

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

DISEÑO GRÁFICO FINAL

ALUMNA
Libanti María Luján

TEMA
Rediseño de sistemas de identidad, packaging y difusión
para las diferentes líneas de Alcaraz Conservas Gourmet

AÑO DE CURSADO
2022

AÑO DE EXAMEN

Rediseño de sistemas de identidad, packaging y difusión para las diferentes líneas de Alcaraz Conservas Gourmet

Este proyecto se enfoca en el rediseño de los sistemas de identidad de las marcas «*Recetas de Entonces*», «*MayoV*», «*Fermentos Naturales Agroecológicos*» y «*Hashi*», líneas que contienen diversos productos que pertenecen a la empresa Alcaraz Conservas Gourmet. Se desarrolla y propone un diseño integral orientado a la diferenciación y coherencia entre las mismas, así como a la búsqueda de reconocimiento y posicionamiento de la marca paraguas.

El objetivo final es destacar la singularidad y características de cada línea según su público objetivo, mientras se promueve la imagen unificada de Alcaraz, teniendo en cuenta que se trata del rubro *gourmet*.

ÍNDICE

1. ETAPA ANALÍTICA

- 2 METODOLOGÍA DE DISEÑO
Modelo del poliedro
- 3 COMITENTE
- 4 ANÁLISIS FODA
- 5 FILOSOFÍA Y PRINCIPIOS
Misión | Visión | Valores | Objetivo
- 6 CONTEXTO
Cultural | Económico | Puntos de encuentro
- 7 EL *GOURMET* Y LA GASTROSOFÍA
- 8 ANTECEDENTES GRÁFICOS
Loving Foods | José Peña | Chakana
- 11 REFERENTES GRÁFICOS
- 12 TENDENCIAS
Hiperconectividad | *Slow design*
- 13 PÚBLICO
Adultos familiares | Jóvenes catadores
Paladar experimentado | Veganos
- 14 ESTRUCTURA DEL SISTEMA
Recetas de Entonces | Agrofer | Mayo V | Hashi
- 15 CONCLUSIÓN

2. ETAPA ANTEPROYECTO

- 17 | **ESTRATEGIA N°1**
Alcaraz te hace viajar
- 19 | **ESTRATEGIA N°2**
Alcaraz a través del arte
- 21 | **ESTRATEGIA N°3**
Sabores de Alcaraz
- 23 | **ESTRATEGIA SELECCIONADA**

3. ETAPA PROYECTO

- 26 | **RECETAS DE ENTONCES**
IDENTIDAD & MARCA
- 27 | **DISEÑO DE PACKAGING**
El sabor de lo casero
- 28 | **MECANISMO DE DISEÑO**
- 35 | **DIFUSIÓN EN REDES**
Instagram
- 38 | **AGROFER**
IDENTIDAD & MARCA
- 39 | **DISEÑO DE PACKAGING**
El sabor de lo natural
- 40 | **MECANISMO DE DISEÑO**
- 43 | **MAYOV**
DISEÑO DE PACKAGING
El sabor de la amistad
- 44 | **MECANISMO DE DISEÑO**
- 48 | **HASHI**
DISEÑO DE PACKAGING
El sabor de lo oriental
- 49 | **MECANISMO DE DISEÑO**

4. NORMATIVA DEL SISTEMA

53	RECETAS DE ENTONCES NORMATIVA IDENTIDAD VISUAL
54	NORMATIVA SISTEMA
61	AGROFER NORMATIVA IDENTIDAD VISUAL
62	NORMATIVA SISTEMA
64	MAYOV NORMATIVA SISTEMA
67	HASHI NORMATIVA SISTEMA
70	NORMATIVA ETIQUETADO FRONTAL

5. CONCRECIÓN Y PRODUCCIÓN

72	RECETAS DE ENTONCES FICHA TÉCNICA
73	AGROFER FICHA TÉCNICA
74	MAYOV FICHA TÉCNICA
76	HASHI FICHA TÉCNICA
78	BIBLIOGRAFÍA

HECHAS POR MUJERES

Alcaraz

DE FRAY L. BELTRÁN

CONSERVAS GOURMET
1985

01

ETAPA

ANALÍTICA

METODOLOGÍA DE DISEÑO

Para abordar este proyecto, se utilizó el modelo del poliedro, que ordena nuestro recorrido en la investigación y recolección de información necesaria para llegar a resultados óptimos.

El método del poliedro se basa en la idea de representar cada aspecto importante de información como una cara de un poliedro. Cada una de estas caras corresponde a un elemento clave del mensaje que se quiere comunicar. Luego, se organizan estos elementos de manera que permita mostrar la información de manera clara y coherente. Este enfoque proporciona una estructura visual que facilita la comprensión de la información y ayuda a destacar los puntos clave del mensaje. En resumen, da estructura y orden a los «ingredientes» que le van a dar forma a nuestro proyecto.

La idea es hacer vinculaciones entre los puntos para lograr la detección de necesidades reales, las oportunidades o el problema de diseño a resolver.

Puntos del poliedro

01. Mi tema y su contexto
02. Perspectivas novedosas
03. Enfoques metodológicos
04. Contextos, antecedentes, referentes y tendencias
05. Público objetivo, usuarios
06. Definición del problema y oportunidad

"El secreto de un buen plato radica en la organización y la atención al detalle en cada paso del proceso"

Emeril Lagasse





COMITENTE

Alcaraz Gourmet es una empresa familiar ubicada en Fray Luis Beltrán, en la provincia de Mendoza, fundada por Roberto Alcaraz, un bromatólogo especializado en alimentos. Su historia comenzó en 1985, en un galpón donde se producían encurtidos, pepinos agridulces y hojas de parra.

Hoy en día, la empresa es liderada por Roberto y sus hijos, Francisco y Lucía, quienes continúan el legado familiar de excelencia y compromiso con la comunidad, trabajando en la elaboración de todo tipo de conservas vegetales aptas para veganos y celíacos.

HECHAS POR MUJERES

La empresa visibiliza y brinda empleo exclusivamente a madres solteras o mujeres jóvenes de Beltrán. Se ocupa de darles un trabajo estable y no temporal como sucede en las cosechas.

EMPRESA DE TRIPLE IMPACTO



Busca evitar el uso o consumo de plásticos y procesos contaminantes



Valora, visibiliza y da trabajo a mujeres y madres jóvenes



Tiene desarrollo económico



ANÁLISIS

F.O.D.A

Fortalezas

- Larga trayectoria de empresa familiar.
- Líneas con mucha personalidad.
- Gran variedad en productos de alta calidad.
- Gran respaldo tecnológico.

Oportunidades

- Apunta a un nicho de mercado que actualmente está en *auge*.
- Turismo gastronómico: Mendoza es un destino turístico popular conocido por su gastronomía y vinería.

Debilidades

- Poco reconocimiento de la marca paraguas Alcaraz.
- Problemas de diferenciación de las líneas entre sí.
- La disponibilidad de materias primas frescas está limitada por la estacionalidad de los cultivos, lo que podría afectar la producción durante ciertas épocas del año.

Amenazas

- Crisis inflacionaria del país.
- Cambios climáticos.
- El mercado de conservas es altamente competitivo en Mendoza.

FILOSOFÍA & PRINCIPIOS

Problema

Rediseño de identidades y sistemas gráficos de las distintas marcas y líneas de Alcaraz Conservas Gourmet, con el fin de lograr una fuerte diferenciación entre ellas, a la vez que se identifique a la marca paraguas de Alcaraz. Además, adecuar las diferentes líneas a sus públicos objetivos.

Visión

Ser empresa líder valorada por nuestros clientes y trabajadores gracias a nuestra búsqueda intensa por la excelencia en productos saludables, apuntando a una vida sana.

Misión

Crear productos 100% naturales a partir de la mejor materia prima extraída de la tierra de Mendoza y promover el consumo de productos saludables y orgánicos.

Valores

Excelencia
Calidad
Respeto
Transparencia
Inclusividad

*"productos desde la semilla,
de la tierra al consumidor"*

Francisco Alcaraz





CONTEXTO

Cultural

El consumo y la producción de conservas en Argentina siempre ha sido muy importante en su cultura alimentaria. Estas conservas representan tanto una tradición arraigada como una solución práctica para preservar por largos períodos la abundancia de los productos. Además, las conservas también ofrecen conveniencia y versatilidad, permitiendo a las personas disfrutar de alimentos frescos y duraderos, que además sean saludables gracias a su elaboración con materias primas de calidad y mínimos aditivos.

Económico

Las conservas gourmet se caracterizan por tener precios elevados debido a los costes de producción y materia prima necesaria. La situación económica inestable del país puede afectar la adquisición y consumo de los mismos.

Puntos de encuentro

Los productos de Alcaraz suelen encontrarse en pequeños almacenes, vinerías, regionales o *delicatessen*, lugares sofisticados que además ofrecen productos que complementan las conservas. Los productos están expuestos en góndolas rodeados de las distintas marcas de Alcaraz.

Gourmet

La palabra proviene del francés, y originalmente, «*gourmet*» se refería a una persona que tenía un paladar exigente y disfrutaba de la buena comida. Con el tiempo, el término se ha extendido para describir alimentos, bebidas o productos culinarios de alta calidad, así como a las personas que aprecian y disfrutan de estos productos. La calidad de los ingredientes y la forma de preparación determina si algo es gourmet o no.

Está vinculado al hedonismo, que es una doctrina filosófica que sostiene el placer como principal objetivo de la vida. Dedicar el tiempo adecuado y seleccionar los ingredientes en cada preparación, forma parte de la filosofía gourmet que pretende que la comida sea un momento de disfrute.

*"Comer de acuerdo
a cómo se desea vivir"*

Anthelme Brillat-Savarin

Gastrosofía

Es una disciplina que se dedica al estudio del apetito, el gozo y los sentimientos. La gastrosofía busca explorar y comprender la relación entre la comida, la cultura, la sociedad y la filosofía, así como examinar cuestiones éticas relacionadas con la alimentación. Este término enfatiza la importancia de reflexionar sobre nuestros hábitos alimenticios, nuestras elecciones culinarias y el significado más profundo que atribuimos a la comida en nuestras vidas.

Explora las dimensiones filosóficas de la alimentación, como el significado existencial y simbólico de la comida, la relación entre el cuerpo y la mente a través de la alimentación, la experiencia estética de comer, etc.

EL GOURMET & LA GASTROSOFÍA



Apetitividad



Calidad



Higiene



Goce



ANTECEDENTES

GRÁFICOS

Loving Foods

Se resalta lo orgánico y la frescura del producto al representar la materia prima de una manera abstracta, lúdica y atractiva. Es interesante el uso del color para comunicar los distintos sabores. Buen contraste entre figura y fondo, ilustración y tipografía.



ANTECEDENTES

GRÁFICOS

José Peña

Se observa una fuerte búsqueda por la sofisticación, tomando como referentes rubros elegantes como lo son la perfumería o en vinería, con colores más sobrios para lograr aspecto *premium*, y así atraer públicos de alto nivel económico. Como consecuencia el producto pierde apetitividad y esto puede ser contradictorio al tratarse del rubro gourmet.



ANTECEDENTES

GRÁFICOS

Chakana

Además se observan etiquetas meramente tipográficas, de aspecto limpio y con diagramaciones dinámicas, donde el uso de la tipografía y el color son quienes se encargan de comunicar las características del producto. Con esto se busca un aspecto más artesanal.



REFERENTES

GRÁFICOS



Se destacan los rubros de chocolatería y el té, ya que podemos relacionarlos e identificarlos de manera cercana con todo lo que representa lo gourmet. Es interesante la manera de utilizar recursos gráficos representando los sabores y comunicando la materia prima de cada producto, sin necesidad de leer.

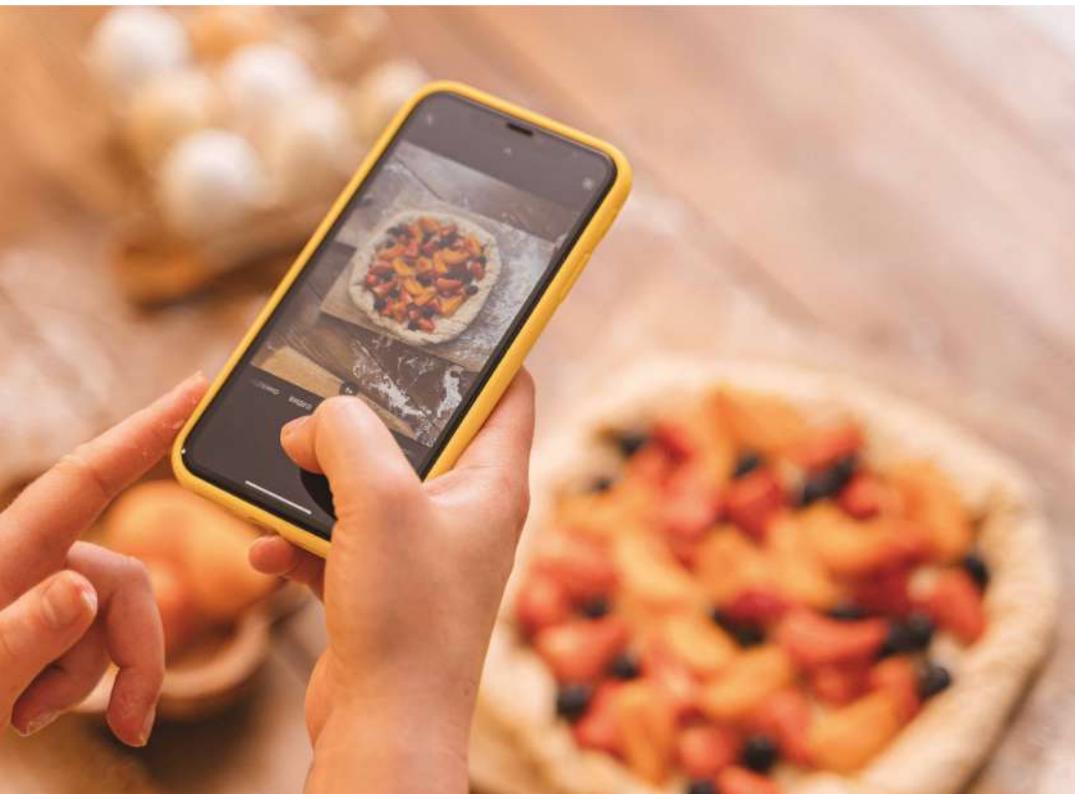
Por otro lado, se observa el uso de patrones, ilustraciones y guardas abstractas que llaman la atención rápidamente, y funciona tanto en niños como para adultos. Se perciben diseños limpios, estructurados y con jerarquías bien marcadas con grandes contrastes.

El uso del color tiene gran protagonismo y juega un papel importante en la comunicación de los ingredientes y sabor de los productos. Además, se destaca el uso del blanco como fondo para generar contraposiciones con la tipografía y las imágenes.



TENDENCIAS

*"La cultura del consumo
puede crear deseos artificiales"*
Erich Fromm



Hiperconectividad

La hiperconectividad que nos atraviesa hoy en día nos impulsa a compartir instantáneamente en redes sociales cada cosa que hacemos o que consumimos. Esta tendencia es significativa ya que es una gran forma de publicidad al generarle a las personas un deseo de experimentar lo que observan de otras. En diseño, esto genera la búsqueda por una diferenciación con otros productos similares a ellos, para que llamen la atención y sean objeto de deseo. Los envases atractivos y visualmente agradables tienen más probabilidades de ser fotografiados, compartidos y motivar a sus pares a adquirirlos también.

*"La cocina es un arte
y todos somos artistas
en nuestra propia cocina"*
Julia Child

Slow design

En contraposición a la hiperconectividad, surge una tendencia contemporánea conocida como «*slow design*», se trata de la búsqueda de retornar a los «rituales», darse una pausa, redescubrir el disfrute y placer de una buena y sana alimentación a través de la diversidad de recetas y sabores.

Esta corriente se conecta intrínsecamente con la anteriormente nombrada gastrosofía. Es un concepto interesante ya que propone dedicar el tiempo y seleccionar estratégicamente los ingredientes en cada preparación, para lograr que la comida sea un momento de disfrute pleno, dando gran importancia al comer de una forma saludable y ética.

PÚBLICO

"La comida es muy representativa de la cultura de una ciudad. Para poder conocer un lugar y a su gente, tienes que comer su comida"

Emeril Lagasse

01. Adultos familiares

De 30 a 60 años.
Nivel socioeconómico medio–alto.
Piensan en el bienestar de su familia.
Buscan darle productos de calidad a sus hijos.
Buscan alimentación saludable.
No se arriesgan en los sabores porque los niños no suelen comerlos.
Piensan en sus hijos.
Cocinan todos los días.

02. Jóvenes catadores

De 18 a 30 años.
Nivel socioeconómico medio–alto.
Prueban cosas nuevas. Arriesgados.
Les interesa la vida sana, lo saludable.
Siguen modas y tendencias.
Buscan buena gráfica, llamativa, sofisticada e «*instagramable*».
Observan con atención las etiquetas de productos que consumen.
Frecuentan lugares sofisticados.
No les molesta pagar caro si el producto es de calidad.
Activos en redes sociales.
Boca en boca.
Buscan *status* social alto.

03. Paladar experimentado

Nivel económico medio–alto.
Personas viajadas, conocen de sabores y culturas.
Abiertos a probar nuevos sabores y maridaje de comidas.
Interesados en la gastronomía.
Prueban sabores extraños.
Valoran la calidad.
Buscan *status* social alto.
Concurren lugares de alto nivel.
Viajan, conocen e intentan recrear esos sabores.

04. Veganos

Movimiento en *auge* —12% de la población argentina y creciendo—.
Nivel económico medio.
Respetan el medio ambiente.
Buscan opciones saludables.
Creatividad culinaria.
Buscan variedad en productos veganos.
Conocen de sabores.

ESTRUCTURA DEL SISTEMA

LÍNEAS DE ALCARAZ CONSERVAS GOURMET

Recetas de entonces

Línea gourmet, de envases pequeños y gran variedad de sabores.

Son productos de elaboración con procesos largos y minuciosos.

Su público son los adultos familiares, los paladar experimentado y los veganos.

SALSAS | 9

Chimichurris

Con mostaza | De montaña | Picante

Jalapeños

Ahumado | Rojo | Verde

Selectas

De soja | Inglesa | Malbec

CONDIMENTOS | 4

Aceite de Oliva | Aceto reducción

Ajo líquido | Vinagre de vino

GOURMET | 12

Chutney

Membrillo | Manzana | Ciruela

Mostaza

Dijón | Con miel

Curry

Tomate y leche de coco | Cebolla y leche de coco

Pastas

Tapenade tradicional | Hummus | Babaganush

Salsa tahine | Pasta de alcauciles

Fermentos naturales agroecológicos

Fermentos a base de repollo. Orgánicos, sin pesticidas ni herbicidas.

Su público son los paladar experimentado y los jóvenes catadores.

FERMENTOS | 7

Kimchis

Clásico | Repollo morado | Picante

Chucruts

Clásico | Con ciruelas | Con manzanas

Coleslaw

Mayo V

Condimentos *veggies*

dirigido a interesados en la comida saludable.

Su público son los veganos y los jóvenes catadores.

CONDIMENTOS | 8

Original | Tártara

Zanahoria | Remolacha

Con ajo | Albahaca

Sriracha | Merken

Hashi

Sabores orientales.

Su público son los jóvenes catadores, paladar experimentado en mayor medida, y los adultos familiares en menor porcentaje.

SALSAS | 6

Teriyaki | Soya

Wasabi | Tonkatsu

Agri dulce | Sriracha



Identidad



Packaging



Difusión



CONCLUSIÓN

ETAPA ANALÍTICA

Al concluir esta etapa, se destacan algunos aspectos clave para tener en cuenta a la hora de trabajar con productos gourmet:

- En primer lugar, es fundamental que el mensaje sea claro, se entienda rápidamente de qué producto estamos hablando.
- La importancia de resaltar la «*apetitividad*» de los productos, deben verse deseables y tentadores, sin comprometer la sofisticación.
- Finalmente, enfatizar en las materias primas y la cuidadosa elaboración que caracteriza a los productos de este rubro.

Objetivo

Diseñar un sistema gráfico para las distintas líneas de productos de Alcaraz Conservas Gourmet, logrando una fuerte diferenciación de sus múltiples marcas producto con el requisito de comunicar lo natural de la materia prima.

02

ETAPA

ANTEPROYECTO

ESTRATEGIA

Nº1

Raíces de Alcaraz

Se propone que cada línea comunique en su etiqueta literalmente la materia prima principal de cada producto. La técnica utilizada en cada línea tienen coherencia con lo que desea transmitir teniendo en cuenta su público objetivo.

Recetas de Entonces — Técnica de collage, mostrando la materia prima de manera divertida y a través de la idea de fragmentación y reconstrucción, lo que suele suceder en la cocina.

MayoV — Técnica manual, desestructurada, en relación con la juventud y la diversión que representa la línea.

Recetas de entonces



Mayo V



Fermentos naturales agroecológicos — Representar de manera abstracta y natural la materia prima de cada fermento.

Hashi — Técnica utilizada generalmente en los productos orientales, minimalistas y tipo sello.

*"La comida es todo lo que nos conecta con la vida.
Puede llevarnos a diferentes partes del mundo
sin salir de nuestra casa"*

Anthony Bourdain

*Fermentos naturales
agroecológicos*



Hashi



ESTRATEGIA

Nº2

Alcaraz a través del arte

Se plantea un estilo o movimiento artístico para cada línea, según las características del producto y el público al que está dirigido.

Recetas de Entonces — Arts and Craft, estableciendo una relación entre la calidad artesanal, técnicas manuales y florituras que caracterizan al movimiento, con el arte culinario de la comida casera. Estilo clásico.

MayoV — Dadaísmo, reflejando la juventud de su público, adoptando características del movimiento como sus nuevas ideas, rompiendo esquemas y estableciendo nuevas tradiciones —como el veganismo— abrazando las nuevas tecnologías, y todas estas cualidades compartidas con el movimiento.

*"La cocina no es química. es arte.
requiere instinto y gusto
en lugar de medidas exactas"*

Marcel Boulestin

Recetas de entonces

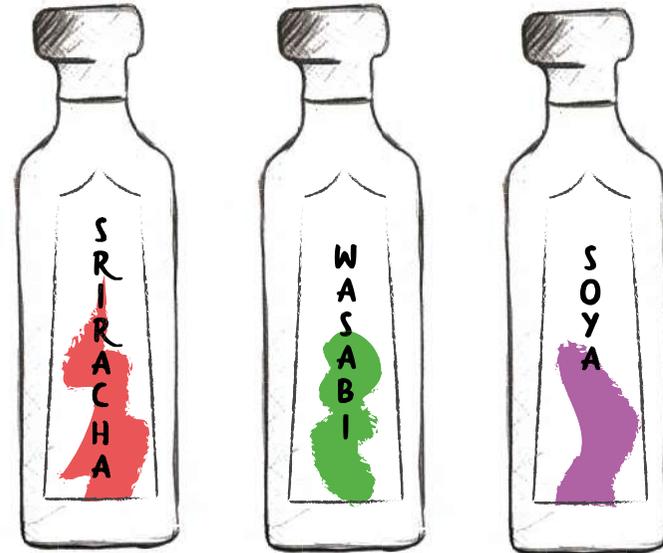


Fermentos naturales agroecológicos — Arte orgánico o naturalista, transmite lo natural y orgánico de esta línea, utilizando la materia prima como técnica artística para representar el producto, tal y como se aplicaba en este movimiento.

Hashi — Sumi-e, estilo artístico japonés que se caracteriza por el uso de manchas y minimalismo. Consiste en pinceladas rápidas y gestuales para capturar la esencia del sabor con el menor número de trazos posible, y se enfoca en la expresión de la energía y el movimiento.

*"Cocinar es como pintar
o escribir una canción"*
Wolfgang Puck

*Fermentos naturales
agroecológicos*



Hashi

ESTRATEGIA

Nº3

Sabores de Alcaraz

Se representan los sabores y características distintivas de cada línea a través de la metáfora, comunicando conceptos, emociones y sensaciones que conectan con la experiencia única que cada línea ofrece a su público objetivo.

Recetas de entonces — El sabor de lo casero. Representa la experiencia, el juego de texturas y aromas, la mezcla de dulces y salados, la combinación de ácidos y picantes, todo ello en el acto creativo que sucede en la cocina.

Familiaridad | Calidez | Autenticidad

Mayo V — El sabor de la amistad. Expresar el concepto de la amistad y la juventud del público al que está dirigida esta línea.

Diversión | Apoyo | Afecto | Compañía

Recetas de entonces



Fermentos naturales agroecológicos — El sabor de lo natural. Pone en valor lo orgánico, la pureza y lo saludable del producto, dejándole el protagonismo al contenido y permitiendo que la textura propia de los fermentos y sus colores sean lo más llamativo.

Auténtico | Puro | Fresco | Ecológico

Hashi — El sabor de lo oriental. Representar la cultura oriental a través de símbolos gráficos que nos remitan a sus tradiciones.

Minimalismo | Respeto | Fluidez | Simbolismo

"La cocina es un lenguaje mediante el cual se puede expresar armonía, felicidad, belleza, poesía, complejidad, magia, humor, provocación, cultura"

Ferran Adrià

Fermentos naturales agroecológicos



Hashi

ESTRATEGIA

SELECCIONADA



Sabores de Alcaraz

Se toma como estrategia final la número 3, que consiste en construir un relato alrededor de cada línea de productos utilizando metáforas que transmiten los conceptos que las identifican según el público y el tipo de experiencia que ofrece. Al utilizar metáforas se crea una narrativa que unifica y otorga identidad a los productos dentro de una línea, a la vez que genera una diferenciación entre líneas.

Un aspecto importante de la estrategia, es que busca una diversificación gráfica entre las particulares líneas de Alcaraz Conservas Gourmet, pero relacionándolas a través del uso del color.

La selección de la propuesta número 3 se basó en el análisis de las diversas líneas que conforman el proyecto. Considerando la complejidad derivada de la cantidad de productos y sus respectivas variaciones, se concluyó que esta estrategia es lo bastante elástica como para proporcionar la mejor manera de comunicar los diferentes conceptos que cada línea busca transmitir, al mismo tiempo que permite diferenciarlas entre sí. Esta propuesta alcanza y equilibra la coherencia global del proyecto con la necesidad de destacar las características únicas de cada línea de productos.



03

ETAPA

PROYECTO

Recetas de entonces

IDENTIDAD & MARCA



Rediseño de marca

Se realizó un rediseño de marca de la línea «Recetas de entonces» ya que su identidad anterior se percibe como una mancha con demasiado peso visual. Además, presenta complicaciones de pérdida de legibilidad en tamaños reducidos, y a la distancia se distingue solamente un recuadro negro que puede confundirse con algún etiquetado.

Se propone una nueva identidad que refleja de manera más precisa el rubro, dándole aire e incorporando una diéresis en la letra "O". Ésta característica añade elegancia y sofisticación al diseño tipográfico, comunicando la alta calidad de los productos. La morfología del logotipo es minimalista y de formas estilizadas para enfatizar la exclusividad y la distinción asociadas con el mundo gourmet.

RECETAS DE ENTONCES

Antecedente

**Recetas de
entonces**

Propuesta de identidad

DISEÑO DE PACKAGING



El sabor de lo casero

La línea Recetas de Entonces busca poner en valor la comida casera y la experimentación con los diferentes productos y sabores a la hora de cocinar. Como elemento gráfico se utilizan diferentes tramas que simbolizan y representan, de manera abstracta, la maridación y el juego de sabores, texturas y la materia prima base de cada producto y cómo se relacionan armónicamente entre sí.

Para el estilo de la ilustración se decidió utilizar una técnica manual. Esta elección se hizo para mantener la coherencia con el concepto general de la línea y transmitir la sensación de «caos» que caracteriza a la cocina, así como comunicar lo artesanal—*hecho a mano*— y lo casero.

El uso de esta técnica busca añadir una dimensión táctil y orgánica a las ilustraciones, enfatizando la autenticidad y la conexión entre los alimentos preparados de forma tradicional.

"La experimentación en la cocina es como un viaje de descubrimiento, nunca sabes qué nuevas combinaciones de sabores y texturas encontrarás"

Yotam Ottolenghi

"La cocina es para divertirse: un hecho cultural y, también, un espacio lúdico donde jugar e interpretar"

Joan Roca



MECANISMO DE DISEÑO



Los diseños de las diferentes texturas de cada etiqueta se realizaron en base a un mecanismo jerarquizado y ordenado para la diferenciación y categorización de los productos.

Este mecanismo está pensado para agilizar la implementación de nuevos sabores o tipos de productos, ya que ésta línea en particular de Alcaraz contiene gran variedad de conservas.

1.	DIFERENCIACIÓN ENTRE CATEGORÍAS	Planos de división	
2.	DIFERENCIACIÓN ENTRE CLASES	Direccionalidad	
3.	DIFERENCIACIÓN ENTRE TIPOS	Texturas	
4.	DIFERENCIACIÓN ENTRE SABORES	Color	



MECANISMO DE DISEÑO



El mecanismo general de diseño, consiste en ordenar de manera que siempre comience con la representación de la textura de cada producto, luego de la materia prima, y finalmente una trama que demuestre que tan fuerte es el sabor.



Esta regla es general para toda la línea, así se logra una coherencia y orden visual en las diferentes texturas que tiene cada producto.

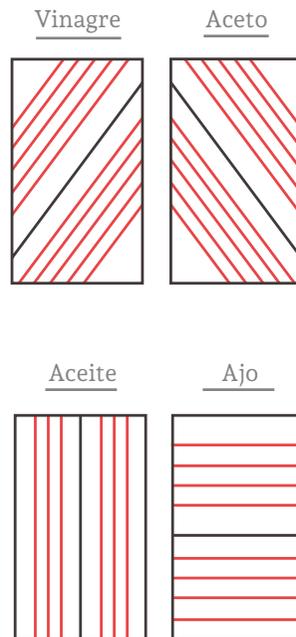
La tipografía utilizada en el frente de la etiqueta es una sans serif de aspecto ligeramente irregular, para acompañar el estilo desestructurado de las tramas, y es aparejada con una tipografía con serifa para contrastar. Además, la elección de una tipografía con serifa, se hizo considerando que «Recetas de Entonces» se trata de una línea más tradicional que las demás marcas de Alcaraz, es por ello que distingue un estilo más clásico y detallado.

Además, se agregó un cartel que le da mayor visibilidad a la marca para-guas Alcaraz, diseñado con un estilo clásico que destaca su trayectoria desde 1985.



Condimentos

Esta primer categoría compuesta por 4 condimentos, es diferenciada con una división de plano horizontal. Este plano en este caso llega hasta la mitad de la etiqueta. Al tratarse de 4 clases diferentes, aunque estén en la misma categoría, las direccionalidades de todos los productos son distintas, cumpliendo con los criterios de diseño anteriormente mencionados.



Salsas

Todas los productos que entran en esta categoría tienen una división horizontal, de igual medida. Lo que diferencia las clases de productos es la direccionalidad, indicada a continuación.

Jalapeños



Chimichurris



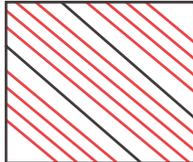
Gourmet

En esta categoría, la división es vertical, a diferencia de las anteriores, además de que el recuadro que contiene a las texturas es de forma cuadrada, y la direccionalidad será según la clase de producto, como se muestra a continuación.

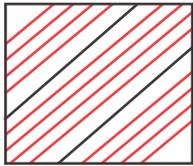
Selectas



Mostazas



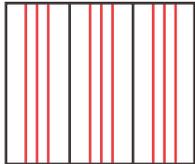
Chutneys



Currys



Pastas



DIFUSIÓN EN REDES



Instagram

Se utilizó esta plataforma para la difusión y promoción de los productos de la línea, ya que es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad y facilita la interacción con nuestro público objetivo. Continuando con el concepto que envuelve a esta línea, se llevan las texturas de cada etiqueta más allá de los límites de la misma, con el propósito de reforzar la idea de que estas tramas son la representación de la multiplicidad de sabores y el juego entre ellos, y que simbolizan al producto atrapado en el frasco. Además, se alternan fotos de realidad y fantasía, para mostrar también los procesos de producción, y darle visibilidad a la marca paraguas Alcaraz.



Perfil



Destacadas



Presentación de productos

Esta estrategia visual no solo busca la amplificación de la experiencia sensorial, sino que cada una se convierte en una ventana a un mundo de posibilidades culinarias, invitando a los consumidores a explorar, experimentar y disfrutar de la diversidad que pueden crear en la cocina.

Diseño de historias



AGROFER

IDENTIDAD & MARCA



Rediseño de marca

Se realizó un *rebranding* de la identidad visual de esta línea, ya que luego de un análisis se concluyó que la antecesora, aunque busca nombrar con literalidad a los productos que contiene, la palabra «fermentos» se relaciona con el proceso de fermentación, que suele asociarse a olores desagradables. Esto puede provocar cierto rechazo por parte del público.

Es por ello que para la propuesta de *naming* se decidió utilizar una sinalefa, «Fermentos Agroecológicos» resumido en «Agrofer».

FERMENTOS
NATURALES AGROECOLOGICOS

Antecedente

AGROFER

Propuesta de identidad

El sabor de lo natural

Esta línea busca poner en valor la frescura, lo saludable y orgánico de los productos que la conforman. Los fermentos naturales son alimentos que han sido sometidos a un proceso de fermentación utilizando microorganismos como bacterias, levaduras u hongos. Estos microorganismos convierten los azúcares y carbohidratos presentes en los alimentos en ácidos orgánicos, alcoholes y gases, lo que da como resultado un cambio en el sabor, la textura y la conservación de los alimentos. Los fermentos naturales son ricos en probióticos, que son microorganismos beneficiosos para la salud intestinal.

DISEÑO DE PACKAGING



MECANISMO DE DISEÑO



Es así que se priorizó el protagonismo de la textura y el color natural de cada fermento. La etiqueta solo la acompaña, generando contrastes y comunicando a su vez los sabores a través del uso del color.

Además, en esta línea se buscó un aspecto más artesanal, para transmitir la autenticidad y calidad a los fermentos, dejar ver su naturalidad, ya que se tratan de productos orgánicos, y lo que la diferencia de las demás líneas de Alcaraz, es que su cosecha es a mano y posee mínimos aditivos.

Teniendo en cuenta esto último, se utilizaron elementos gráficos limpios y despojados de ornamentaciones. La tipografía seleccionada es una sans serif de aspecto rústico, para enfatizar lo «hecho a mano» y natural. Su objetivo es únicamente comunicar de manera clara el tipo de fermento al cual contiene, sin interferir en el foco de atención que genera la textura y color de cada uno de ellos.

*"La fermentación es el alma de la cocina.
Es el arte de dejar que los ingredientes hablen por
sí mismos y se conviertan en algo más grande que
la suma de sus partes"*

Dan Barber



SISTEMA AGROFER

La paleta cromática de la línea parte de los sabores clásicos de chucrut y kimchi, que comparten la gama del verde, ya que son el sabor básico de ambas categorías. Luego, según el sabor de cada uno, se seleccionó un color que cumpla con los requerimientos de, en primer lugar, representar la materia prima base del sabor, y en segundo, pero no menos importante, que contraste armónicamente con la textura y color del producto.

Finalmente, para completar este juego de colores atractivos, se utilizó el celeste para el coleslaw, para diferenciarla de las anteriores categorías, además de que este color aporta asociaciones como la frescura, el agua y la pureza, características que suman positivamente a la vista de la línea en general.

CHUCRUT	Clásico	
	Manzana	
	Ciruela	
KIMCHI	Clásico	
	Picante	
	Repollo morado	
COESLAW	Ensalada	



MAYOV



DISEÑO DE PACKAGING



El sabor de la amistad

Esta línea invita a compartir un clima de compañía, juventud y diversión. Consta de 8 mayonesas veganas, que buscan promover un estilo de vida y de alimentación saludable, además del cuidado por los animales y el medio ambiente.

En un enfoque inclusivo y moderno, al tratarse de una línea joven y *veggie*, se decidió diseñar un personaje, de características amigables y atractivas, para cada una de las mayonesas. Esta decisión se fundamenta en la búsqueda por comunicar los conceptos que propone la línea, a la vez que se considera disruptivo en este tipo de mercado. Estos personajes se crearon con características andróginas, reflejando el compromiso con la diversidad e igualdad, y reconociendo la amplia gama de identidades de género presentes en la sociedad actual.

El estilo de los personajes se relaciona con la modernidad que caracteriza la juventud, por lo que se realizaron con técnica vectorial. Además se refleja dinamismo en sus expresiones faciales, distorsionadas o fragmentadas, que logran una cercanía con la vanguardia del cubismo.

El diseño busca, a través de elementos gráficos vibrantes y contrastantes, capturar la energía y vitalidad de la juventud contemporánea. Cada etiqueta está diseñada para ser visualmente atractiva y fácil de identificar, creando una experiencia visual impactante y diferencial.

*"La comida es el lenguaje del amor,
la amistad y la felicidad"*

Jamie Oliver



MECANISMO DE DISEÑO



Los personajes están diseñados a partir de una simplificación de cada verdura que representa el sabor de cada mayonesa. Esta estilización visual facilita la identificación del producto y refuerza la relación entre el personaje y el sabor específico, a la vez que genera una conexión emocional con el usuario.

Además, fueron creados a partir de criterios de continuidad y coherencia, tal como vemos en la repetición de sus ojos, donde solo el color es el que se modifica según el sabor. Además, se buscó que las miradas de ellos sea dinámica, mirando hacia un lado y hacia otro, para representar esa conexión que se genera en una reunión de amigos.

Todos los personajes son acompañados por un globo de diálogo que comunica que se trata de una línea de aderezos apta para veganos, de una manera simpática y coherente.

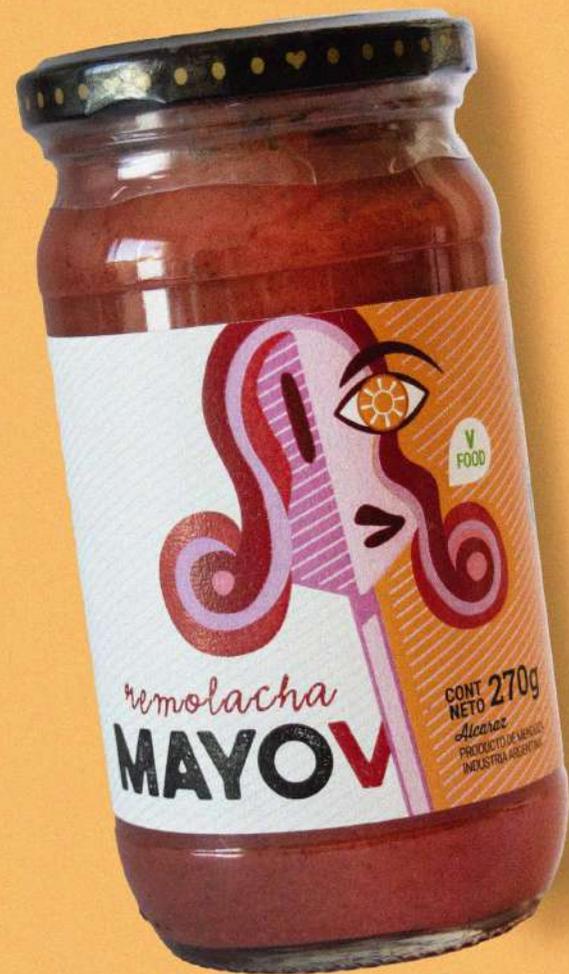
La marca Mayov es la que Alcaraz utiliza actualmente porque es adecuada para la línea, solo se cambia el color de la «V» según el sabor del aderezo.

La tipografía que comunica el sabor, busca romper y contrastar con lo vectorial, utilizando una cursiva desestructurada que tiene relación con los encuentros de amistades.

Finalmente, para la información que viste y comunica las características del producto se utilizó una tipografía sans serif, ya que acompaña los conceptos modernos que representan a la línea.









SISTEMA MAYOV

La colorimetría de cada etiqueta consta de 2 colores principales, un contraste entre el color del personaje principal, que lleva el color literal de la verdura con la que está producida, y un color complementario o triádrico si nos paramos en la rueda cromática.

Además se realizó un pictograma en la contraetiqueta de cada una, que muestra de manera literal a la materia prima base principal de cada aderezo. La forma de los pictogramas fue creada en coherencia con la estructura de los personajes para mantener una relación de aspecto importante para mejorar su comprensión.

ORIGINAL		
TÁRTARA		
ZANAHORIA		
CON AJO		



El segundo color acompaña, da contraste y genera una continuidad a las líneas de 45° utilizadas para darles sombra y dinamismo a los personajes. Además funciona como fondo para contener a la cantidad de octógonos –4– que lleva obligatoriamente esta línea en particular, y hacerlos pasar un poco más desapercibidos. También es utilizado en la parte de los datos nutricionales para darle constancia al uso de ese color en ambos lados de la etiqueta.

REMOLACHA		
ALBAHACA		
MERKEN		
SRIRACHA		



HASHI

El sabor de lo oriental

Esta línea nos sumerge en la cultura oriental a través de la delicada y elegante práctica del *shodō*, (書道 «camino de la escritura») que es una antigua caligrafía japonesa, un arte tradicional y disciplina muy conocida y popular en Japón.

Para el desarrollo de la tipografía de las etiquetas se utilizó el estilo *Kaisho* (楷書), que es considerado la base de la que descienden todos los demás.

Este es el estilo estándar, más común y fácil de usar, aunque el menos ornamental y decorativo. Para escribir este estilo se levanta el pincel en cada trazo. Las letras se realizaron utilizando los trazos, direccionalidad y presión del pincel característicos de este arte milenario para transmitir la expresividad de la cultura japonesa.

La colorimetría de las diferentes salsas orientales fueron elegidos en relación con los diferentes sabores de cada una.

日本命平幸福
愛真和寿司

Shodō estilo *Kaisho*.

DISEÑO DE PACKAGING

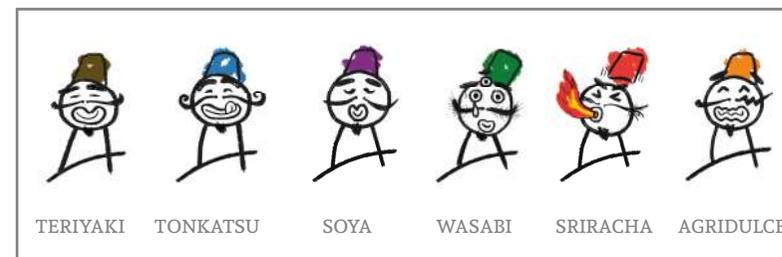


MECANISMO DE DISEÑO



La contraetiqueta de esta línea presenta una ilustración de un chef, diseñado en un estilo minimalista y caricaturesco que refleja la estética comúnmente asociada con los productos japoneses. Además, este personaje comunica y representa a través de sus distintas expresiones el sabor que podemos encontrar en cada salsa oriental.

Además, el color del sombrero de este chef japonés, tiene coherencia con el color utilizado en la tipografía que comunica el sabor de cada una de las salsas orientales.



"La cara de una persona al probar un plato delicioso es la más honesta de todas las críticas culinarias"



SISTEMA HASHI

Para las etiquetas de estas salsas orientales, se utilizó un troquel con una forma que la relaciona con los torii (鳥居), que es una puerta sagrada japonesa o arco tradicional, que suele colocarse en la entrada de los santuarios sintoístas para marcar la frontera entre el terreno profano y el terreno sagrado.

Los torii están compuestos por dos pilares verticales y dos travesaños horizontales, donde el travesaño superior se curva hacia arriba en los extremos, creando una apariencia diagonal distintiva, como se ve en la etiqueta.



Aprovechando el mismo troquel utilizado en el frente, se decidió abaratar costos utilizando el mismo, colocando el código de barras en el espacio donde se encontraba la marca. Además, se nombra a la marca paraaguas, para darle identidad a la empresa productora Alcaraz.

Para la información que viste al producto se utilizó una sans serif para darle un aspecto moderno y contrastar con los trazos expresivos de la escritura japonesa del frente.



04

NORMATIVA

DEL SISTEMA

NORMATIVA

IDENTIDAD VISUAL

Recetas de Entonces

TIPOGRAFÍA	Aa Lateef SemiBold	abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789
CÓDIGO CROMÁTICO	●	Pantone: black CMYK: #00000
REDUCCIÓN MÍNIMA	Recetas de entonces	50 x 18mm

Versión positiva

Recetas de
entonces

Versión negativa

Recetas de
entonces

Zona de seguridad



NORMATIVA

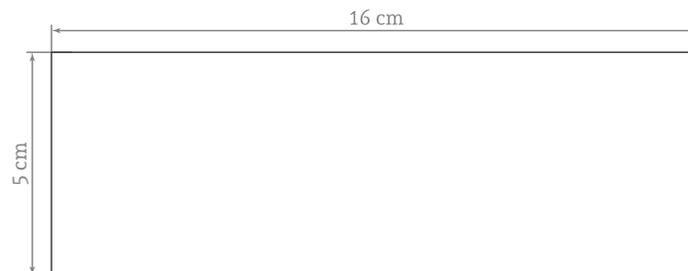
SISTEMA

Recetas de Entonces

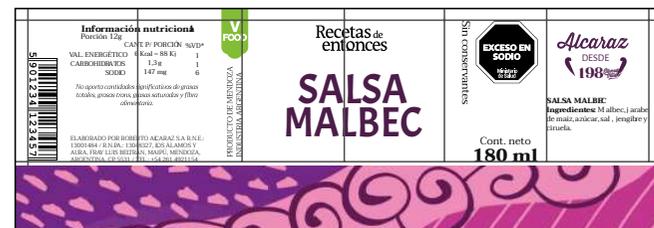
TIPOGRAFÍAS	<p>Aa Acme regular</p> <p><i>Aa</i> Taviraj regular</p> <p><i>Aa</i> Taviraj italic</p> <p>Aa Taviraj bold</p>	<p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p>
TINTAS		CMYK
PAPEL	Martelé blanco	Autoadhesivo
ACABADOS	 Barniz protector	<p>Corte</p> <p>Mate</p>

SELECTAS | JALAPEÑOS

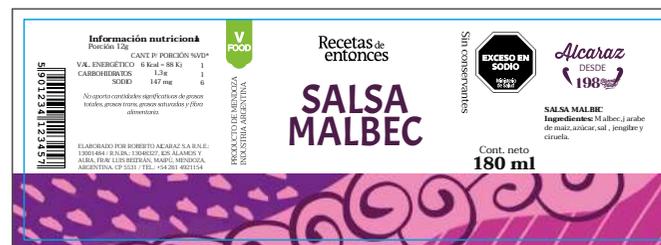
Medidas



Grilla

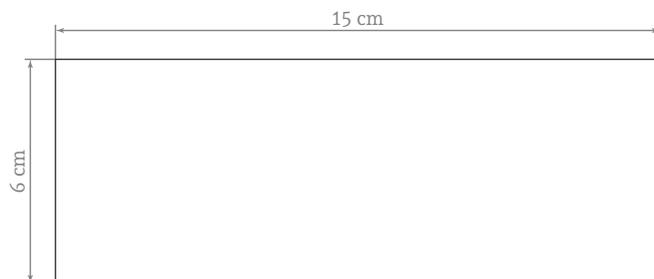


Sangrado



CHIMICHURRIS

Medidas



Grilla

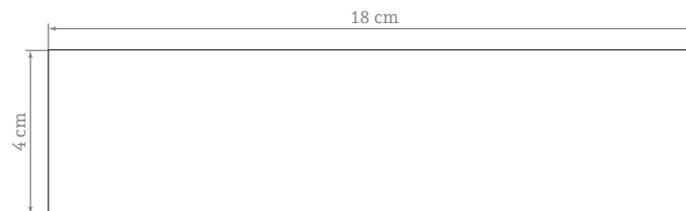


Sangrado

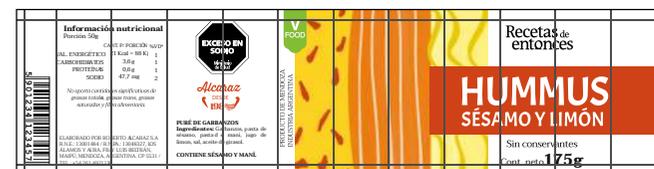


PASTAS | CURRYS | MOSTAZAS | CHUTNEYS

Medidas



Grilla

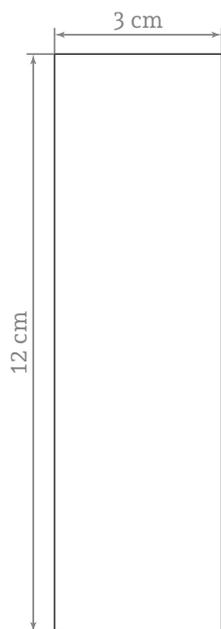


Sangrado



CONDIMENTOS

Medidas



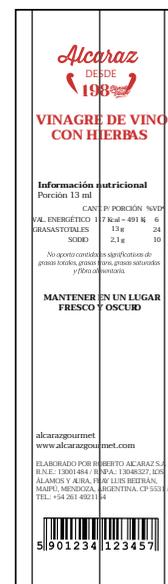
Grilla



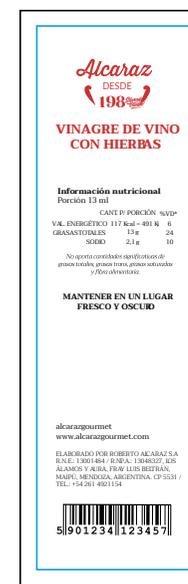
Sangrado



Grilla

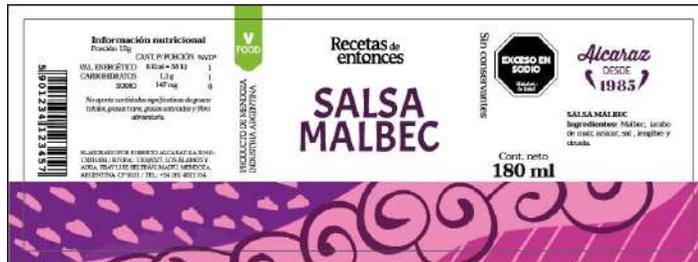


Sangrado

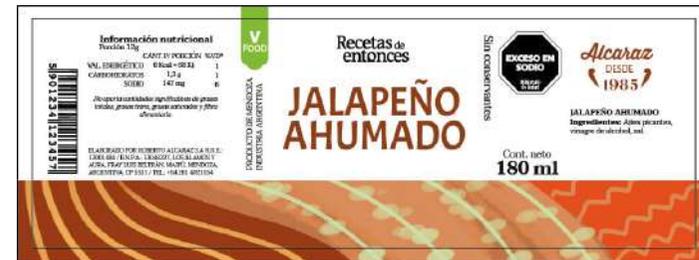
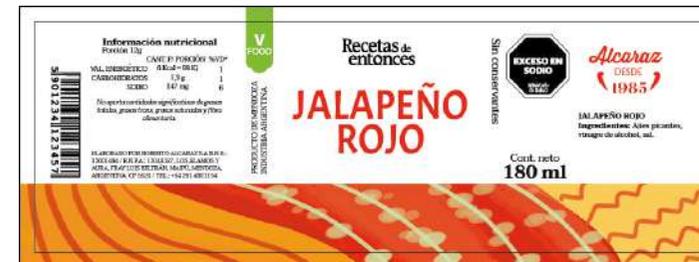


SISTEMA RECETAS DE ENTONCES

SALSAS



JALAPEÑOS



CHIMICHURRIS



MOSTAZAS



CURRYS



CONDIMENTOS



CHUTNEYS



NORMATIVA

IDENTIDAD VISUAL

Agrofer

TIPOGRAFÍA	Aa Matrix II Ext OT Semi Narrow	abcdefghijklmnopqrs tuvwxyz0123456789
CÓDIGO CROMÁTICO	●	Pantone: black CMYK: #00000
REDUCCIÓN MÍNIMA	AGROFER	25 x 6mm

Versión positiva

AGROFER

Versión negativa



Zona de seguridad



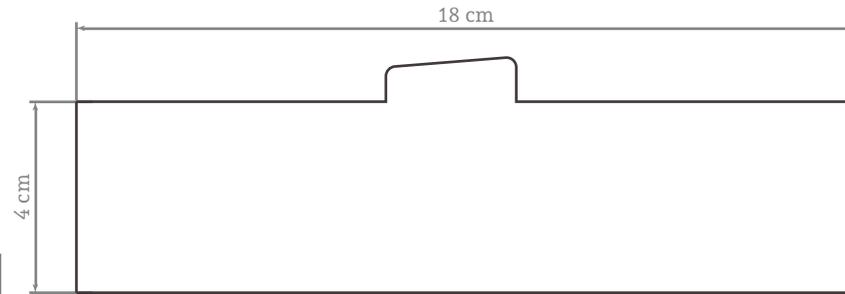
NORMATIVA

SISTEMA

Agrofer

TIPOGRAFÍAS	<p>Aa Bitter regular</p> <p><i>Aa</i> Bitter italic</p> <p>Aa Special Elite</p> <p>Aa High Voltage Rough</p>	<p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p>
TINTAS		CMYK
PAPEL	Martelé blanco	Autoadhesivo
ACABADOS	 Barniz protector	Troquel Mate

Medidas



Grilla



Sangrado



SISTEMA AGROFER

AGROFER

KIM CHI

PRODUCTO DE MENDOZA INDUSTRIA ARGENTINA

310g PESO NETO 290g PESO ESC

Clásico

Alcaraz
alcarazgourmet | www.alcarazgourmet.com

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 50g. VALOR ENERGÉTICO: 65kcal-270 (9VVD). CARBOHIDRATOS: 0,6g (0VVD). PROTEÍNAS: 0,8g (0VVD). FIBRA ALIMENTARIA: 1,1g (4VVD). SODIO: 9mg (1VVD).

KIMCHI PICANTE: Ingredientes: repollo, agua, zanahoria, tallo, cebolla, ají picante, sal, ajo, jengibre, kani.

Elaborado por Roberto Alcaraz S.A. / R.N.E. DONDARA / R.N.P.A. / DONDARA ALANOS Y ARIA, FRAY LUIS BETTAN MAPU, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5511. TEL.: +54 261 492116

*Valores diarios con base a una dieta de 2000kcal a 8400KJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Sin comentarios

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 15 DÍAS.

AGROFER

KIM CHI

PRODUCTO DE MENDOZA INDUSTRIA ARGENTINA

310g PESO NETO 290g PESO ESC

Repollo morado

Alcaraz
alcarazgourmet | www.alcarazgourmet.com

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 50g. VALOR ENERGÉTICO: 65kcal-270 (9VVD). CARBOHIDRATOS: 0,6g (0VVD). PROTEÍNAS: 0,8g (0VVD). FIBRA ALIMENTARIA: 1,1g (4VVD). SODIO: 9mg (1VVD).

KIMCHI CON REPOLLO MORADO: Ingredientes: Repollo morado, agua, zanahoria, tallo, cebolla, sal, ajo, jengibre, kani.

Elaborado por Roberto Alcaraz S.A. / R.N.E. DONDARA / R.N.P.A. / DONDARA ALANOS Y ARIA, FRAY LUIS BETTAN MAPU, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5511. TEL.: +54 261 492116

*Valores diarios con base a una dieta de 2000kcal a 8400KJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Sin comentarios

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 15 DÍAS.

AGROFER

KIM CHI

PRODUCTO DE MENDOZA INDUSTRIA ARGENTINA

310g PESO NETO 290g PESO ESC

Picante

Alcaraz
alcarazgourmet | www.alcarazgourmet.com

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 50g. VALOR ENERGÉTICO: 65kcal-270 (9VVD). CARBOHIDRATOS: 0,6g (0VVD). PROTEÍNAS: 0,8g (0VVD). FIBRA ALIMENTARIA: 1,1g (4VVD). SODIO: 9mg (1VVD).

KIMCHI PICANTE: Ingredientes: repollo, agua, zanahoria, tallo, cebolla, ají picante, sal, ajo, jengibre, kani.

Elaborado por Roberto Alcaraz S.A. / R.N.E. DONDARA / R.N.P.A. / DONDARA ALANOS Y ARIA, FRAY LUIS BETTAN MAPU, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5511. TEL.: +54 261 492116

*Valores diarios con base a una dieta de 2000kcal a 8400KJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Sin comentarios

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 15 DÍAS.

AGROFER

COLES LAW

PRODUCTO DE MENDOZA INDUSTRIA ARGENTINA

310g PESO NETO 290g PESO ESC

Ensalada

Alcaraz
alcarazgourmet | www.alcarazgourmet.com

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 50g. VALOR ENERGÉTICO: 65kcal-270 (9VVD). CARBOHIDRATOS: 1g (0VVD). GRASAS TOTALES: 4,5g (1VVD). GRASAS SATURADAS: 1,4g (0VVD). FIBRA ALIMENTARIA: 1g (0VVD). SODIO: 9mg (1VVD).

COLESLAW: Ingredientes: repollo, zanahoria, cebolla, aceite de girasol, agua, jengibre, vinagre de manzana, mostaza, jugo de limón, sal, azúcar, pimienta, aditivos de masa, ESP IN5 412.

Elaborado por Roberto Alcaraz S.A. / R.N.E. DONDARA / R.N.P.A. / DONDARA ALANOS Y ARIA, FRAY LUIS BETTAN MAPU, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5511. TEL.: +54 261 492116

*Valores diarios con base a una dieta de 2000kcal a 8400KJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Sin comentarios

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 15 DÍAS.

AGROFER

CHUCRUT

PRODUCTO DE MENDOZA INDUSTRIA ARGENTINA

310g PESO NETO 290g PESO ESC

Clásico

Alcaraz
alcarazgourmet | www.alcarazgourmet.com

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 50g. VALOR ENERGÉTICO: 65kcal-270 (9VVD). CARBOHIDRATOS: 0,6g (0VVD). PROTEÍNAS: 0,8g (0VVD). FIBRA ALIMENTARIA: 1,1g (4VVD). SODIO: 9mg (1VVD).

CHUCRUT CLÁSICO: Ingredientes: repollo, sal, ACI IN5 330.

Elaborado por Roberto Alcaraz S.A. / R.N.E. DONDARA / R.N.P.A. / DONDARA ALANOS Y ARIA, FRAY LUIS BETTAN MAPU, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5511. TEL.: +54 261 492116

*Valores diarios con base a una dieta de 2000kcal a 8400KJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Sin comentarios

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 15 DÍAS.

AGROFER

CHUCRUT

PRODUCTO DE MENDOZA INDUSTRIA ARGENTINA

310g PESO NETO 290g PESO ESC

Ciruela

Alcaraz
alcarazgourmet | www.alcarazgourmet.com

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 50g. VALOR ENERGÉTICO: 65kcal-270 (9VVD). CARBOHIDRATOS: 0,6g (0VVD). PROTEÍNAS: 0,8g (0VVD). FIBRA ALIMENTARIA: 1,1g (4VVD). SODIO: 9mg (1VVD).

CHUCRUT CON CIRUELA: Ingredientes: repollo, ciruelas, cebolla, pasta de uva, sal, ACI IN5 330.

Elaborado por Roberto Alcaraz S.A. / R.N.E. DONDARA / R.N.P.A. / DONDARA ALANOS Y ARIA, FRAY LUIS BETTAN MAPU, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5511. TEL.: +54 261 492116

*Valores diarios con base a una dieta de 2000kcal a 8400KJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Sin comentarios

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 15 DÍAS.

AGROFER

CHUCRUT

PRODUCTO DE MENDOZA INDUSTRIA ARGENTINA

310g PESO NETO 290g PESO ESC

Manzana

Alcaraz
alcarazgourmet | www.alcarazgourmet.com

INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 50g. VALOR ENERGÉTICO: 65kcal-270 (9VVD). CARBOHIDRATOS: 0,6g (0VVD). PROTEÍNAS: 0,8g (0VVD). FIBRA ALIMENTARIA: 1,1g (4VVD). SODIO: 9mg (1VVD).

CHUCRUT CON MANZANA: Ingredientes: repollo, manzanas verdes, azúcar, sal, cebolla, pasta de uva, jugo de limón, vinagre de ácido, ACI IN5 330.

Elaborado por Roberto Alcaraz S.A. / R.N.E. DONDARA / R.N.P.A. / DONDARA ALANOS Y ARIA, FRAY LUIS BETTAN MAPU, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5511. TEL.: +54 261 492116

*Valores diarios con base a una dieta de 2000kcal a 8400KJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Sin comentarios

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 15 DÍAS.

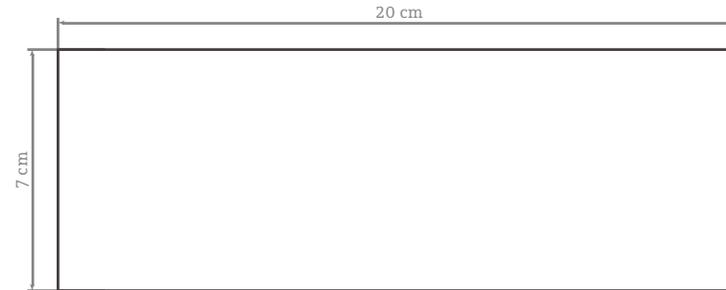
NORMATIVA

SISTEMA

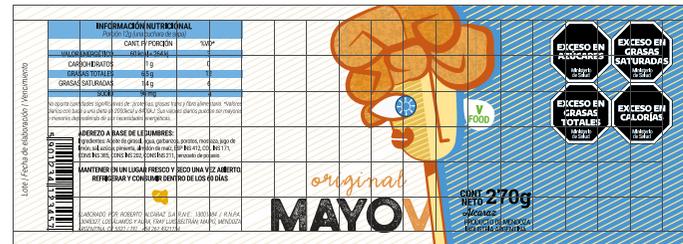
MayoV

TIPOGRAFÍAS	<p>Aa Roboto Condensed Regular</p> <p><i>Aa</i> Roboto Condensed italic</p> <p>Aa Roboto Condensed Bold</p> <p><i>Aa</i> Emmascript MVB Std</p>	<p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>abcdefghijklmnñopqrs tuvwxyz0123456789</p>
TINTAS		CMYK
PAPEL	Martelé blanco	Autoadhesivo
ACABADOS		<p>Corte</p> <p>Mate</p>

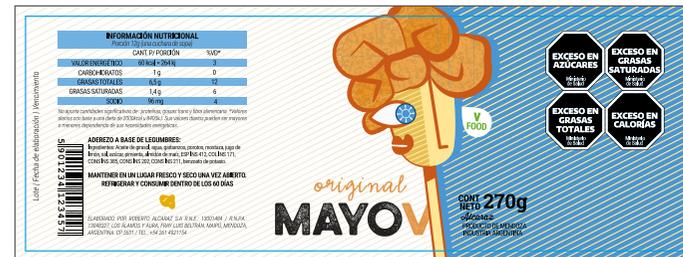
Medidas



Grilla



Sangrado



SISTEMA MAYO V

Lote / Fecha de elaboración / vencimiento

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción 270g (cantidad de venta)		
	CANT. POR PORCIÓN	%VD*
VALOR ENERGÉTICO	60 kcal (254 kJ)	3
CARBOHIDRATOS	1 g	0
GRASAS TOTALES	4,5 g	12
GRASAS SATURADAS	1,4 g	6
SODIO	96 mg	4

No aporte cantidades significativas de: proteínas, grasas trans y fibra alimentaria. *Porcentaje diario calculado a partir de una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Los valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

ADEREZO A BASE DE LEGUMBRES CON AJO:
Ingredientes: Aceite de girasol, agua, garbanzo, ajo, mostaza, jugo de limón, sal, azúcar, vinagre, almidón de maíz, ESP. REG. 412, DCE. REG. 171, CONE. REG. 385, CONE. REG. 202, CONE. REG. 211, benzoato de potasio.

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO. REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 60 DÍAS.

ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. R.N.E. 13001484 / R.N.P.A. 13048227, LOS ALAMOS Y ALTA FRAY LUIS BELTRÁN MARPÉ, MONTECLOA, ARGENTINA. CP 5511 / TEL. +54 261 4821154

con ajo
MAYOV

CONT. NETO 270g
Aliceras
PRODUCTO DE MENCIÓN INDUSTRIAL ARGENTINA

EXCESO EN AZÚCARES
EXCESO EN GRASAS SATURADAS
EXCESO EN GRASAS TOTALES
EXCESO EN CALORÍAS

V FOOD

Lote / Fecha de elaboración / vencimiento

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción 270g (cantidad de venta)		
	CANT. POR PORCIÓN	%VD*
VALOR ENERGÉTICO	60 kcal (254 kJ)	3
CARBOHIDRATOS	1 g	0
GRASAS TOTALES	4,5 g	12
GRASAS SATURADAS	1,4 g	6
SODIO	96 mg	4

No aporte cantidades significativas de: proteínas, grasas trans y fibra alimentaria. *Porcentaje diario calculado a partir de una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Los valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

ADEREZO A BASE DE LEGUMBRES CON ZANAHORIA:
Ingredientes: Aceite de girasol, agua, garbanzo, zanahoria, mostaza, jugo de limón, sal, azúcar, vinagre, almidón de maíz, ESP. REG. 412, DCE. REG. 171, CONE. REG. 385, CONE. REG. 202, CONE. REG. 211, benzoato de potasio.

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO. REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 60 DÍAS.

ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. R.N.E. 13001484 / R.N.P.A. 13048227, LOS ALAMOS Y ALTA FRAY LUIS BELTRÁN MARPÉ, MONTECLOA, ARGENTINA. CP 5511 / TEL. +54 261 4821154

zanahoria
MAYOV

CONT. NETO 270g
Aliceras
PRODUCTO DE MENCIÓN INDUSTRIAL ARGENTINA

EXCESO EN AZÚCARES
EXCESO EN GRASAS SATURADAS
EXCESO EN GRASAS TOTALES
EXCESO EN CALORÍAS

V FOOD

Lote / Fecha de elaboración / vencimiento

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción 270g (cantidad de venta)		
	CANT. POR PORCIÓN	%VD*
VALOR ENERGÉTICO	60 kcal (254 kJ)	3
CARBOHIDRATOS	1 g	0
GRASAS TOTALES	4,5 g	12
GRASAS SATURADAS	1,4 g	6
SODIO	96 mg	4

No aporte cantidades significativas de: proteínas, grasas trans y fibra alimentaria. *Porcentaje diario calculado a partir de una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Los valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

ADEREZO A BASE DE LEGUMBRES CON REMOLACHA:
Ingredientes: Aceite de girasol, agua, garbanzo, remolacha, mostaza, jugo de limón, sal, azúcar, vinagre, almidón de maíz, ESP. REG. 412, DCE. REG. 171, CONE. REG. 385, CONE. REG. 202, CONE. REG. 211, benzoato de potasio.

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO. REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 60 DÍAS.

ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. R.N.E. 13001484 / R.N.P.A. 13048227, LOS ALAMOS Y ALTA FRAY LUIS BELTRÁN MARPÉ, MONTECLOA, ARGENTINA. CP 5511 / TEL. +54 261 4821154

remolacha
MAYOV

CONT. NETO 270g
Aliceras
PRODUCTO DE MENCIÓN INDUSTRIAL ARGENTINA

EXCESO EN AZÚCARES
EXCESO EN GRASAS SATURADAS
EXCESO EN GRASAS TOTALES
EXCESO EN CALORÍAS

V FOOD

Lote / Fecha de elaboración / vencimiento

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción 270g (cantidad de venta)		
	CANT. POR PORCIÓN	%VD*
VALOR ENERGÉTICO	60 kcal (254 kJ)	3
CARBOHIDRATOS	1 g	0
GRASAS TOTALES	4,5 g	12
GRASAS SATURADAS	1,4 g	6
SODIO	96 mg	4

No aporte cantidades significativas de: proteínas, grasas trans y fibra alimentaria. *Porcentaje diario calculado a partir de una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Los valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

ADEREZO A BASE DE LEGUMBRES:
Ingredientes: Aceite de girasol, agua, garbanzo, mostaza, jugo de limón, sal, azúcar, vinagre, almidón de maíz, ESP. REG. 412, DCE. REG. 171, CONE. REG. 385, CONE. REG. 202, CONE. REG. 211, benzoato de potasio.

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO. REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 60 DÍAS.

ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. R.N.E. 13001484 / R.N.P.A. 13048227, LOS ALAMOS Y ALTA FRAY LUIS BELTRÁN MARPÉ, MONTECLOA, ARGENTINA. CP 5511 / TEL. +54 261 4821154

original
MAYOV

CONT. NETO 270g
Aliceras
PRODUCTO DE MENCIÓN INDUSTRIAL ARGENTINA

EXCESO EN AZÚCARES
EXCESO EN GRASAS SATURADAS
EXCESO EN GRASAS TOTALES
EXCESO EN CALORÍAS

V FOOD

SISTEMA MAYO V

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Porción (27g) (una cucharada de café)

VALOR ENERGÉTICO	CANT. P/ PORCIÓN	%VD*
60 kcal = 254 kJ	3	
CARBOHIDRATOS	1g	0
GRASAS TOTALES	6,5g	12
GRASAS SATURADAS	1,4g	6
SODIO	96 mg	4

No aporta carbohidros significativos de proteínas, grasas PMS y fibra alimentaria. *Porcentajes basados en base a una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

ADEREZO A BASE DE LEGUMBRES CON ALBAHACA.
Ingredientes: Aceite de girasol, agua, garbanzo, pimiento, albahaca, mostaza, alcaparras, jugo de limón, sal, vinagre, pimienta, ajo molido de maíz, ESP. ING. ING 171, CONE ING 202, CONE ING 212, base de agua de potasio.

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO. REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 60 DÍAS.

ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. R.N.E. 13001844 / R.N.P.A. 13068227. LOS ALAMOS Y ALURA TRAF. LUIS BELTRÁN MARPE, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5507 / TEL. +54 341 4621154

EXCESO EN AZÚCARES (Máx. 10g/100g)
EXCESO EN GRASAS SATURADAS (Máx. 10g/100g)
EXCESO EN GRASAS TOTALES (Máx. 15g/100g)
EXCESO EN CALORÍAS (Máx. 100kcal/100g)

albahaca MAYOV
CONT. NETO 270g
Alocasas
PRODUCTO DE MENDOZA, ARGENTINA

V FOOD

Lote / Fecha de elaboración / vencimiento

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Porción (27g) (una cucharada de café)

VALOR ENERGÉTICO	CANT. P/ PORCIÓN	%VD*
60 kcal = 254 kJ	3	
CARBOHIDRATOS	1g	0
GRASAS TOTALES	6,5g	12
GRASAS SATURADAS	1,4g	6
SODIO	96 mg	4

No aporta carbohidros significativos de proteínas, grasas PMS y fibra alimentaria. *Porcentajes basados en base a una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

ADEREZO A BASE DE LEGUMBRES CON SIRIACHA.
Ingredientes: Aceite de girasol, garbanzo, pimiento, ajo picante, sal, mostaza, jugo de limón, vinagre, ajo molido de maíz, ESP. ING. ING 171, CONE ING 202, CONE ING 212, base de agua de potasio.

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO. REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 60 DÍAS.

ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. R.N.E. 13001844 / R.N.P.A. 13068227. LOS ALAMOS Y ALURA TRAF. LUIS BELTRÁN MARPE, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5507 / TEL. +54 341 4621154

EXCESO EN AZÚCARES (Máx. 10g/100g)
EXCESO EN GRASAS SATURADAS (Máx. 10g/100g)
EXCESO EN GRASAS TOTALES (Máx. 15g/100g)
EXCESO EN CALORÍAS (Máx. 100kcal/100g)

siriacha MAYOV
CONT. NETO 270g
Alocasas
PRODUCTO DE MENDOZA, ARGENTINA

V FOOD

Lote / Fecha de elaboración / vencimiento

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Porción (27g) (una cucharada de café)

VALOR ENERGÉTICO	CANT. P/ PORCIÓN	%VD*
60 kcal = 254 kJ	3	
CARBOHIDRATOS	1g	0
GRASAS TOTALES	6,5g	12
GRASAS SATURADAS	1,4g	6
SODIO	96 mg	4

No aporta carbohidros significativos de proteínas, grasas PMS y fibra alimentaria. *Porcentajes basados en base a una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

ADEREZO A BASE DE LEGUMBRES CON MERIENDA.
Ingredientes: Aceite de girasol, garbanzo, pimiento, ajo picante, sal, mostaza, jugo de limón, vinagre, ajo molido de maíz, ESP. ING. ING 171, CONE ING 202, CONE ING 212, base de agua de potasio.

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO. REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 60 DÍAS.

ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. R.N.E. 13001844 / R.N.P.A. 13068227. LOS ALAMOS Y ALURA TRAF. LUIS BELTRÁN MARPE, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5507 / TEL. +54 341 4621154

EXCESO EN AZÚCARES (Máx. 10g/100g)
EXCESO EN GRASAS SATURADAS (Máx. 10g/100g)
EXCESO EN GRASAS TOTALES (Máx. 15g/100g)
EXCESO EN CALORÍAS (Máx. 100kcal/100g)

merienda MAYOV
CONT. NETO 270g
Alocasas
PRODUCTO DE MENDOZA, ARGENTINA

V FOOD

Lote / Fecha de elaboración / vencimiento

INFORMACIÓN NUTRICIONAL
Porción (27g) (una cucharada de café)

VALOR ENERGÉTICO	CANT. P/ PORCIÓN	%VD*
60 kcal = 254 kJ	3	
CARBOHIDRATOS	1g	0
GRASAS TOTALES	6,5g	12
GRASAS SATURADAS	1,4g	6
SODIO	96 mg	4

No aporta carbohidros significativos de proteínas, grasas PMS y fibra alimentaria. *Porcentajes basados en base a una dieta de 2000 kcal o 8400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

ADEREZO A BASE DE LEGUMBRES.
Ingredientes: Aceite de girasol, agua, garbanzo, fideos, zanahoria, nabo, cilantro, salmón, pimiento morrón, mostaza, ajos, jugo de limón, sal, vinagre, pimienta, ajo molido de maíz.

MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO UNA VEZ ABIERTO. REFRIGERAR Y CONSUMIR DENTRO DE LOS 60 DÍAS.

ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. R.N.E. 13001844 / R.N.P.A. 13068227. LOS ALAMOS Y ALURA TRAF. LUIS BELTRÁN MARPE, MENDOZA, ARGENTINA. CP 5507 / TEL. +54 341 4621154

EXCESO EN AZÚCARES (Máx. 10g/100g)
EXCESO EN GRASAS SATURADAS (Máx. 10g/100g)
EXCESO EN GRASAS TOTALES (Máx. 15g/100g)
EXCESO EN CALORÍAS (Máx. 100kcal/100g)

tártara MAYOV
CONT. NETO 270g
Alocasas
PRODUCTO DE MENDOZA, ARGENTINA

V FOOD

Lote / Fecha de elaboración / vencimiento

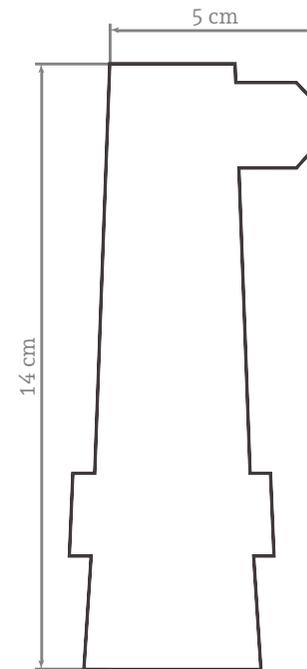
NORMATIVA

SISTEMA

Hashi

TIPOGRAFÍAS	<p>Aa Roboto Condensed Regular abcdefghijklmnopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p><i>Aa</i> Roboto Condensed Italic abcdefghijklmnopqrs tuvwxyz0123456789</p> <p>Aa Roboto Condensed Bold abcdefghijklmnopqrs tuvwxyz0123456789</p>	
TINTAS		CMYK
PAPEL	Martelé blanco	Autoadhesivo
ACABADOS		Troquel Mate

Medidas



Grilla



SISTEMA HASHI

 <p>TERIYAKI</p> <p>HASHI</p> <p>Cont. neto 250ml</p> <p>INDUSTRIA ARGENTINA PRODUCTO DE MENDOZA</p>	<p>EXCESO EN SODIO</p> <p>HASHI SALSA TERIYAKI</p> <p>INGREDIENTES: Salsa de soja, salsa inglesa, azúcar, almidón de maíz, permeato marino, colina 110, mg por 100 mg por 110, mg por 100</p> <p>INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 10g 1) cantidad de sodio: 749 DE ENERGÍA 1300-22 Kcal 92.4 (17.0%) SÁNDICHES 34.4 (5.0%) SÍMBOLO 110 mg (5.0%)</p> <p>No apete cuando todos los días de proteínas, carbohidratos, grasas trans y fibra alimentaria.</p> <p>(*) Valores obtenidos con base a una dieta de 2000 Kcal y 8400 L.J. Sus valores pueden ser superiores o inferiores dependiendo de su metabolismo energético.</p> <p>AGUAR ANTES DE USAR MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO, LINA V.F. / ABRIRLO DESPUÉS DE ABIR Y CONSUMIRLO DENTRO DE LOS 90 DÍAS.</p> <p>Alcaraz alcarazgourmet www.alcarazgourmet.com</p> <p>ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. / R.N.C. TODOS LOS DÍAS / TORRENTI, LOS ANDES Y ALTA FRÍO / LUIS BELTRÁN, MARI, MENDOZA ARGENTINA. CP 5831 TEL.: +54 261 4021154</p>
 <p>SRI RACHA</p> <p>HASHI</p> <p>Cont. neto 250ml</p> <p>INDUSTRIA ARGENTINA PRODUCTO DE MENDOZA</p>	<p>EXCESO EN SODIO</p> <p>HASHI SALSA SRIRACHA</p> <p>INGREDIENTES: Salsa de soja, salsa inglesa, azúcar, almidón de maíz, permeato marino, colina 110, mg por 100 mg por 110, mg por 100</p> <p>INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 10g 1) cantidad de sodio: 749 DE ENERGÍA 1300-22 Kcal 92.4 (17.0%) SÁNDICHES 34.4 (5.0%) SÍMBOLO 110 mg (5.0%)</p> <p>No apete cuando todos los días de proteínas, carbohidratos, grasas trans y fibra alimentaria.</p> <p>(*) Valores obtenidos con base a una dieta de 2000 Kcal y 8400 L.J. Sus valores pueden ser superiores o inferiores dependiendo de su metabolismo energético.</p> <p>AGUAR ANTES DE USAR MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO, LINA V.F. / ABRIRLO DESPUÉS DE ABIR Y CONSUMIRLO DENTRO DE LOS 90 DÍAS.</p> <p>Alcaraz alcarazgourmet www.alcarazgourmet.com</p> <p>ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. / R.N.C. TODOS LOS DÍAS / TORRENTI, LOS ANDES Y ALTA FRÍO / LUIS BELTRÁN, MARI, MENDOZA ARGENTINA. CP 5831 TEL.: +54 261 4021154</p>
 <p>WASABI</p> <p>HASHI</p> <p>Cont. neto 250ml</p> <p>INDUSTRIA ARGENTINA PRODUCTO DE MENDOZA</p>	<p>EXCESO EN SODIO</p> <p>HASHI SALSA WASABI</p> <p>INGREDIENTES: Salsa de soja, salsa inglesa, azúcar, almidón de maíz, permeato marino, colina 110, mg por 100 mg por 110, mg por 100</p> <p>INFORMACIÓN NUTRICIONAL: Porción 10g 1) cantidad de sodio: 749 DE ENERGÍA 1300-22 Kcal 92.4 (17.0%) SÁNDICHES 34.4 (5.0%) SÍMBOLO 110 mg (5.0%)</p> <p>No apete cuando todos los días de proteínas, carbohidratos, grasas trans y fibra alimentaria.</p> <p>(*) Valores obtenidos con base a una dieta de 2000 Kcal y 8400 L.J. Sus valores pueden ser superiores o inferiores dependiendo de su metabolismo energético.</p> <p>AGUAR ANTES DE USAR MANTENER EN UN LUGAR FRESCO Y SECO, LINA V.F. / ABRIRLO DESPUÉS DE ABIR Y CONSUMIRLO DENTRO DE LOS 90 DÍAS.</p> <p>Alcaraz alcarazgourmet www.alcarazgourmet.com</p> <p>ELABORADO POR ROBERTO ALCARAZ S.A. / R.N.C. TODOS LOS DÍAS / TORRENTI, LOS ANDES Y ALTA FRÍO / LUIS BELTRÁN, MARI, MENDOZA ARGENTINA. CP 5831 TEL.: +54 261 4021154</p>

NORMATIVA

ETIQUETADO FRONTAL

LEY 27.642: Es un sistema que promueve la alimentación saludable mediante avisos en los envases de los productos. Esta ley requiere que los productos alimenticios incluyan etiquetas en la parte frontal del envase que muestren ciertos aspectos clave de su composición nutricional.

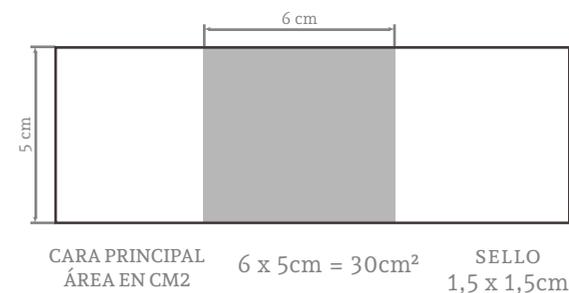
Sellos de advertencias

Las dimensiones del o los sellos están determinados de acuerdo al área de la cara principal de la etiqueta. Los sellos octogonales y las leyendas precautorias deberán colocarse en el margen superior derecho de la cara principal de los productos.

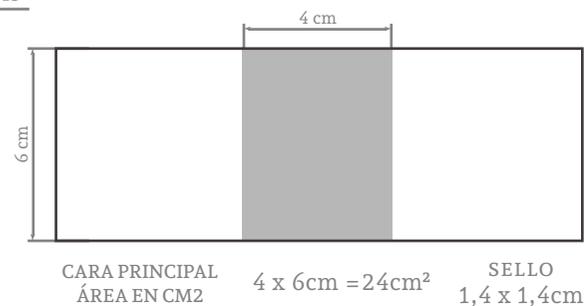
Área de cara principal	Medida del sello
$\geq 15\text{cm}^2$ a $< 20\text{cm}^2$	1,3 x 1,3 cm
$\geq 20\text{cm}^2$ a $< 25\text{cm}^2$	1,4 x 1,4 cm
$\geq 25\text{cm}^2$ a $< 30\text{cm}^2$	1,5 x 1,5 cm
$\geq 30\text{cm}^2$ a $< 35\text{cm}^2$	1,7 x 1,7 cm
$\geq 35\text{cm}^2$ a $< 40\text{cm}^2$	1,8 x 1,8 cm

SISTEMA DE RECETAS DE ENTONCES

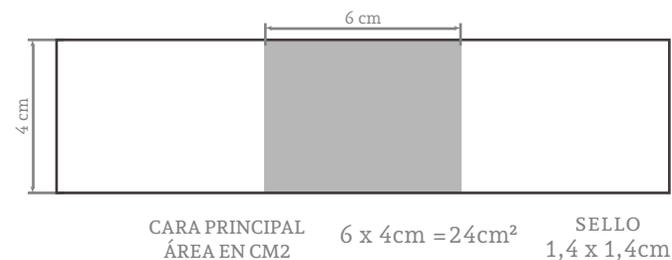
Selectas | Jalapeños



Chimichurris



Currys | Pastas | Mostazas

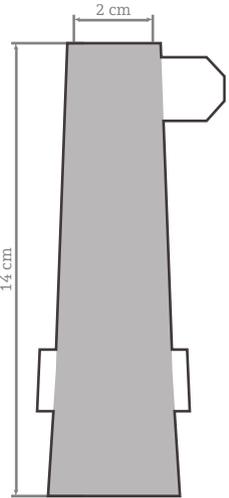


NORMATIVA

ETIQUETADO FRONTAL

SISTEMA DE HASHI

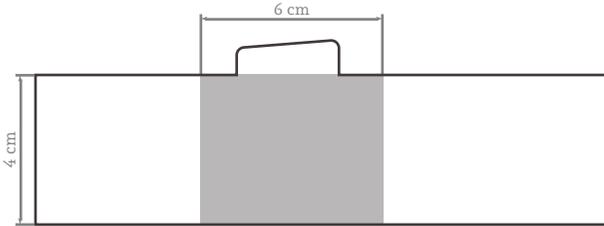
Salsas



CARA PRINCIPAL
ÁREA EN CM2 $2 \times 14\text{cm} = 28\text{cm}^2$ SELLO
1,5 x 1,5cm

SISTEMA DE AGROFER

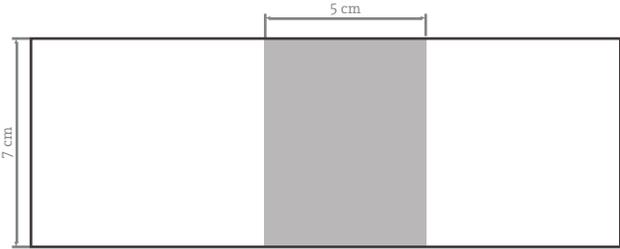
Fermentos



CARA PRINCIPAL $6 \times 4\text{cm} = 28\text{cm}^2$ SELLO
ÁREA EN CM2 1,4 x 1,4cm

SISTEMA DE MAYO V

Condimentos



CARA PRINCIPAL $5 \times 7\text{cm} = 35\text{cm}^2$ SELLO
ÁREA EN CM2 1,8 x 1,8cm

05

CONCRECIÓN

Y PRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

LÍNEA RECETAS DE ENTONCES

Ficha de datos

SISTEMA DE IMPRESIÓN	Offset digital en bobina
SOPORTE	Martelé blanco autoadhesivo
CANTIDAD DE TINTAS	4 tintas — CMYK
ACABADOS	Semicorte láser Barniz protector mate
TANDAS DE IMPRESIÓN	Trimestrales — 4 veces por año
ETIQUETADO	Automático y semi-automático
CANTIDAD A IMPRIMIR	Tandas de 200.000 etiquetas

Chimichurris



Selectas | Jalapeños



Currys | Pastas | Mostazas



Condimentos



Además esta línea utiliza tapas de frascos que son impresas en el exterior mediante serigrafía, ya que este tipo de impresión no se encuentra disponible localmente.

PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

LÍNEA AGROFER

Ficha de datos

SISTEMA DE IMPRESIÓN	Offset digital en bobina
SOPORTE	Martelé blanco autoadhesivo
CANTIDAD DE TINTAS	4 tintas — CMYK
ACABADOS	Semicorte láser Barniz protector mate
TANDAS DE IMPRESIÓN	Cuatrimestrales — 3 veces por año.
ETIQUETADO	Automático y semi-automático
CANTIDAD A IMPRIMIR	Tandas de 50.000 etiquetas



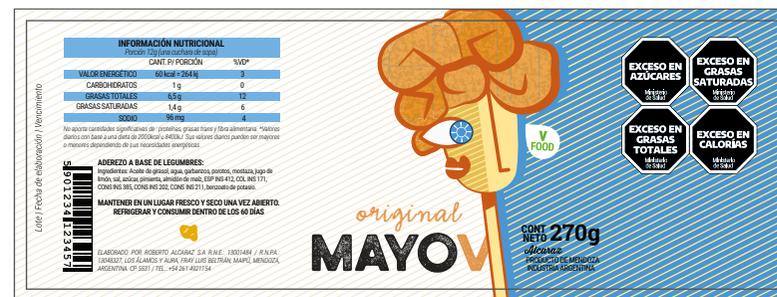
Además esta línea utiliza tapas de frascos que son impresas en el exterior mediante serigrafía, ya que este tipo de impresión no se encuentra disponible localmente.

PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

LÍNEA MAYO V

Ficha de datos

SISTEMA DE IMPRESIÓN	Offset digital en bobina
SOPORTE	Martelé blanco autoadhesivo
CANTIDAD DE TINTAS	4 tintas — CMYK
ACABADOS	Semicorte láser Barniz protector mate
TANDAS DE IMPRESIÓN	Trimestrales — 4 veces por año
ETIQUETADO	Automático y semi-automático
CANTIDAD A IMPRIMIR	Tandas de 100.000 etiquetas



PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

LÍNEA HASHI

Ficha de datos

SISTEMA DE IMPRESIÓN	Offset digital en bobina
SOPORTE	Martelé marfil autoadhesivo
CANTIDAD DE TINTAS	4 tintas — CMYK
ACABADOS	Semicorte láser Barniz protector mate
TANDAS DE IMPRESIÓN	Trimestrales — 4 veces por año
ETIQUETADO	Automático y semi-automático
CANTIDAD A IMPRIMIR	Tandas de 100.000 etiquetas



*"Cualquiera puede hacerte disfrutar
el primer bocado de un plato,
pero solo un verdadero chef
puede hacerte disfrutar el último"*

Francois Minot

BIBLIOGRAFÍA

CONSULTADA

BRILLAT-SAVARIN, J. A. (1825). "*La fisiología del gusto*".

ALCARAZ GOURMET. Recuperado de <https://www.alcarazgourmet.com/>

APRENDIHOY. "*Gourmet*". Recuperado de <https://aprendihoy.com/gourmet/>

MINISTERIO DE SALUD DE LA NACIÓN. "*Manual de Rotulado Nutricional Frontal*". Gobierno de Argentina. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/anmat_manual_rotulado_nutricional_frontal.pdf

ANMANT. (s.f.). "*Calculadora de sistema de sellos y advertencias nutricionales*". Recuperado de <https://sellos.anmat.gob.ar/Calculadora>

PIERNAS, M. (21 de abril de 2022). "*Frases de cocineros famosos*". Recuperado de <https://www.frases.net/frases-de-cocineros-famosos-925.html>

