



IMA 2009 INFORME TECNICO FINAL (Sondeo y Diseño)

Código iniciativa	Nombre iniciativa
IMA-2009-0383	Galletitas Gourmet del campo de Chile

Fecha: 31 de Marzo 2010

OFICINA DE PARTES 2 FIA RECEPCIONADO	
Fecha	31 MAR 2010
Hora	10:40
Nº Ingreso	11804

1. Antecedentes Generales

- Código iniciativa : IMA-2009-0383
- Nombre instrumento : IMA, Innovación en Marketing Agroalimentario
- Región o regiones de ejecución : Región Metropolitana
- Agente ejecutor: Alimentos S.I. Ltda
- Coordinador iniciativa: María Teresa Comparini Olavarría
- Costo total :
- Aporte de FIA :
- Período de ejecución :

2. Resumen ejecutivo de la iniciativa (máximo 1 página).

El objetivo general de nuestro proyecto es la creación del diseño, marca e imagen de una nueva línea de galletitas gourmet-étnicas (Terra Kunza ®) donde se resalte que contienen alimentos originarios de Chile, artesanales y 100% naturales.

Se logró algo muy importante en la creación de una nueva marca, es la protección de marca TERRA KUNZA® en INAPI, Instituto Nacional de Propiedad Intelectual, con lo que se protege la marca, lo que se concretó el 24 de Febrero de este año, teniéndose el Registro N° 877306 . Este ítem es muy importante al crear una marca nueva, ya que es la forma más adecuada de introducirla al mercado, con protección a los productos nuevos. (Anexo 1)

Simultáneamente se trabajó en el diseño de imagen de 6 sabores de galletitas, las que previo desarrollo y prueba productiva en máquina galletera rotativa se definieron los siguiente sabores:

Dulces :

- Galletitas de quinoa con canela
- Galletitas de rosa mosqueta
- Galletitas de maqui

Saladas:

- Galletitas de quinoa y orégano
- Galletitas de merquén
- Galletitas integrales de oliva

El llegar a los sabores-productos definitivos era clave para el avance del diseño que contempló este proyecto, por lo que todos los esfuerzos en su puesta a punto desde el punto de vista productivo, fue adecuado. Hubo que hacer una serie de experiencias hasta que se identificaron fórmulas y condiciones de proceso estandarizado.

Con estos productos definidos se trabajó en una gama de diseños posibles que identificaran la nueva línea de productos, para lo que se realizaron permanentemente reuniones con agencia para llegar a la mejor opción, adaptar el diseño original a las necesidades del producto que contendrá, hacer pruebas en máquina de envasado, prueba de materiales plásticos (film) que debe ser utilizado para lograr la vida útil adecuada para este tipo de alimentos y que fuera acorde con un producto amigable con el medio ambiente. Todo este trabajo se realizó en estos meses con algunos problemas como ha sido la geometría de las galletitas dulces versus las saladas, tratándose de estandarizar el envase pese a que las galletitas con de diferente tamaño y peso (Anexo 2)

En conjunto se trabajó con la imagen y 3 de los productos se sometieron a análisis químico (de laboratorio) donde el resultado corrobora la tabla de Información Nutricional que va en el etiquetado exigido por el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

Contar con el respaldo de un análisis químico que corrobore lo que se imprime en el envase es muy importante sobretodo cuando se planifica ir a mercados externos. (Anexo 3)

Durante el tiempo que duró este proyecto se contactó con posibles e interesados importadores de tiendas gourmet en Estados Unidos (Tree of Life, importador y distribuidor de Whole Foods Market y otros supermercados de dicho país), los que nos solicitaron que los envases tuviera también información en inglés, lo que implicó realizar los cálculos de aporte nutricional y las tablas nutricional para cada tipo de galletas. (Se ve en cada caja de galletas)

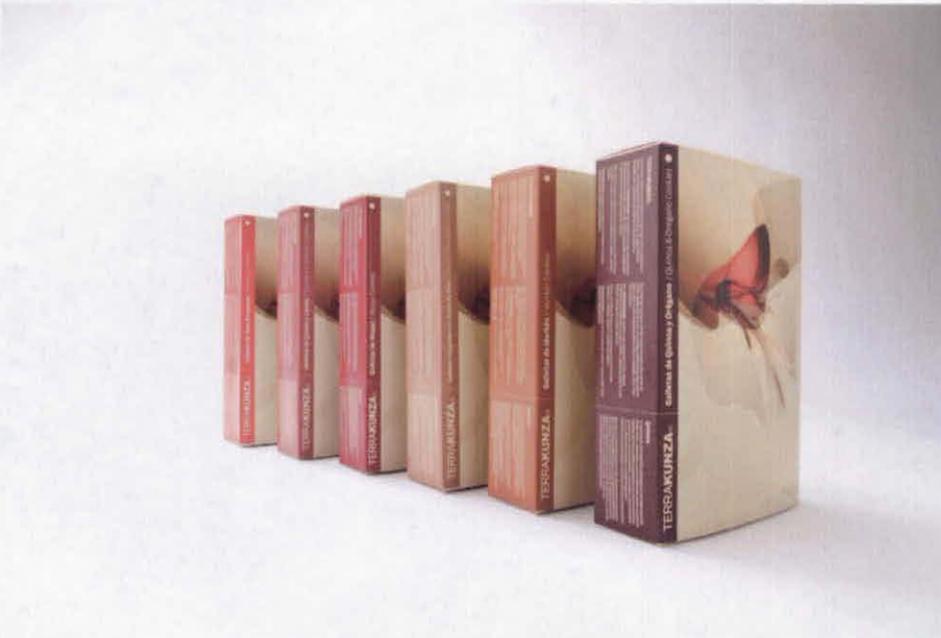
En cuanto a una actividad en el Diseño de Empaque de Promoción , mostrario, se solicitó a la agencia hacer un cambio ya que es Costa Rica nos solicitaron que las galletitas fueran en un empaque tipo doypack, por lo que se reemplazó este mostrario por el diseño de estos 6 empaques no contemplados en el proyecto original. (Anexo 5-Foto envases DoyPack, maquetas)

Durante el mes de Septiembre 2009 se nos invitó a participar de una actividad de ProChile : “Semanas Gastronómicas en Costa Rica” para lo cual se enviaron muestras de los productos (DHL) y debió desaduanarse en San José, ambos gastos fueron cargados a este proyecto dentro del ítem “envío de muestras”. En este viaje de prospección, se llevaron muestras de productos TERRA KUNZA en un formato de maquetas, se tuvo reuniones con dos importantes importadores y distribuidores Constenla y Distr.Panal además de participar de una serie de reuniones grupales con empresarios de nuestra 8va Región. (Anexo 4)

Se ha debido realizar dos cambio de actividades una es que no se necesita aún: la Certificación del FDA por lo que esos se traspasan a realizar fotos, las que son muy necesarias en el diseño de la web, las fichas técnicas,etc. Anexo 6 . CV fotógrafo) Y la segunda que son los fondos destinados a “envío de muestras” que ya no se realizarán más y por otra parte se necesitan mas fondos en impresión de muestras de envases ya que se solicitó un nuevo tipo de envase que no estaba contemplado en el proyecto inicial, a raíz de una prospección fuera del país, vale decir, es una solicitud del mercado.

3. Objetivos de la iniciativa.

El objetivo general que nos planteamos fue cumplido en su totalidad: la creación del diseño, marca e imagen necesaria para realizar la penetración al mercado nacional e internacional de una nueva línea de galletitas gourmet-étnicas, donde se resalten alimentos originarios de Chile como el merkén, rosa mosqueta, maqui y otros saludables como quinoa y aceite de oliva que se cultivan en Chile.



También se logró un 100% de cumplimiento de los objetivos específicos, estos son: 1. Lanzamiento nueva línea de galletitas gourmet-étnicas dentro de nuestra gama de alimentos funcionales. 2. Diseñar una imagen de marca gourmet y natural, que se identifiquen con Chile, que nos permita participar en el mercado nacional e internacional con las exigencias que este tiene por ser un mercado creciente y muy competitivo. 3. Aprovechar capacidad ociosa de nuestra fábrica, sustentar los puestos de trabajo e intentar proyectarnos como una pyme agroalimentaria que agrega valor e innova en el sector de horneados, contribuyendo al desafío “Chile, potencia alimentaria”.



Ejemplo: caja y doy-pack de Galletitas de Merken (saladas)



Caja de Galletitas de Maqui

4. Métodos.

La metodología o manera de ir avanzando en este proyecto se puede observar en el siguiente punto (5) donde se describe cada etapa ejecutada, su coordinación y planificación en cuanto se traslapan las diferentes etapas.

Se realizaron dos cambios no contemplados en el proyecto original: no se solicitó el certificado FDA ya que este es útil cuando se exporta y esta etapa no contemplaba dicha acción ya que recién se tenían envases y diseño al final del proyecto, por lo que se cambió por otra actividad muy necesario como es el contar con fotos de los productos y sus envases.

También se solicitó cambio en el diseño de una caja como mostrario por aplicar el mismo diseño de cajas a formato doypack, envase que fue requerido por los mercados extranjeros.



Para el desarrollo de la imagen y todos los diseños se contrató una empresa de gran categoría y profesionalismo (Porta4), para los análisis de etiquetado también se trabajó con un organismo de calidad (INTA, Universidad de Chile) y se contrató al diseñador gráfico con especialidad en fotografía para hacer este trabajo (Anexo 6).

5. Actividades ejecutadas y análisis de brecha (comparativo)

Las actividades que involucró este proyecto para obtener los resultados fueron:

- Definición de productos: las galletitas dulces y saladas, su tamaño, peso y cantidad adecuada de venta, que conjugue volumen apropiado versus precio conveniente de venta a público. Comparando con gramaje de productos competidores nacionales e internacionales presentes en supermercados en Chile, muestras traídas de viajes, ferias y búsqueda por Internet.
- Diseño de marca: contactar a agencia de publicidad, llevar productos para que los vieran y probaran, supieran lo que necesitábamos transmitir al consumidor. Entrega de tres propuestas, de las cuales se escogió una:



- Diseño de maquetas de envases para probar distribución de galletitas, esta etapa resultó más lenta de lo esperado, ya que el diseño original de cajas de galletas estaba pensado en ser un cuadrado como cara principal. Sin embargo, por la geometría de los productos y el gramaje adecuado de venta fue imposible mantener esta forma y se decidió que fuera un rectángulo. De tal manera, se uniformizaba la caja (forma y tamaño) para las 6 variedades de galletas.
- Se trabajó en la vida útil haciendo ensayos con diferentes film de BOPP (polipropileno biorientado), la mejor opción en cuanto a su durabilidad es el metalizado pero como concepto de alimento del campo y natural, el usar aluminio entre capas de polímeros se descartó por no ser tan reciclable.
- Paralelamente, se debía definir los textos de cada envase (caja y doy-pack) para lo que se mandaron a hacer análisis de etiquetado, de tal manera de tener certeza que las tablas nutricionales eran comprobables.
- Después de un viaje de prospección y con avances con un posible importador a USA se decidió hacer el desarrollo de los envases en español e inglés, de tal forma que el esfuerzo de impresión y diseño sirviera para más mercados.
- También se estaba en constante atención a los avances de la solicitud de marca: para pagar en los plazos asignados, inscribir en el diario oficial, revisar permanentemente si existían oposiciones y finalmente consultar cuando fue la fecha de registro para cancelar dicho trámite. Este tiempo coincidió con el plazo del proyecto, por lo que se cuenta con la marca registrada.
- Ya con la imagen se trabajó en los demás productos solicitados a la agencia de diseño, si bien nos abocamos a los envases (6 cajas de cartón y 6 doy-pack) se

hicieron tarjetas de visita, carpetas, fichas y web. Para estas dos últimas, nos dimos cuenta que debíamos tener fotos de los productos para plasmar esa imagen real en el consumidor que mirara la website o recibiera las fichas.

- Por el punto anterior, se necesitó hacer fotos de los productos: cada uno sólo (caja y/o doypack), con los ingredientes, como familias de productos, con y sin galletas, etc. Material necesario en fichas y web.

Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad programada		Grado de cumplimiento ¹	Razones ² /Problemas ³
Descripción	Fecha		
Imagen gourmet de galletitas TERRA KUNZA	03/AGOSTO/09 31/MARZO/10	100%	6 envases de galletitas Cajas y Doypack R
			Imagen corporativa R
			Sitio web en HTLM, 6 planillas R
			Diseño de Carpetas y fichas téc. R
			Diseño de Tarjetas presentación R
			Diseño de Empaque de promoción, mostrario S
Solicitud Certificación FDA		0%	Carta solicitud reitemizar, esta actividad no se necesita realizar Se reitemizó el monto total por "Fotos productos para web, fichas tecn," S
Impresión de empaques y material de muestras	01/MARZO/2010 31/MARZO/2010	100%	3000 cajas 6 motivos 500 de c/u 1800 fichas 6 motivos 300 de c/u 300 carpetas impresas 4/0 300 tarjetas de visita
Envío de muestras	Sept 2009	27%	Durante este período se requirió de menos envíos de muestras que los planificados R
Análisis Etiquetado nutricional	Sept2009-Octubre 2009	100%	Se realizaron 3 análisis de 3 de los 6 productos 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.

³Incluir 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	
Solicitud protección marca TERRA KUNZA en INAPI	07/08/2009	Actividad ejecutada por el beneficiario

Sesión de FOTOS de productos y envases	15/01/2010	Se reemplazó el gasto de certificado FDA por fotos, se solicitó autorización al FIA y fue aceptada a través de carta
Reemplazo Mostrario de productos TERRA KUNZA por 6 diseños de envases doypack	15/12/2009	Durante prospección en Costa Rica se solicitó que las galletitas fueran en este tipo de envase y no en caja como estaba presupuestado.

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).

5. 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
1-.Imagen gourmet de galletitas Terra Kunza	6 envases de galletitas (cajas)	100%	Se están haciendo adaptaciones de geometría de galletitas y caja de envase
	Imagen corporativa	100%	
	Sitio web en HTML, 6 planillas	100%	
	Diseño de Carpetas y fichas técnicas	100%	
	Diseño de Tarjetas presentación	100%	
	Diseño de Empaque de promoción, mostrario	Eliminado	Se cambio por impresión de más muestras
2- Solicitud Certificación FDA	Obtención del registro certificado FDA para Alimentos S.I. Ltda	Eliminado	Por la etapa de diseño del proyecto se eliminó esta actividad que es necesaria en la etapa de penetración de mercado
3- Impresión de empaques y material de muestras	Carpetas y Fichas técnicas	100%	
	Tarjetas de presentación	100%	
	Mostrario de productos	Eliminado	
	Cajas de envase de galletitas (6)	100%	
	Envases doypack de galletitas (6)	0%	

			concrete el negocio
4-Envío de muestras	Envío de 8 a 10 mostrarios de productos a compradores nacionales y extranjeros	27%	Durante este período se requirió de menos envíos de muestras que los planificados y está en trámite (carta) para reitemizar la diferencia
5- Analisis Etiquetado nutricional	Analisis completo de etiquetado	100%	Se realizaron análisis a 3 de los 6 productos
6 – RegistroINAPI marca TERRA KUNZA®	Número de Registro 877306 del 24/02/2010	100%	
7- Fotos de productos terminados (envases)	Realizar las fotos de los productos para hacer diseño de web/fichas/carpetas	100%	

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).

6. Productos obtenidos

La imagen nueva de TERRA KUNZA se definió luego de un trabajo con los diseñadores, quienes nos propusieron 3 diseños muy distintos:

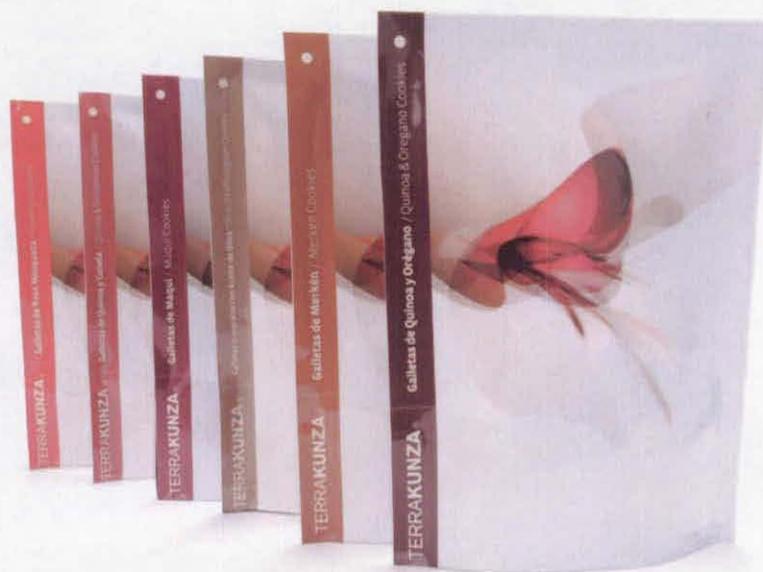


De estos se escogió el del centro, con cuya imagen se ha estado trabajando el resto de material requerido: cajas de galletas, fichas técnicas, tarjetas de presentación, website y envases doypack.

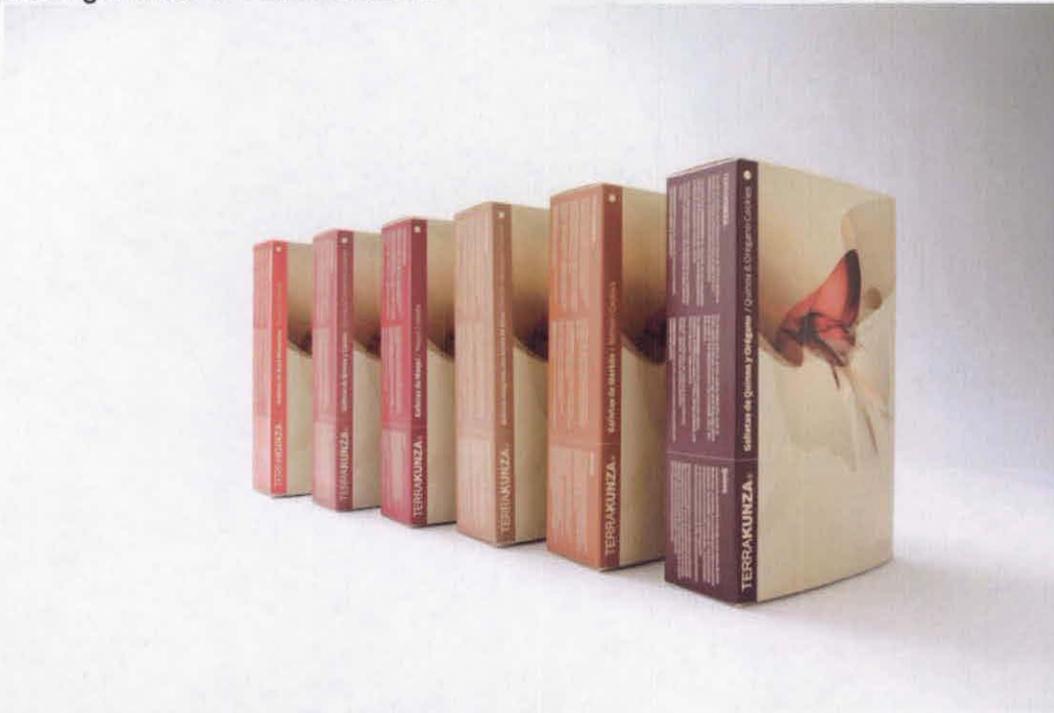
A continuación van fotos de todos los productos diseñados e impresos, menos los doypack que son sólo maquetas ya que mandarlos a fabricar es una inversión muy alta en esta etapa del desarrollo de esta nueva línea de productos.



Doypack con galletitas TERRA KUNZA®



Cajas con galletitas TERRA KUNZA ®



Tarjetas de visita TERRA KUNZA®-2 tipos



Carpetas TERRA KUNZA®



Fichas Técnicas TERRA KUNZA®



7. Problemas enfrentados

Los problemas que se presentaron durante el proyecto fue la forma o geometría de las galletas, que no hicieron posible que las cajas (envases) fueran cuadradas, como se habían diseñado. Sin embargo, se solucionó y se pudo seguir avanzando.

En general, no tuvimos más problemas que el atraso en la entrega del informe técnico y cierre final del proyecto debido a problemas en las instalaciones de la fotomecánica e imprenta, por lo que se atrasó la entrega del material impreso.

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

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación
No coincide tamaño de galletas y forma cuadrada de la caja	Multiples pruebas de adaptación de producto en caja	Cambio de forma de envase final
Atraso en entrega final	Envío de carta solicitando aplazamiento, por terremoto	Aprobado

8. Conclusiones y recomendaciones.

A través de estos meses de realización del proyecto se avanzó solucionando pequeños problemas de forma, gramaje, mercado, sabores, etc, pero finalmente se logró cumplir satisfactoriamente con los objetivos planteados.

Sólo los plazos se debieron correr debido a inconvenientes provocados por el terremoto de fines de Febrero.

Para nuestra empresa y en lo particular para la coordinadora del proyecto fue una buena experiencia con un fuerte sentido de apoyo al marketing de nuestra nueva línea de galletitas del campo de Chile, en su línea gourmet, por lo que el diseño era clave en la apertura de mercados tanto a nivel nacional como internacional.

9. Anexos.

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

ANEXO 1 – MARCA REGISTRADA – TERRA KUNZA ®

Marca de PRODUCTO



Instancias Administrativas

Uso Exclusivo INAPI	
Fecha de Presentación	Nº Solicitud
07/08/2009	873702
Fecha de Publicación	
04/12/2009	
Estado	
CONCEDIDA	
Fecha de Registro	Nº Registro
24/02/2010	877306

1 SOLICITANTE

Domicilio	Pais
Región	País
Ciudad	
Comuna	
Correo Electrónico	Fono

2 REPRESENTANTE

Apellidos y Nombre o Razón Social	R.U.T
IBIETA GUZMAN, MARIA DE LA LUZ ADRIANA	
Domicilio	Pais
	CHILE
Región	País
Ciudad	
Comuna	
Correo Electrónico	Fono
RM	
Santiago	

3 MARCA / DENOMINACION SOLICITADA

Tipo de Marca
Palabra o Denominación
Renueva a:
Renovada por:
Marca
TERRA KUNZA
Descripción de Etiqueta

4 DE LA CLASE Solicita los siguiente Servicios (especificar detalladamente)

Descripción: CLASE 30 C
INCL. GALLETAS DULCES Y SALADAS, CHOCOLATES, PREPARACIONES HECHAS CON HARINAS Y

ANEXO 2- PRESENTACION IMAGEN DE AGENCIA PORTA4

Opcion1



Opcion2



Opcion3 - ESCOGIDA





ANEXO 3 –ANALISIS ETIQUETADO

ANEXO 4 – VIAJE PROSPECCION COSTA RICA

FOTOS

Miércoles 16 Sept - Reunión Constenla 9:00-10:30



Miércoles 16 Sept - Reunión grupal con Delika 11:00- 12:00



ANEXO 5 - DISEÑO DE DOYPACK DE GALLETITAS



ANEXO 6 – CV PROFESIONAL FOTOS

CRISTOBAL MARAMBIO
CURRICULUM

Nombre: Cristóbal Andrés Marambio Bello

Actividad: Diseñador Gráfico – Fotógrafo

Página Web: www.cristobalmarambio.com

Estudios:
Enseñanza Básica: 1986 - 1994 Colegio Alianza Francesa, Colegio Carmen Teresiano I
Enseñanza Media: 1995 - 1998 Colegio Carmen Teresiano I

Enseñanza Superior: 1999 - 2006 Diseño Gráfico Universidad Diego Portales.
Enseñanza Superior: 2005 - 2008 en curso diplomado en fotografía UC.

Título Profesional: Diseñador Gráfico

Experiencia Laboral:
Diseño:
2003-2004: Realización de la práctica profesional en Agencia Grey Direct
Enero 2004 a 2009: Trabaja en la agencia Grupo GD en el cargo de Director de Arte.
Fotografía:
Trabajos para: CCU, Lan, Corpbanca, Lider, Red Bull, Culinary, Indura, Consorcio, Banco Ripley, Banco de Chile, Hotel Atton, Nexos Comunicaciones, Universidad Diego Portales, Universidad Mayor, HRI, Las Cosas Simples, Pay Roll, Chilenuit, Fedefruta, Direct Tv, Red-compra, Kilometrocerro, Help.

2008 Ayudante Curso Fotografía I
2009 Profesor de Fotografía e Imagen en UDP

Premios:
Mención honrosa Concurso Contra el Trabajo infantil UNICEF 2004
Mención honrosa Concurso Fotográfico Chile en un Clic 2004
Primer Lugar y Mención honrosa concurso Cristal Universitario 2004
Mención honrosa concurso Cristal Universitario 2005
Ganador Concurso CARQ UDP 2005
Mención honrosa concurso Fotográfico Faad 2006
Silver - In the National Geographic contest Luces de America 2006

Programas:
Photoshop CS 3
Indesign CS 3
Freehand MX
Dreamweaver
Lighthroom
Flash
Illustrator CS 3

Santiago, Chile

WWW.CRISTOBALMARAMBIO.COM