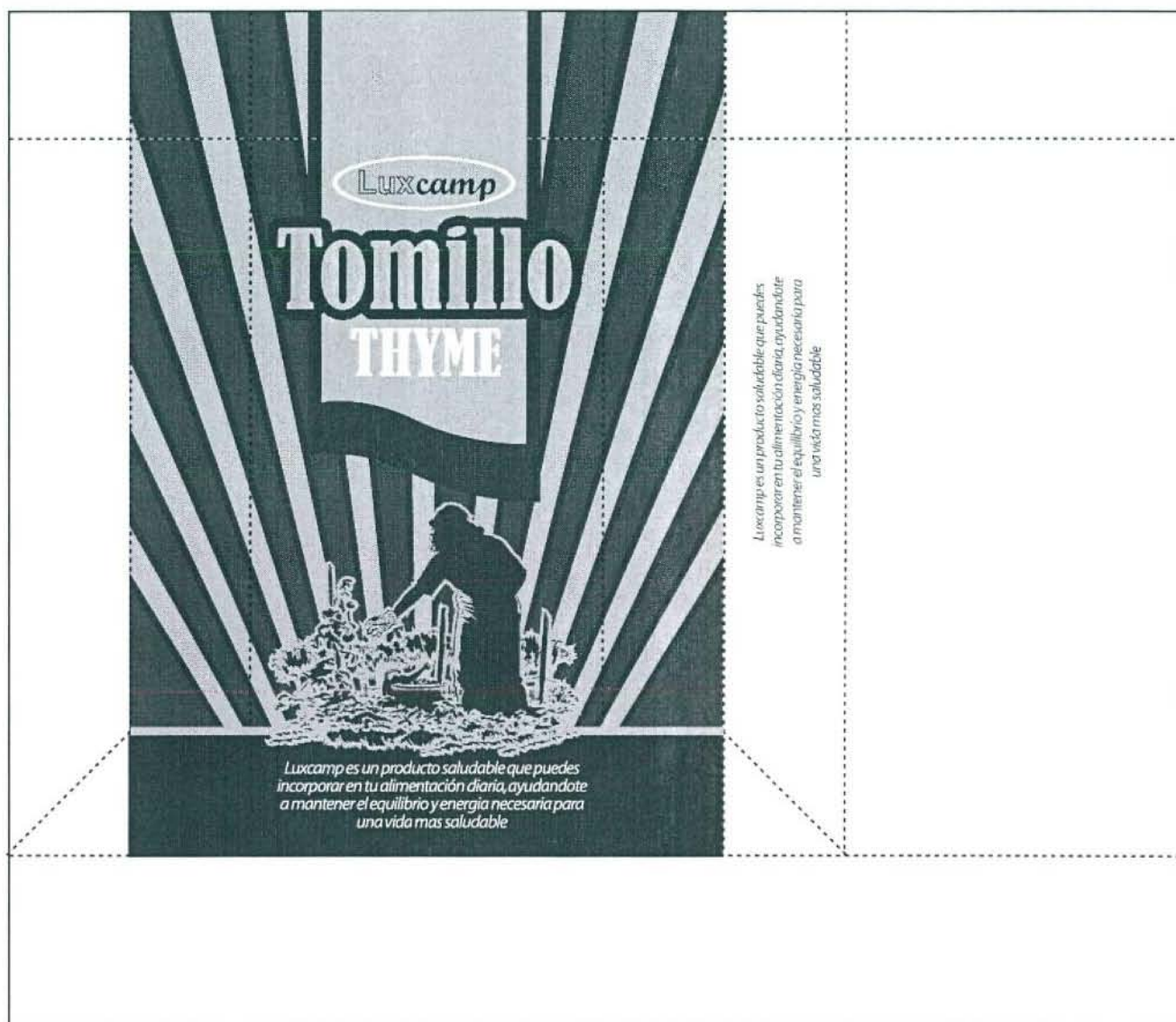
Propuesta 3

Diseño envases de muestras.



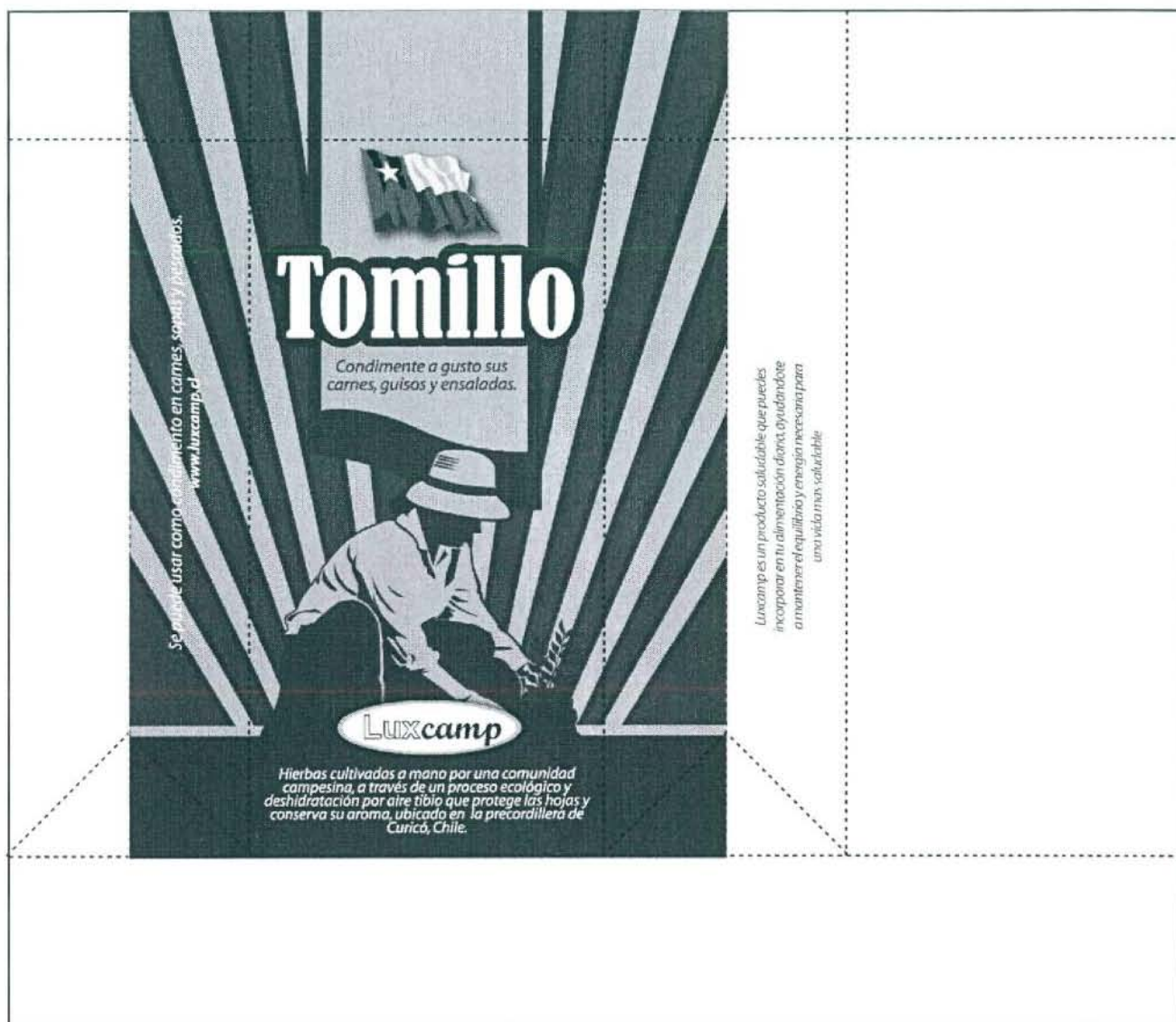
Propuesta 4

Diseño envases de muestras.



Propuesta definitiva

Diseño envases de muestras.



ENVASES DE MUESTRA

LUXcamp

ENVASES DE MUESTRA

ANEXO 4

LUX camp

ENVASES

Nuevo Envase / Mercado Alemán
Luxcamp

ENVASES

Envase Tomillo

Hierbas Culinarias

1.9

1.9

5.5

1.9

1.9

5.5

PAPEL CE OFAN

PAPEL A LUMINIO

Als Gewürz verwendet in Fleischgerichten, Suppen, Fischgerichten
www.luxcamp.cl

Se puede usar como condimento en carnes, sopas y ensaladas
www.luxcamp.cl



Tomillo

Thymus vulgaris

Condimento a gusto sus carnes, guisos y ensaladas.



Las hierbas cultivadas a mano por una comunidad campesina, a través de un proceso ecológico y deshidratación por aire tibio que protege las hojas y conserva su aroma, ubicado en la precordillera de Curico, Chile.

S.S. A. Nibionti & C. Ltda. del 16/03/2000
 Fermentación y deshidratación por
 Fermentación y deshidratación por
 Alder & C. S.A. del 16/03/2000
 Fermentación y deshidratación por
 Alder & C. S.A. del 16/03/2000
 Fermentación y deshidratación por
 Alder & C. S.A. del 16/03/2000

Als Gewürz verwendet in Fleischgerichten, Suppen, Fischgerichten
www.luxcamp.cl

Se puede usar como condimento en carnes, sopas y ensaladas
www.luxcamp.cl



Thymian

Thymus vulgaris

Würzen Sie Ihren Geschmack nach Ihre Fleischgerichte, Braten, Salat und genießen Sie das Resultat.



Die Kräuter werden in einer Landarbeitergemeinschaft von Hand geerntet und durch Luft getrocknet, um ein ökologisches Verfahren mit hochwertiger Luft dehydriert, um so ihre Blätter zu schützen und ihren Duft zu behalten. Das Unternehmen befindet sich in den Voranden von Curico, Chile.

S.S. A. Nibionti & C. Ltda. del 16/03/2000
 Fermentación y deshidratación por
 Fermentación y deshidratación por
 Alder & C. S.A. del 16/03/2000
 Fermentación y deshidratación por
 Alder & C. S.A. del 16/03/2000
 Fermentación y deshidratación por
 Alder & C. S.A. del 16/03/2000

55



55

Die Kräuter werden in einer Landarbeitergemeinschaft von Hand gepflückt und geerntet; sie werden mittels eines ökologischen Verfahrens mit lauwarmen Luft dehydriert, um so ihre Blätter zu schützen und ihren Duft zu behalten. Das Unternehmen befindet sich in den Vor-Anden von Lirio, Chile.

Envase Albahaca

Hierbas Culinarias

1.9

1.9

5.5

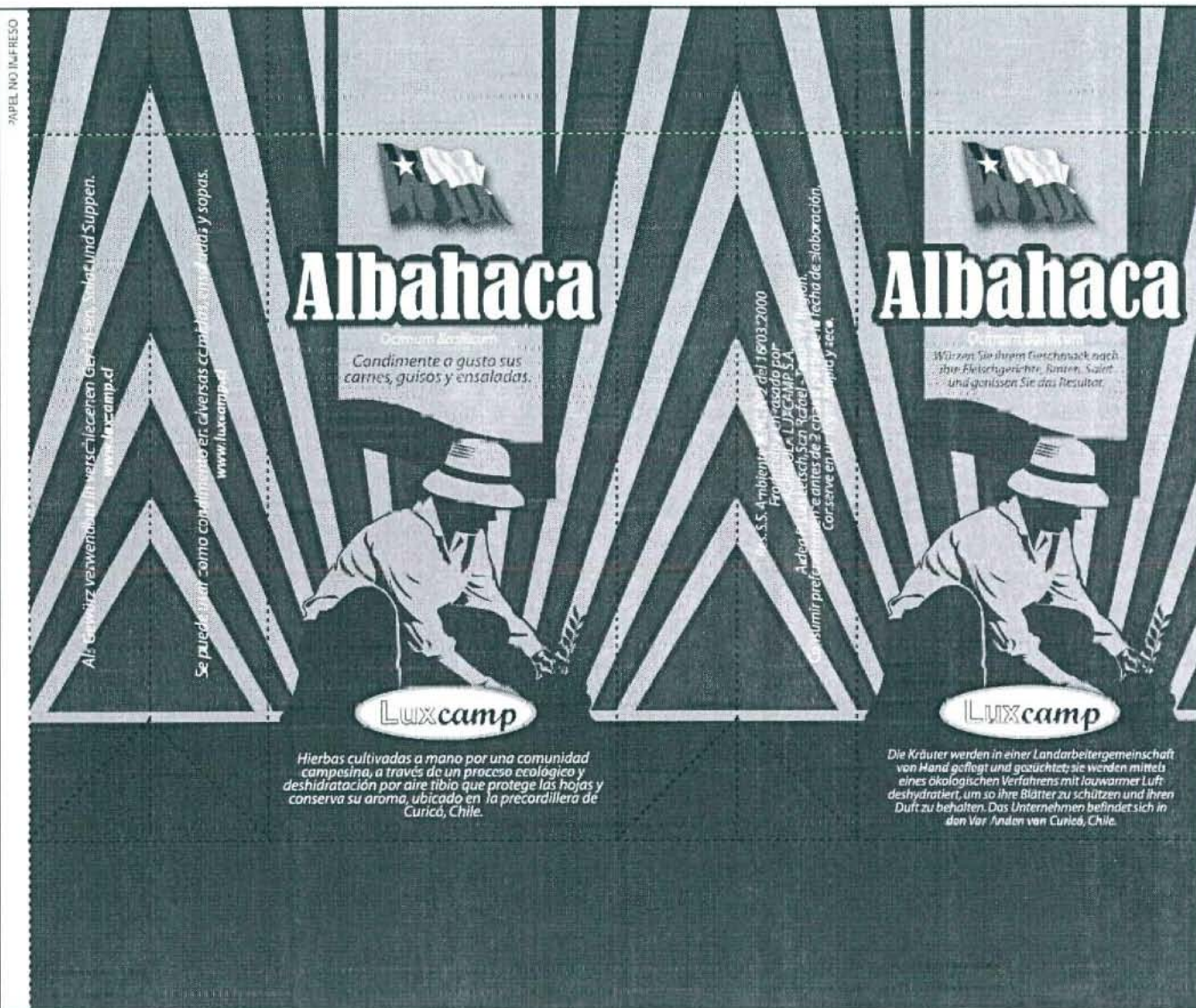
1.9

1.9

5.5

PAPEL CELOFAN

PAPEL ALUMINIO



ENVASES

Hierbas Culinarias

3.5

PAPEL NO IMPRESO

www.tuxcomp.nl

www.luxcamp.com



© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 111–118

Condimento a gusto sus
carnes, guisos y ensaladas.



Luxcamp

Hierbas cultivadas a mano por una comunidad campesina, a través de un proceso evolutivo y deshidratación por aire tibio que protege las hojas y conserva su aroma, ubicado en la precordillera de Curico, Chile.

Fes, S.S. Ambiente TEND 10-2 del 16/03/2020

Produtos e serviços disponíveis por:
CENTRO ATIXCAME SA

deutsche Leisch, San Rafael - 1990, VII, 200 S.,

ante antes de 2 años y 10 meses. Se conserva en un frasco de vidrio y seco.

100

1

Ward
One
at

ren:
Flu
and g

Sie ist
perfekt
entzickelt

W

Sie d

Das R

...no
...ten
...enda

Week
Sale
at.

ch

1

6

1

Petersilie

Abstract

Würzen Sie ihrem Geschmack noch
ihre Fließlichterhichte. Richten Sie
und genießen Sie das Resultat.



Luxcamp

Die Kräuter werden in einer Landarbeitergemeinschaft von Hand geerntet und gezeichnet, sie werden mittels eines ökologischen Verfahrens mit lauwarmen Luft dehydriert, um so ihre Blätter zu schützen und ihren Duft zu behalten. Das Unternehmen befindet sich in den Voranden von Antofagasta, Chile.

ENVASES

Envase Estragón

Hierbas Culinarias

1.9

1.9

5.5

1.9

1.9

5.5

PAPEL CELOFAN

PAPEL ALUMINIO

PAPEL NO BIFECES

Als Gewürz verwenden Sie in Fleischgerichten, Fischgerichtchen, Seetee und "Hühner".
www.luxcamp.cl

Se puede usar como condimento en carnes, pescados, mariscos y pollo.
www.luxcamp.cl

Estragón

Atención! Desechable
Condimento a gusto sus
carnes, guisos y ensaladas.



Luxcamp

Hierbas Cultivadas a mano por una comunidad
campesina, a través de un proceso ecológico y
deshidratación por aire tibio que protege las hojas y
conserva su aroma, ubicado en la precordillera de
Curicó, Chile.

Reg. S. = Ambiente 11/09/2000 del 16/03/2000
Protección otorgada por:
LUXCAMP S.A.

Alimento preferido de los animales antes de la fecha de elaboración.
Estragón en su estado natural, seco y seco.

Estragón

Atención! Desechable
Würzen Sie ihrem Geschmack nach
ihre Fleischgerichte, Braten, Salat
und gedünstet Sie das Resultat.



Luxcamp

Die Kräuter werden in einer Landwirtengemeinschaft
von Hand geerntet und geerntet, sie werden mittels
eines ökologischen Verfahrens mit lauwarmen Luft
deshydratiert, um so ihre Blätter zu schützen und ihren
Duft zu behalten. Das Unternehmen befindet sich in
den Vor-Anden von Curico, Chile.

ENVASES

Envase Menta

Hierbas Infusión

1.9

1.9

5.5

1.9

1.9

5.5

PAPEL CEROFIN

PAPEL #LUMINIO

PAPEL NO IMPR-IO

Ser aromatisantes y herbales. Kraut, als Tee oder Verwendung.

Hierba muy aromática y refrescante para ser usada como infusión.

Menta

Mentha x Piperita
Agregue agua hervida sobre la hierba y deje reposar.



Luxcamp

Hierbas cultivadas a mano por una comunidad campesina, a través de un proceso ecológico y deshidratación por aire tibio que protege las hojas y conserva su aroma, ubicado en la precordillera de Curico, Chile.

Reg. S. Ambiente N° 16.037.800
Producido y empaquetado por
AGRICOLA LUXCAMP S.A.

Aldar P. Luis Leizaola, San Rafael, Chile - VII Región
Consumir preferentemente antes de 3 años a partir de la fecha de elaboración.
Conservar en lugar limpio y seco.

Pfefferminze

Fügen Sie Wasser gekocht auf ihren Blutgeschwür und Nierengeschmack hinzu, um sich auszuruhen.



Luxcamp

Die Kräuter werden in einer Landarbeitergemeinschaft von Hand geteilt und gezüchtet; sie werden mittels eines ökologischen Verfahrens mit lauwarmen Luft dehydriert, um so ihre Blätter zu schützen und ihren Duft zu behalten. Das Unternehmen befindet sich in den Vor-Anden von Curico, Chile.

ENVASES

Envase Salvia

Hierbas Infusión

1.9

1.9

5.5

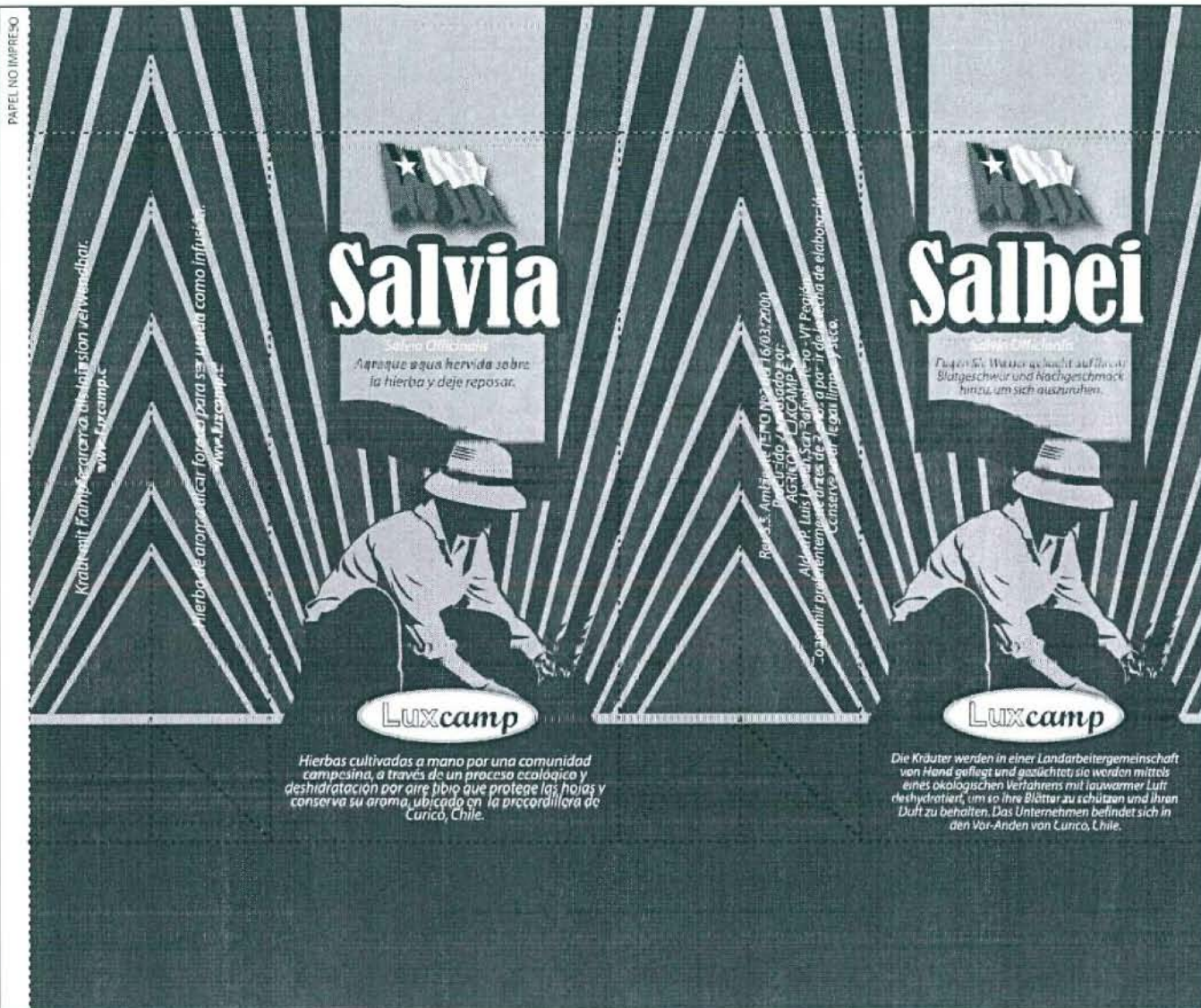
1.9

1.9

5.5

PAPEL CE OF 4N

PAPEL ALUMINIO



Envase Melisa

Hierbas Infusión

1.9

1.9

5.5

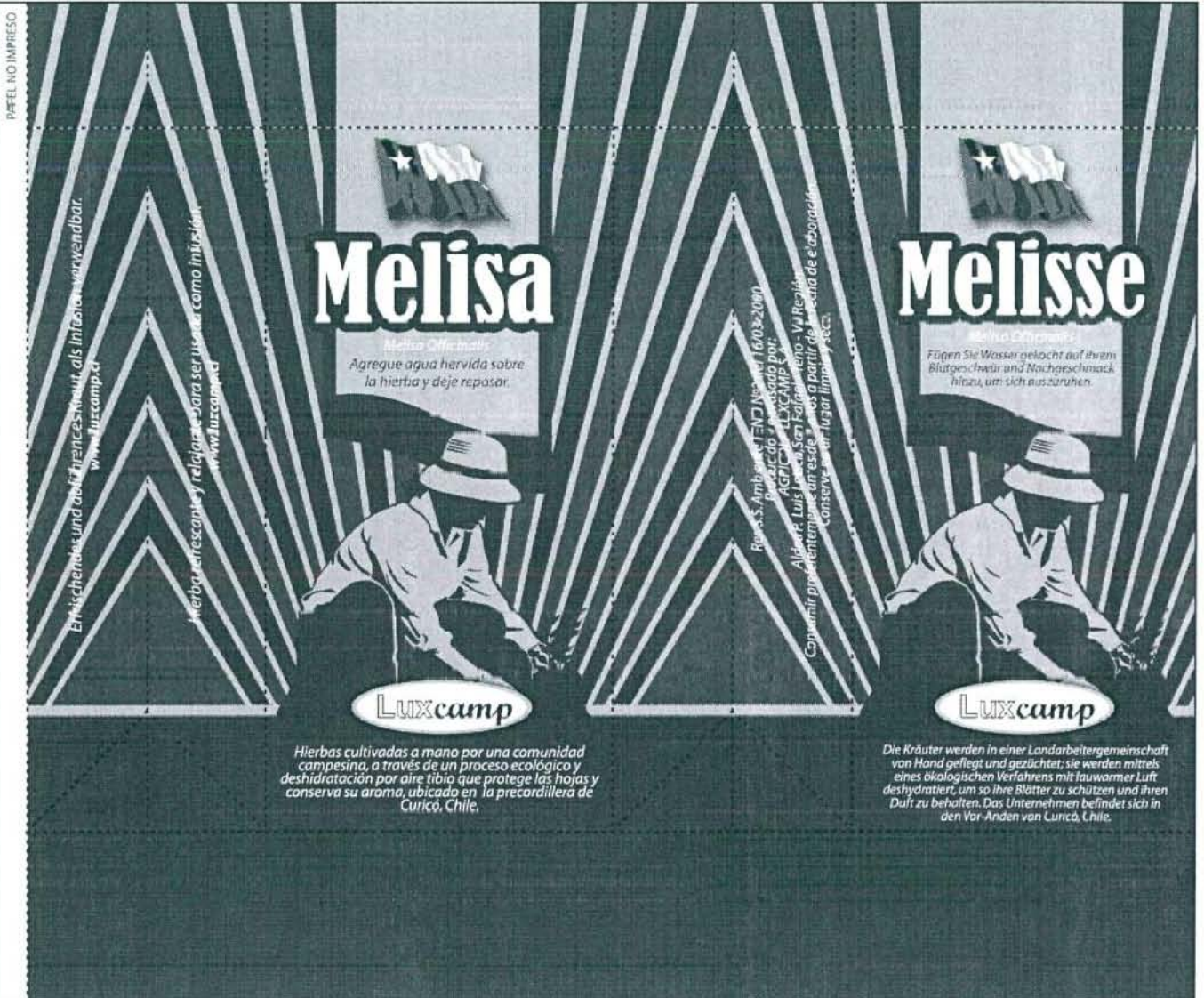
1.9

1.9

5.5

PAPEL CE_OFEAN

PAPEL ALUMINIO



Envase Manzanilla

Hierbas Infusión

1.9

1.9

5.5

1.9

1.9

5.5

PAPEL ATELAFAN

PAPEL A LUVIND

PAPEL NO IMPRESO

Bitares aromatisantes. Kraut mit beruhigender Wirkung ist Infusion verwendbar.
www.luxcamp.cl

Hierba amarga, aromática y sedante que relaja para ser usada como infusión.
www.luxcamp.cl

Manzanilla

Matricaria Chamomilla

Agregue agua hervida sobre la hierba y deje reposar.

Rut. S.S. Ambrosio TENO N° 3 del 1603/2000
Dedicado y autorizado por
AGRICULTORES LUX CAMP S.A.
Aldemar Luis Lora San Rafael, Reino - VI Región
Consumir preferentemente antes de 3 años a partir de la fecha de elaboración.
Conserve en un lugar limpio y seco.

Luxcamp

Hierbas cultivadas a mano por una comunidad campesina, a través de un proceso ecológico y deshidratación por aire tibio que protege las hojas y conserva su aroma, ubicado en la precordillera de Curicó, Chile.

PAPEL NO IMPRESO

Bitares aromatisantes. Kraut mit beruhigender Wirkung ist Infusion verwendbar.
www.luxcamp.cl

Hierba amarga, aromática y sedante que relaja para ser usada como infusión.
www.luxcamp.cl

Kamille

Matricaria Chamomilla

Fügen Sie Wasser gekocht auf ihrem Blutgeschwür und Kachgeschmack hinzu, um sich anzunehmen.

Rut. S.S. Ambrosio TENO N° 3 del 1603/2000
Dedicado y autorizado por
AGRICULTORES LUX CAMP S.A.
Aldemar Luis Lora San Rafael, Reino - VI Región
Consumir preferentemente antes de 3 años a partir de la fecha de elaboración.
Conserve en un lugar limpio y seco.

Luxcamp

Die Kräuter werden in einer Landarbeitergemeinschaft von Hand geerntet und geerntet; sie werden mittels eines ökologischen Verfahrens mit lauwarmen Luft deshydratiert, um so ihre Blätter zu schützen und ihren Duft zu behalten. Das Unternehmen befindet sich in den Vor-Anden von Curicó, Chile.

ENVASES

Envase Boldo

Hierbas Infusión

1.9

1.9

5.5

1.9

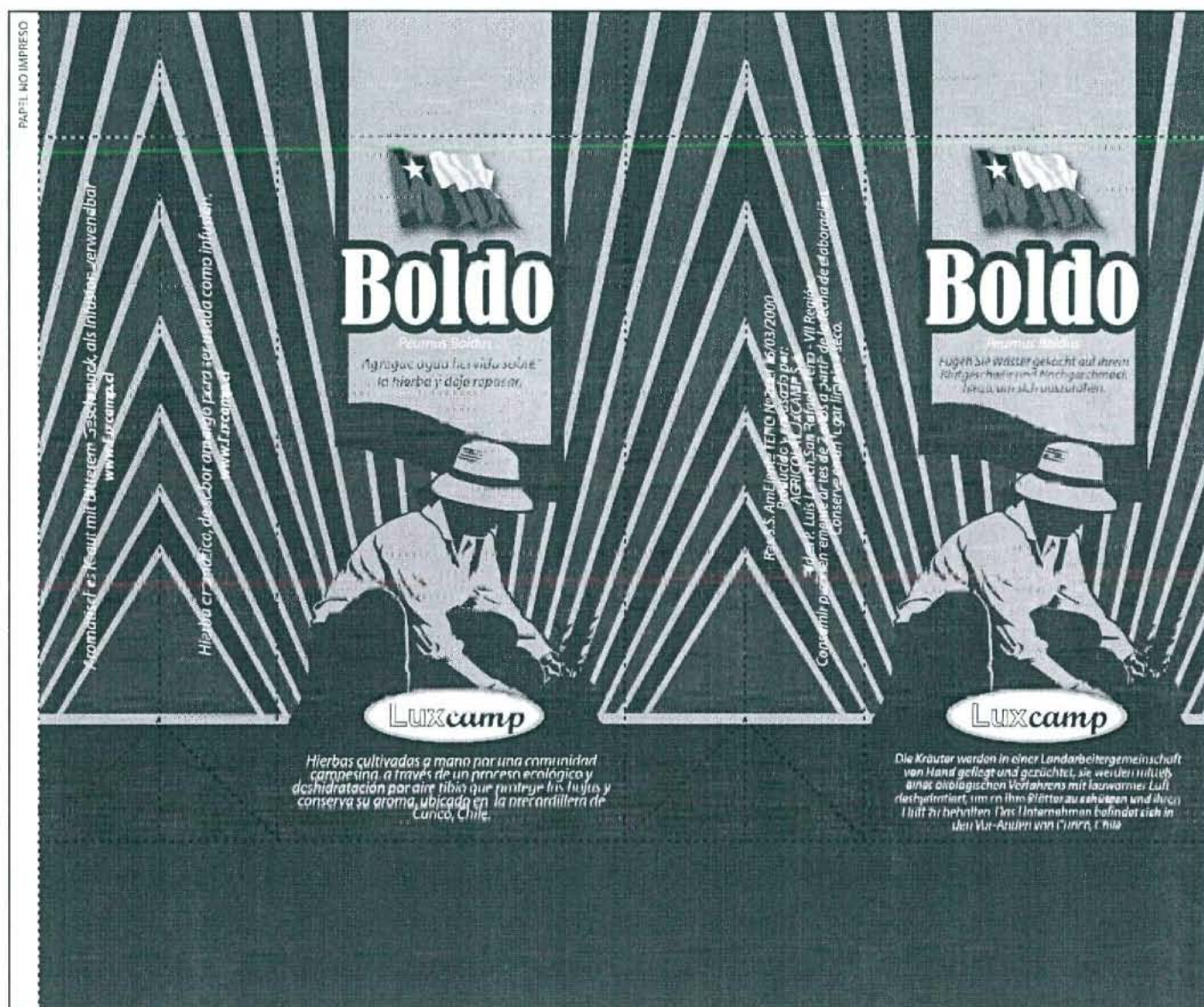
1.9

5.5

PAPEL CELOFAN

PAPEL ALUMINIO

PAPEL NO IMPRESO



ENVASES

Envase Cedrón

Hierbas Infusión

1.9

1.9

5.5

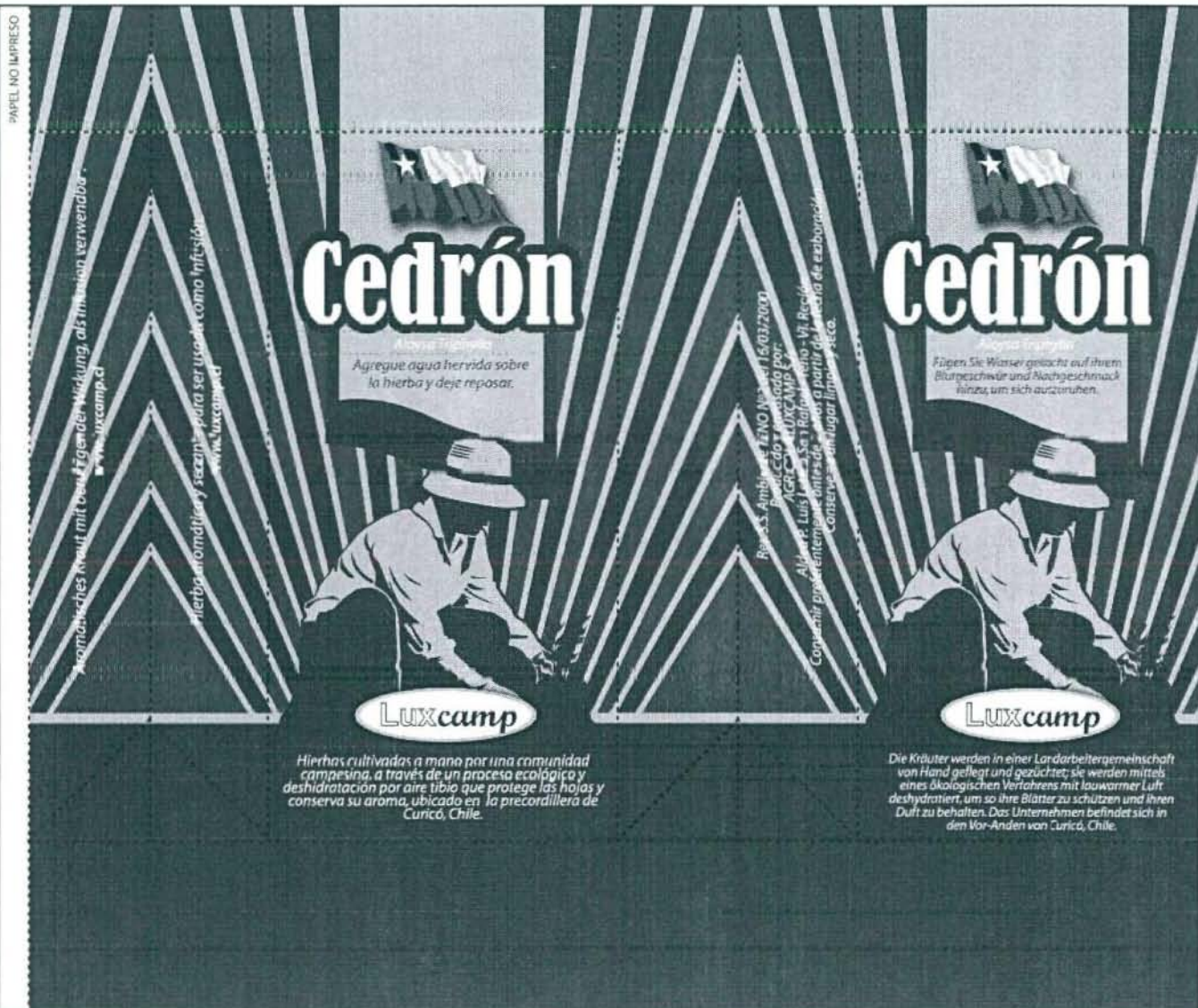
1.9

1.9

5.5

PAPEL CELOFAN

PAPEL ALUMINIO



ENVASES

LUX camp

ENVASES