



IMA 2009  
INFORME TECNICO FINAL  
(Sondeo y Diseño)

Código iniciativa	Nombre iniciativa
IMA 0335	"Estudio de Aceptación y penetración de Mercado Miel Crema en la Región de Coquimbo".

Fecha: Abril del 2010.

OFICINA DE PARTES 2 FIA  
RECEPCIONADO  
Fecha 30 AGO 2010  
Hora 15:20  
Nº Ingreso 14945

## ÍNDICE

	Pág.
1. ANTECEDENTES GENERALES.....	3
2. RESUMEN EJECUTIVO SONDEO DE MERCADO.....	4
3. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.....	5
4. MÉTODOS.....	6
5. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHAS.....	13
6. RESULTADOS.....	16
7. RESUMEN EJECUTIVO ESTUDIO DE DISEÑO.....	17
8. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.....	18
9. MÉTODOS.....	19
10. DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA ETIQUETADO MIEL CREMA LA CUMBRE.....	31
11. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHAS.....	37
12. RESULTADOS.....	39
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40

## 1. ANTECEDENTES GENERALES

La Miel continúa siendo considerada un alimento perfecto, porque además de su delicioso sabor, tiene propiedades nutricionales y medicinales. Estas características se esperan unificar en el producto Miel Crema en donde la Fundación para la Innovación Agraria, FIA, ha entregado su apoyo con el propósito de evaluar las posibilidades de ingreso a un mercado consumidor local. Este informe final, viene a presentar la segunda etapa de ejecución de la Iniciativa IMA propuesta por Colmenares La Cumbre, buscando determinar la forma e imagen de presentación de este producto innovador, en donde la miel, como alimento base, se une a hierbas aromáticas en un comienzo experimental, para terminar en una elección única de producto potencialmente comercializable que es Miel de abeja con esencia de Canela. El trabajo técnico de elaboración del producto y su presentación final será indicado en detalle en el presente informe, el que se dividirá en dos ítems de acuerdo al estudio indicado. En primer lugar se entregará la información de cómo se sondea al consumidor y a su vez se elabora el producto final, para continuar en segundo lugar con el análisis de la obtención del packaging final de Miel Crema con sabor a Canela y el plan de marketing dispuesto para su proyección comercial.

- Código iniciativa: IMA 2009-0335
- Nombre instrumento: **Innovación Marketing Agroalimentario.**
- Región o regiones de ejecución (originalmente planteadas en la propuesta y las efectivas): Cuarta región de Coquimbo.
- Agente ejecutor: Jacqueline Olivares Luna.
- Coordinador iniciativa: Wilson Muñoz Muñoz.
- Costo total (programado y real):
- Aporte de FIA (en pesos y porcentaje del costo total) (programado y real):
  
- Período de ejecución (programado y real): Período Programado 6 Meses.
- Período real ejecución: 7 meses.

## **2. RESUMEN EJECUTIVO SONDEO DE MERCADO.**

La segunda parte de la etapa de sondeo continúa con el objetivo inicial de determinar la mejor presentación y características organolépticas de Miel Crema. En el Informe técnico de avance, se concluye que los sabores preferidos por el consumidor para miel crema, fueron Canela, Salvia y menta, sin embargo, comercialmente se proyecta con mejores expectativas Miel Crema con sabor a canela. Por lo anterior que el equipo técnico procedió a elaborar el producto que reúna las características organolépticas apropiadas para un consumidor que exigirá sabor acorde al nombre y etiquetado del producto. La Miel batida, miel untada o miel crema, si bien es posible como tal encontrarla en el mercado nacional, no se encuentra con un sabor que sea utilizable con otros alimentos como té o leche. La propuesta entregada por Colmenares La Cumbre, en un principio fuera de foco, se deja llevar por la lógica del consumidor. Este utiliza miel como endulzante en lugar de azúcar, por lo tanto por que no preparar una miel de tal forma que la aplique en el té de tal manera que le sea fácil de tomar con la cuchara, revolver y volver a incorporarla con más miel. Se trabaja entonces en primer lugar en el grado de solubilidad de la miel crema, para buscar de en forma concreta el no endurecimiento o solidificación de ésta una vez envasado, permitiendo retener por mayor tiempo la fácil aplicación de Miel Crema en donde se desee utilizar. Una vez obtenido lo anterior, se procede a determinar el grado de sabor a canela más apropiado o preferido por el consumidor, logrando así capturar una identidad del producto desde el momento de abrir el envase hasta que sea degustado directamente en el paladar. Un fin de Miel Crema es situarse en la mesa del consumidor nacional, dando pie a una buena nutrición y salud familiar, además de una diversidad en el consumo de miel.

### 3. OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.

El objetivo general de esta propuesta consistía en "Evaluar las características de Miel Crema para consumo en la población de la Cuarta Región de Coquimbo", objetivo que tuvo un cumplimiento satisfactorio, ya que el grado de aceptación obtenido para el producto fue aceptable y con altas proyecciones de uso. La puesta en marcha inicial con los puntos de degustación y encuestas dirigidas, permitieron penetrar un producto miel "alterado" en su contexto tradicional, innovando de tal forma que Miel Crema ya no es un Crema de Miel, sino que un formato nuevo de consumo de la miel de abeja y el agregado de sabor, logra capturar a un consumidor que habitualmente no la consume. Las encuestas logran darnos los datos específicos del consumidor, como sabor preferido, textura y otros. Puntos organolépticos que fueron trabajados en la sala de elaboración de Apícola La Cumbre, y se detallan en los métodos de trabajo y ejecución de la etapa de Sondeo. Los objetivos específicos se alcanzaron a cabalidad, ya que el trabajo en sala de elaboración, se pudo determinar los aromas, sabores y densidad del producto para poder ser utilizado como endulzante en té, leche, yogurt, agregado en galletas, bombones o consumo directo. Las pruebas efectuadas en estos distintos alimentos fueron mostradas a los consumidores en el principal punto de degustación considerado que fue el restaurante "El ANTOJO", al cual acuden personas de diversidad capacidad adquisitiva y de consumo. Sin embargo, la tendencia de sabor fue Miel Crema con Canela y la pregunta espontánea de saber dónde se comercializa es buena señal del potencial existente en el producto. Los pares apícolas de la empresa califican el producto como exquisito y abre puertas de utilización del producto miel en una gama de opciones gastronómicas.

#### 4. MÉTODOS.

Habiéndose definido el sabor que identificaría a Miel Crema La Cumbre, se procede a realizar ensayos para la obtención del sabor y textura más indicada para Miel Crema con sabor a Canela. Se utiliza para ello una batidora industrial aportada por la empresa para dicho labor, un kilo de miel pura de abeja y esencia de canela (Imagen N°1).

**Imagen N°1.** Elaboración de Miel Crema. Chef Patricio González en sala de elaboración Colmenares La Cumbre.





Al primer kilo de miel se le incorporan 4 ml. de esencia de canela y es batida por alrededor de 15 minutos continuos. Posterior a ello, es degustada por tres personas para evaluar las siguientes características: sabor, aroma, textura, consistencia y solubilidad en el paladar. De la misma forma se realizó con 1 kilo de miel más 6, 8 y 10 ml. de esencia de canela (Imagen N°2). El sabor a Canela fue aumentando en la medida que se agregaba más esencia de Canela a la miel, lo que era esperado, pero ya en los 8 ml se podía oler la canela en la sala de elaboración y al degustarla quedaba en el retro paladar el sabor característico de ésta. Siendo bien críticos en cuanto al sabor a canela, se concluyó que al agregar 8 ml. de esencia de canela a un kilo de miel era suficiente para dar identidad al producto, sin embargo esto, recordando algunas respuestas de las encuestas realizadas en la primera etapa de este estudio y aludiendo a la dificultad de convencer al consumidor chileno ante un producto nuevo, se procede a aumentar a 10 ml. la esencia de canela por kilo de miel pura de abeja. Con esta concentración se logra marcar de mejor manera el sabor a canela y puede ser identificado rápidamente por la persona que lo degusta sin conocer su sabor inicialmente.

**Imagen N° 2.** Ensayos de Miel Crema con diferente concentración de sabor a canela.



En cuanto al color, la miel batida con canela durante 15 minutos continuos toma un color pardo, muy similar a la miel común, cambiando su textura y sabor. (Imagen N° 2).

**Imagen N° 3.** Aspecto visual de Miel Crema con 15 minutos de batido.



Sin embargo gustarle a las personas evaluadoras, mencionan que su solubilidad sigue siendo baja en la boca, lo que se extrapola a la dificultad en extraerla desde la cuchara. Otra prueba de lo anterior, consistió en dejar la miel envasada en un envase plástico a temperatura ambiente, para evaluar de esta manera su consistencia y solidificación (Imagen N°3), pensando en su posterior utilización por el consumidor. El resultado de esta prueba no es positivo, ya que a temperatura ambiente y en este envase plástico, se puede apreciar en la siguiente fotografía que la miel crema preparada se deposita en el fondo del envase, siendo casi imposible extraerla de éste, debiendo calentar a baño maría, lo que no es bueno para nuestro producto.

**Imagen N°4:** Envase dosificador Miel Crema.



Por los resultados obtenidos en las pruebas arriba señaladas, el equipo técnico decide aumentar el tiempo de batido de la miel a 20 minutos continuos. Realizado lo anterior, se pueden comparar ambos productos, siendo evidente su cambio físico y visual (Imagen N°5).

**Imagen N°5.** Aspecto visual de Miel Crema con 20 minutos de batido.



**Imagen N°6:** Testeo de envases



Como se aprecia en las imágenes anteriores, la miel crema toma un color blanquecino, como manjar blanco, y una textura suave, con alta solubilidad en la boca y en el paladar. Al comparar las dos alternativas de preparación, la segunda es la óptima para obtener el producto esperado y que se pretende presentar al consumidor final. Un producto Miel Crema de sabor característico a miel y canela, con una textura cremosa que permite extraerla con facilidad desde el envase y una solubilidad mayor que la miel con menor tiempo de batido (Imagen N°7). Esto es importante al momento de ser utilizada como endulzante del té o la leche, para comer con galletas, pan, queques o de manera directa, de manera tal que no quede miel en el fondo de la taza, el vaso o en la cuchara como suele suceder con la miel tradicional.

Imagen N°7: Evaluación de densidad del producto.



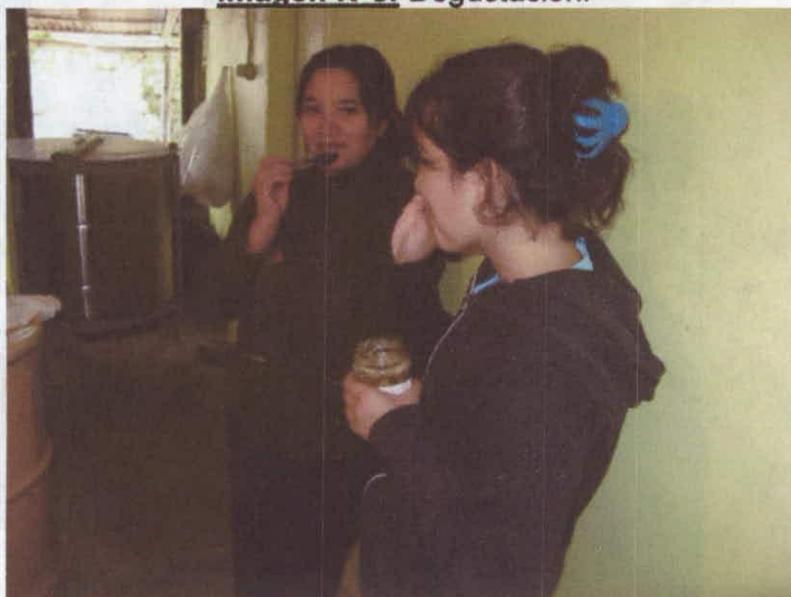
## **5. ACTIVIDADES EJECUTADAS Y ANÁLISIS DE BRECHA (COMPARATIVO).**

Las Actividades realizadas para la etapa de sondeo fueron dando una tras otra pie a las mejoras relativas que debiesen incorporar al producto esperado. La disposición de los profesionales y del público en general dan base a la posibilidad de obtener un producto con características esperadas por un consumidor que busca un alimento sano y con la capacidad de tener varias alternativas de consumo. Por ello que el producto final fue elaborado en base a las opiniones vertidas por las personas encuestadas, desde las primeras matrices gastronómicas del producto, comenzando por el sabor preferido para la miel y aquel con mejores proyecciones comerciales, para seguir con textura, densidad y comodidad de uso. Todas las características señaladas se consideraron como críticas, por el equipo técnico, estimando los usos que podrían otorgarle al producto sea quien fuese el consumidor. En la medida que se concluía una muestra de Miel crema con sabor a canela, esta fue degustada por los consumidores en el punto de venta para pesquisar otros detalles organolépticos. De éstas oportunidades de degustación, se evidenció que la miel crema con sabor a canela, no indicaba por sí misma que era de canela. Por ello que el profesional a cargo junto al equipo técnico, debió incorporar mayo aroma a canela al producto, para que convenciera con sólo abrir el frasco o solamente con una única degustación diferenciar la miel crema de otra. Establecido el sabor, textura, densidad y aroma apropiado para el producto final, se elaboran bombones y panqueques para degustación. La respuesta del público fue la esperada y entrega confianza a la productora para el futuro comercial del producto. Esto se potenció con la participación en ferias agrocomerciales que fueron útiles para promocionar y evaluar el producto como tal y su packaging.

**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		
Preparación de Miel Crema definidos	Febrero/Marzo	R	
Establecimiento de Puntos de degustación y realización de encuestas para medir grado de aceptación.	Febrero/Marzo	R	
Participación en ferias promocionales.	Febrero / Marzo	R	
Reuniones con encargados comerciales de tiendas especializadas.	Marzo	S	No fueron realizadas por faltar perfección al producto como para presentar al consumidor. Si fue presentado a chef locales y apicultores del sector, recibiendo muy buenas calificaciones.

**Imagen N°8:** Degustación.



**Imagen N°9:** Punto de Encuesta y participación en Feria Mall Palza.



**Cuadro 5.2.** Actividades no programadas realizadas en la iniciativa.

<b>Actividad no programada</b>		<b>Justificación<sup>1</sup></b>
<b>Descripción</b>	<b>Fecha</b>	

## 6. RESULTADOS.

Los resultados obtenidos en la etapa de sondeo de este IMA, estuvieron dentro de lo dispuesto por el equipo técnico de la propuesta y por la productora, logrando los objetivos planteados, ya que se elabora un producto que no existe en el mercado ni en la tradición gastronómica del rubro melífero. El trabajo en equipo permitió un desempeño holgado al momento de preparar el producto y hacerle los cambios evaluados desde las encuestas realizadas hasta la participación en ferias promocionales a nivel local y regional. FIA nos ha permitido presentar un producto agroalimentario como corresponde y como lo desea el consumidor, permitiendo ampliar la temática gastronómica de la miel y subproductos, uniendo una red comercial de gastronomía y apicultura, de hogar a miel y salud. El alcance del 100% de los resultados esperados por el equipo técnico, nos señala en gran medida las ideas iniciales de la propuesta, siendo inicialmente una idea en el aire, fuese concretada siguiendo la perspectiva organoléptica del consumidor. Si bien es cierto, las primeras encuestas indicaron una tendencia por sabores fuera de lo habitual o común, como lo es el cedrón o la salvia, sin embargo, en la medida que las encuestas se fueron realizando, el sabor a canela toma la delantera y se adjudica la predilección del público, con una densidad y sabor determinado. La empresa desde este momento puede concentrar la producción de miel crema con un ingrediente y valor agregado definido y diferenciado.

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

<b>Resultados esperados</b>	<b>Resultados alcanzados</b>	<b>Nivel de avance (%)</b>	<b>Razones<sup>1</sup></b>
Miel Crema con sabor definido	Producto elaborado y evaluado.	100	

## 7. RESUMEN EJECUTIVO ESTUDIO DE DISEÑO.

Los resultados obtenidos y señalados en el Primer Informe técnico, en donde se indicaba al envase de vidrio como el más apropiado para Miel Crema, se dispone a buscar junto a los propietarios de la empresa el packaging e imagen más apropiada para el producto. En primer lugar, se comienza a trabajar en la imagen corporativa de la empresa y del producto propiamente tal, ya que como se aprecia en la imagen N°10 la marca es "Apícola La Cumbre" y debajo una imagen de una abeja posada en una flor, no caracterizaba a la empresa de ninguna manera. Sin embargo, permite evidenciar a un público general que el producto es miel de abeja. Objetivo que busca lograr con una simple mirada un correcto etiquetado, sin embargo los propietarios de la empresa y el producto no perciben su esencia en el packaging actual, pasando a ser parte de la gama homogénea de productores y comerciantes de miel de abeja en la región de Coquimbo. Esta etapa del proyecto diseña una imagen o logo apropiado para la empresa y el producto. Para esto, el diseñador en conjunto con la empresaria disponen de una serie de formatos, que van estructurando los componentes del logo y etiquetado para el producto Miel crema. Las bases de este etiquetado de alguna manera debían representar a la empresa y a su producto ofertado, en el que la productora halle una idealización de su contexto micro empresarial y rural. En el informe de la etapa de sondeo, se expusieron las deficiencias que presenta el packaging que poseía Apícola La Cumbre, en donde la marca de la empresa no era explotada como herramienta de marketing. Los resultados de esta etapa logran establecer una imagen concreta para miel crema con sabor a canela y su packaging, imagen ligera y recordable a una primera impresión.

## 7.1 OBJETIVOS DE LA INICIATIVA.

El objetivo general de esta etapa del proyecto IMA 2009-0335, consistió en el Mejoramiento de Packaging y marketing de Miel Crema, involucrando a un producto nuevo, con la empresa que posee varios años de experiencia en el rubro apícola. La imagen de Apícola La Cumbre, ahora Colmenares La Cumbre, era débil en el contexto de no diferenciarse por sí misma del resto de los productores de miel. De ahí que las actividades y las labores del equipo técnico para esta etapa fueron radicales, profundizando el contexto del producto y de la entidad de la empresa. En el primer informe de esta propuesta, se señala lo débil del packaging de Colmenares La Cumbre (Imagen N°11), para su producto miel. Por lo cual que el diseñador rescata algunas características de éste, sin embargo, la resolución conjunta fue cambiar en su totalidad la imagen de Colmenares La Cumbre, para posteriormente potenciar la imagen individual de Miel Crema.

Para esto, se procede a rediseñar la imagen de la empresa, orientada netamente a la propuesta comercial de miel crema. El logo propuesto inicialmente por el diseñador fue el presentado en la Imagen N°12 en el que se quiere reflejar una gota de miel escurriendo, sin embargo no es auto explicativo, ni tampoco del gusto de la empresaria, por lo que se presenta otro bosquejo en el que directamente se hace alusión a la marca y al producto, Imagen N°13, en la que una gota de miel es abordada por una abeja quedando de manifiesto que se trata de un producto apícola. La definición de una imagen para el etiquetado de miel crema La Cumbre se logra en su totalidad, permitiendo abrir el mercado de las mieles en la región de Coquimbo. La penetración de Miel Crema con sabor a canela, es algo inminente, ya que la potencial aceptación del consumidor fue comprobada y se deja completamente formado un producto listo para ingresar a mercado. Sin embargo lo anterior, dejamos como pendiente y una gestión que ya comienza ha ser ejecutada, es la reunión con empresarios gourmet para comercializar el producto. Colmenares La Cumbre, marca actualmente los pasos de innovación y proyección apícola en la Provincia del Limarí y la región de Coquimbo, dándose a conocer mediante una nueva imagen y producto.

**Imagen N°10:** Envasado y Packaging Unicial de Miel “La Cumbre”.



## **7.2 MÉTODOS.**

Definidas en la etapa de sondeo las características del producto, principalmente su sabor final y la población objetivo de consumo, el diseñador y equipo técnico estructuran una imagen y gráfica que represente a la empresa e impregne una identidad a Miel Crema fácil de reconocer por el comprador final. Para ello, se trabajó en las tipografías y matrices de imagen y etiquetado. Cada uno de estos se evaluó por intermedio de encuestas, en donde además de capturar la opinión y gusto del público en general, se pretendió ocupar como guía la proyección de éste para el producto, es decir, el público tenía la libertad de opinar con el envase en sus manos, mientras que la persona a cargo del punto de encuestas tomaba nota de cada detalle mencionado por el encuestado.

La primera etapa de diseño corresponde a un trabajo junto a la productores en donde el diseñador con las apreciaciones recogidas de los logos antes señalados, el diseñador recoge ideas de la gente y de la apicultora, retomando la figura de una gota de miel siendo abordada por una abeja más nítida y las encierra en un óvalo de bordes rojo y amarillo (Imagen N°13). La abeja ya no es confundida con

una avispa como ocurrió en los logos antes mencionados. Esta imagen expresa de manera evidente que se trata de un producto apícola, Miel Crema y la empresa que lo elabora.

**Imagen N°11:** Prueba de Diseño Logo inicial producto.



**APÍCOLA LA CUMBRE**

**ImagenN°12:** Prueba de diseño.



**Imagen N°13.: Prueba de diseño logo.**



Con este nuevo logo e imagen corporativa, visado por los propietarios de la empresa, se dispuso el diseñador a preparar material publicitario para las ferias en que participaría a nivel local Apícola La Cumbre. Por ello, que en primera instancia se crea un pendón con el nuevo logo en un extremo izquierdo, teniendo como base una imagen de un panal, con colores amarillos claros y leyendas concretas de los productos y servicios de la empresa y la respectiva información de contacto de la empresa. Son presentados dos pendones iguales, con sólo cambios en el color de letras (Imagen N°14 y 15).

Imagen N°14: Pendón publicitario 1.

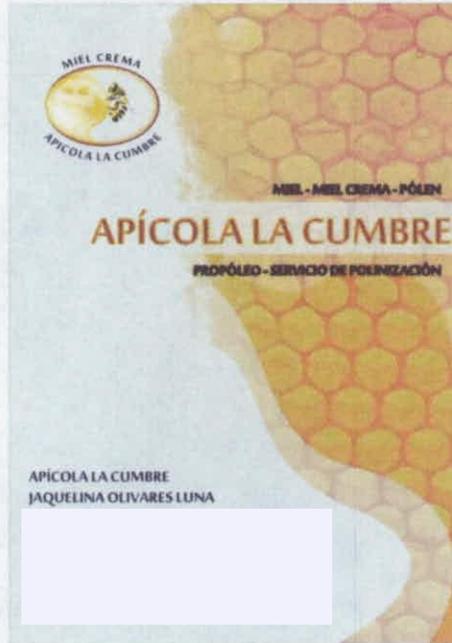
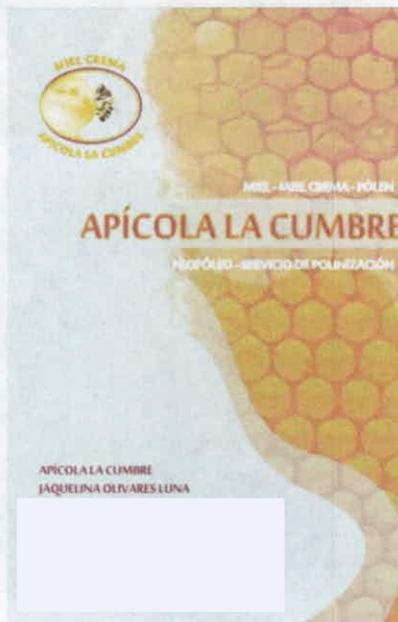
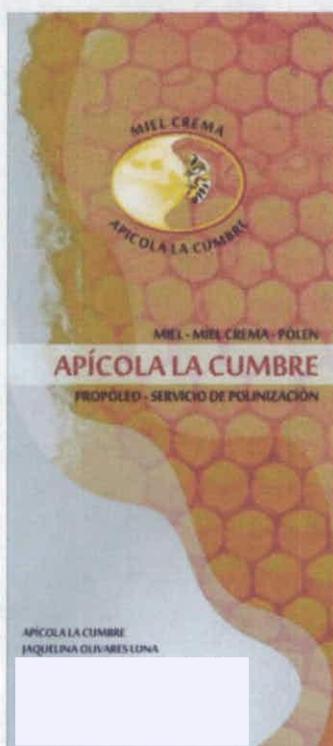


Imagen N°15: Pendón Publicitario 2.



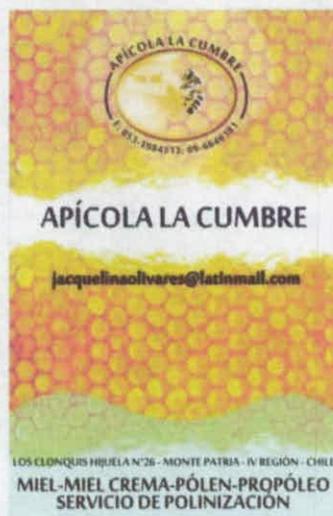
La opinión del público que lo observa, menciona que el amarillo es muy claro o brillante, perdiéndose la imagen del logo en la totalidad del pendón, por lo que se realizan los cambios aludidos, oscureciendo algunos de los colores bases del pendón (Imagen N°16). Con estos cambios el logo de la empresa se hace más notorio y pasa a ser lo primero en apreciarse al mirar el pendón y posteriormente el nombre de la empresa.

**Imagen N°16:** Pendón publicitario 3.



Además de los pendones grandes, se diseñan pendones pequeños tipo spiders, para colocar en las mesas de exposición de productos (ImagenN°17).

**Imagen N°17: Mini Pendón.**



La presentación de la empresa como Apícola La Cumbre, es realizada desde su creación, sin embargo con estos cambios surgidos en el ámbito de innovación, la empresa se ha visto con un valor agregado que se ha hecho inherente a ella, por lo que estiman que la palabra Apícola, debe ser cambiada por “Colmenares La Cumbre”, apuntando a un crecimiento total de ella, tanto en servicios apícolas como en la elaboración de subproductos melíferos. Con lo anterior, la empresa presenta una nueva imagen corporativa, que puede ser apreciada en el pendón diseñado para este fin (Imagen 18 y 19).

**Imagen N°18:** Imagen Corporativa.



**Imagen N°19:** Pendón Final Colmenares La Cumbre.



**Imagen N° 19a.** Logos diseñados para vehículos de Colmenares La Cumbre.



**Imagen 19b:** Material de Representación Colmenares La Cumbre.



Wilson Muñoz M.  
Representante.

MONTE PATRIA / IV REGION - CHILE



Jaquelina Olivares Luna  
Representante.

MONTE PATRIA / IV REGION - CHILE

La puesta en marcha de la penetración del producto Miel Crema en el mercado consumidor, se expone con el logo de la empresa sumado al nombre del producto y a una frase que caracterice al nuevo producto, Sabor Especial. (Imagen N°20).

**Imagen N°20. Logo Final Miel Crema La Cumbre.**





## *Sabor Especial Canela*

Tomando los usos potenciales que se han probado para miel crema con sabor a canela, se realizó un diseño gráfico para un tazón de cerámica tradicional para utilizar en el consumo de café, té o leche, en el cual irá impreso el logo de la empresa y la frase "Sabor Especial", además de "Yo tomo con Miel Crema" (Imagen N°21). Esta herramienta de marketing será utilizada como regalo promocional para aquellas personas que compran el producto, además para eventos de promoción. A lo anterior se suma la vestimenta que utilizan los productores, toda ella está identificada con el nuevo producto y orientada a ser expuesta para que el consumidor comience a reconocer el producto y su potencial uso alimentario. Además de lo anterior, se diseñaron llaveros y poleras con el logo de Miel Crema con la finalidad de difundir el producto y penetrar en el conocimiento local de un consumidor que debe comenzar a familiarizarse con este producto. Este tipo de material fue entregado en ferias promocionales en la ciudad de Ovalle, La Serena y Antofagasta. Ferias en las que se realizó el trabajo de evaluación de diseños tanto de etiquetado como de imagen producto.

Imagen N°21



Imagen 21a.

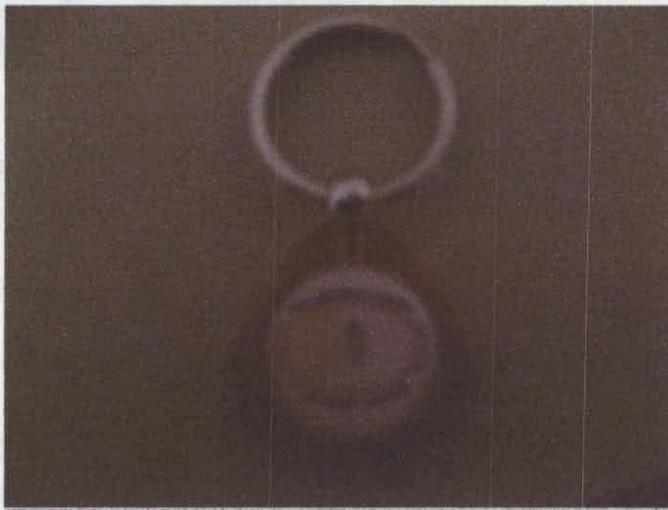
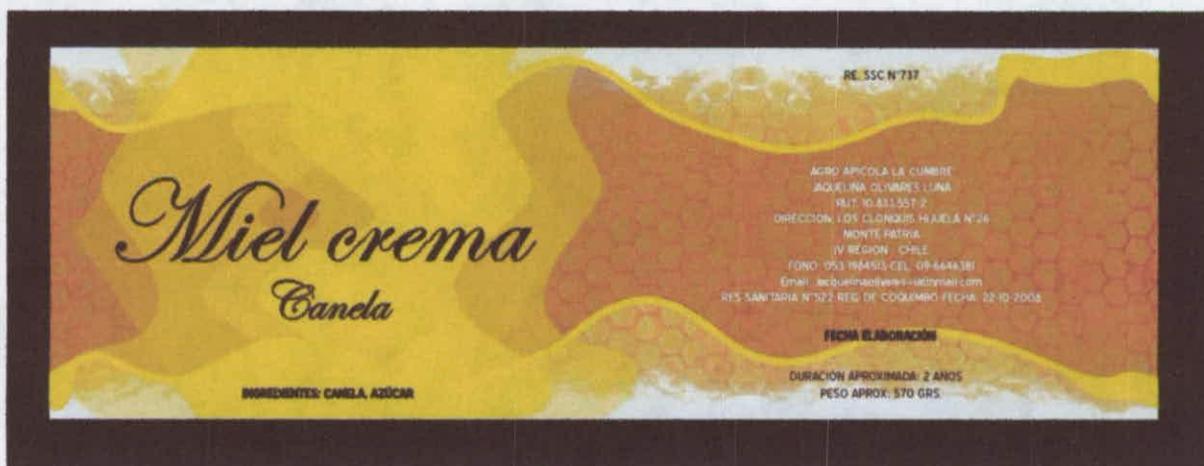
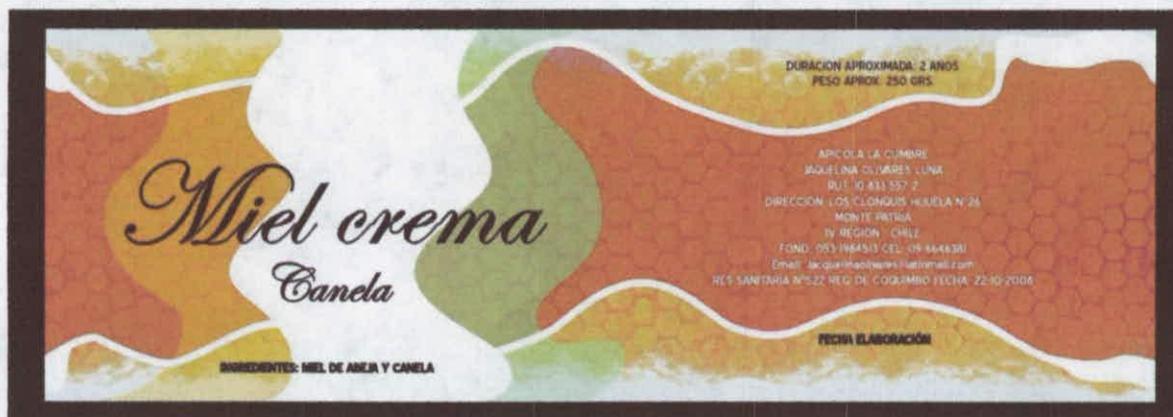


Imagen N°22 Camisa y Polera Bordada con Logo de Miel Crema.



### 7.3. DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA ETIQUETADO MIEL CREMA LA CUMBRE.







**INFORMACIÓN NUTRICIONAL**

Porción: 1 cucharada sopera colmada (aprox. 30 grs.)

Porciones por envase: 7    100 g    1 porción

Energía (kcal)	305	61.0
Proteínas (g)	10	1.9
Grasa Total (g)	18	3.5
H. de Carbono disponibles	66	13.3
Sodio (mg)	220	66

JAQUELINA OLIVARES LUNA - LOS CLONQUIS HIRUELA N°26  
 MONTE PATRIA - IV REGIÓN - CHILE - F: 053-1904513 - CEL: 09-6646381  
 Email: jacuelinaolivares@latinmall.com  
 RES SANITARIA N°S22 REG. DE COQUIMBO FECHA: 22-10-2008

Fecha elaboración



INFORMACIÓN NUTRICIONAL  
 Por 100g (1 cucharada (10 gr))  
 Porciones por envase: 20

	100g	1 porción
Energía (Kcal)	319	34
Proteínas (g)	0,9	0,1
Grasa Total (g)	0,7	0,0
Hidratos de Carbono (g)	81,5	8,4
Sodio (mg)	4,1	0,0

**Colmenares la cumbre**  
 INQUELINA OVALLE S.A. - MUELLEN DE LOS COLONOS - AVIATE PATRIA  
 REGIÓN DE COQUIMBO - CHILE - FONO: 50621111 - 50 6666393  
 Email: jacqueline@colmenares.com  
 REG. SANITARIO N° 11. REG. DE COMERCIO Y CIA. 22. 80.000

Fecha elaboración



COIMENARES LA CUMBRE  
 JAQUELINA OLIVARES LUNA  
 HUELTA N°26 - LOS CLONQUIS  
 MONTE PATRIA - REGIÓN DE COQUIMBO  
 CHILE  
 F. 051 1984513 - CEL. 09 8046381  
 RES.SANITARIA N°322  
 REG. DE COQUIMBO FECHA: 22.10.2008  
 Email: jacquelinaolivares@coimacel.com

**Fecha elaboración**

# Miel crema

Pura de abeja



# Canela

Ingredientes: Miel pura de abeja - esencia de Anís

**INFORMACIÓN NUTRICIONAL**  
 Porción: 1 cucharada (10 gr.)  
 Porciones por envase: 25

	100 g	porción
Energía (kcal)	339	34
Proteínas (g)	0,9	0,1
Grasa Total (g)	0,2	0,0
Hidratos de Carbono (g)	83,5	8,4
Sodio (mg)	6,3	0,6

Cont. Neto: 250 (g)  
 Duración indefinida

COIMENARES LA CUMBRE  
 JAQUELINA OLIVARES LUNA  
 HUELTA N°26 - LOS CLONQUIS  
 MONTE PATRIA - REGIÓN DE COQUIMBO  
 CHILE  
 F. 051 1984513 - CEL. 09 8046381  
 RES.SANITARIA N°322  
 REG. DE COQUIMBO FECHA: 22.10.2008  
 Email: jacquelinaolivares@coimacel.com

**Fecha elaboración**

Miel Crema

# La Cumbre



Sabor

# Canela

Ingredientes: Miel pura de abeja - esencia de Anís PRODUCTO CHILENO

**INFORMACIÓN NUTRICIONAL**  
 Porción: 1 cucharada (10 gr.)  
 Porciones por envase: 25

	100 g	porción
Energía (kcal)	339	34
Proteínas (g)	0,9	0,1
Grasa Total (g)	0,2	0,0
Hidratos de Carbono (g)	83,5	8,4
Sodio (mg)	6,3	0,6

Cont. Neto: 250 (g)  
 Duración indefinida

COIMENARES LA CUMBRE  
 JAQUELINA OLIVARES LUNA  
 HUELTA N°26 - LOS CLONQUIS  
 MONTE PATRIA - REGIÓN DE COQUIMBO  
 CHILE  
 F. 051 1984513 - CEL. 09 8046381  
 RES.SANITARIA N°322  
 REG. DE COQUIMBO FECHA: 22.10.2008  
 Email: jacquelinaolivares@coimacel.com

**Fecha elaboración**

# La Cumbre

Miel Crema



Sabor

# Canela

Ingredientes: Miel pura de abeja - esencia de Canela PRODUCTO CHILENO

**INFORMACIÓN NUTRICIONAL**  
 Porción: 1 cucharada (10 gr.)  
 Porciones por envase: 25

	100 g	porción
Energía (kcal)	339	34
Proteínas (g)	0,9	0,1
Grasa Total (g)	0,2	0,0
Hidratos de Carbono (g)	83,5	8,4
Sodio (mg)	6,3	0,6

Cont. Neto: 250 (g) - Duración indefinida



#### **7.4 ACTIVIDADES EJECUADAS Y ANÁLISIS DE BRECHAS.**

En la ejecución de esta etapa de diseño, se concretaron todas las actividades estipuladas por el equipo técnico, logrando diseñar una serie de etiquetas para los envases considerados por los profesionales y la apicultora. Una vez diseñados e impresos los diseños, éstos eran dispuestos en los puntos de degustación para ser evaluados por los consumidores. Las encuestas, como se señaló en el primer informe, revelaron que el envase más apetecido por el consumidor fue el envase de vidrio, lo que satisface a la productora y al equipo técnico, ya que es el más indicado para el nuevo producto. Sin embargo, ¿cualquier envase de vidrio serviría?, qué deseamos para el consumidor para que se relacione mejor con el producto Miel Crema. Las características de este envase debían ser de fácil ingreso de una cuchara que permita recoger el producto desde el fondo de éste, considerando que la miel crema no se solidifica tanto como la miel común a bajas temperaturas, puede suceder y se hará necesario al consumidor sacar los restos de miel crema desde el interior. Otra de las cualidades del envase buscado es que debiese ser rectilíneo, es decir, sin curvaturas muy pronunciadas que impidan la extracción total del producto. El envase para miel crema debiese de ser de fácil transporte, resistente y estéticamente adecuado para ser colocado en la mesa de un hogar, es decir, que no ocupe tanto espacio y sea grato a la vista. Considerando que trabajaríamos con un producto gourmet, el envasado y etiquetado debían ser equilibrados. Por ello que se trabajó en base a la metodología de diseño terminado, diseño evaluado, de tal forma de recibir a la brevedad la receptividad del consumidor hacia el packaging de miel crema, receptividad en cuanto a tipo de envase y etiquetado. La metodología anteriormente señalada permitió que la evaluación y el alcance final del prototipo de packaging de Miel Crema con sabor a Canela se hayan elegido siguiendo y respetando las opiniones del cliente futuro, por lo que la empresa se manifiesta conforme al lograr un producto con presencia.

Cuadro 7.3.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad programada		Grado de cumplimiento <sup>1</sup>	Razones <sup>2</sup> /Problemas <sup>3</sup>
Descripción	Fecha		
Evaluación de Marketing y packaging producto inicial.	Noviembre	100% 1° informe.	
Diseño de imagen y packaging Miel Crema Canela	Marzo/Abril	100%	



**Feria Promocional Ovalle.**

Cuadro 7.3.2. Actividades no programadas realizadas en la iniciativa.

Actividad no programada		Justificación <sup>1</sup>
Descripción	Fecha	

## 8. RESULTADOS.

La etapa de diseño, dentro de su ir y venir en la ritualidad del trabajo de crear y desarmar, permite que la empresa Colmenares la Cumbre, re estructure su imagen corporativa y logre concretar el diseño de un producto innovador con este IMA apoyado por FIA, permitiendo dar valor agregado directamente a la empresa, a su producto e indirectamente al rubro apícola.

### 8.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa.

<b>Resultados esperados</b>	<b>Resultados alcanzados</b>	<b>Nivel de avance (%)</b>	<b>Razones<sup>1</sup></b>
Diseño de Imagen de Miel crema con sabor a Canela.	Imagen Empresa y etiquetado Determinados	100	
Packaging Miel Crema	Envases de Miel Crema definidos	100	

## 9. PRODUCTOS OBTENIDOS.

El proyecto IMA 2009-0335, permitió diseñar un producto innovador Miel Crema con sabor a Canela, elaborando etiquetados, material publicitario y de marketing, como pendones, rollers, camisa, poleras, tazones y llaveros.

## 10. PROBLEMAS ENFRENTADOS.

La puesta en marcha y ejecución del proyecto no presentaron problemas que cambiaran el rumbo pre determinado de la propuesta inicial, sólo el ingreso de los dineros iniciales con unos meses de retraso y la baja producción de miel de esta temporada, debido a la sequía que presentó la cuarta región la temporada anterior, lo que no nos permitió elaborar grandes cantidades de miel crema como para comercializar.

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La innovación agroalimentaria es un aspecto crítico al momento de mantener la competitividad en un rubro específico, y no es la diferencia el rubro apícola, en el que Chile ha tenido un crecimiento notorio en estos últimos cuatro años. La presencia de FIA y su programa IMA, permite que la idea, el resguardo generacional de una microempresa familiar sea el escape positivo de competitividad, innovando desde un punto de vista tradicional y siguiendo las pautas que la empresa ha dispuesto para penetrar en un mercado masivo. La miel posee características inherentes que le hacen un alimento de alta demanda, sin embargo, el consumidor chileno aun presenta resistencia a incorporarla 100% a sus hábitos alimenticios. Esta fue la propuesta de Colmenares La Cumbre, entregar una miel de otra forma, con su sabor modificado de tal manera de agradar al cliente y permitirle un uso diverso, diario, agradable, replicable en sus formas. Por ello que la metodología de trabajo dispuesta tuvo el propósito de encantar y abrir el consumo de miel, por ello que se presentó un producto Miel Crema con diversos sabores, definiendo Canela como el sabor con mejores proyecciones. De esto se define la propuesta de diseños para el etiquetado y envasado del producto, buscando siempre mantener la identidad de la empresa y el uso potencial del producto. La empresa alcanza una nueva brecha comercial con este producto Miel crema con sabor a canela, por lo que los desafíos comerciales y de penetración de mercado están lanzados en la mesa de gestión. La Fundación para la Innovación Agraria, junto a Colmenares la Cumbre, alcanzan la elaboración y el ingreso a mercado de un producto innovador y útil para la gama de apicultores chilenos y la inmensa cantidad de consumidores que tomarán el producto y le otorgarán el mejor de los usos ya probados en este proyecto IMA, además de instalar en esta empresa familiar la esencia de la innovación y le da herramientas para ser competitiva en un rubro que avanza a nivel nacional e internacional.

De nuestra consideración, recomendamos mantener el apoyo logístico y económico para este tipo de iniciativas, con programas como IMA, ya que hace experiencias replicables para concretar el I + D de la producción nacional de empresas como Colmenares la Cumbre.

Los agradecimientos finales para FIA y su personal de trabajo.