

MESA REDONDA

LA HIPER-SOFISTICACIÓN DEL ALIMENTO BÁSICO

La importancia del Packaging en los productos Gourmet



**VERTO  
& GREENO**



# LA HIPERSOFISTICACIÓN DEL ALIMENTO BÁSICO



ALIMENTOS BÁSICOS

HUEVOS

# HUEVOS



ALIMENTOS BÁSICOS

PASTA

# PASTA



# PASTA



ALIMENTOS BÁSICOS

PAN



PAN



ALIMENTOS BÁSICOS

VERDURAS & +

# VERDURAS & +



# VERDURAS & +



QUIEN SOY YO

DE UN BOCADILLO DE BUTIFARRA A UNA OFERTA DE MODA



Karlos Tomás  
CREADOR Y BRAND MANAGER  
**BUTIPÀ BARCELONA**  
Bocadillo Gourmet de 'Butifarra'

**Hispack**  
**2015**  
www.hispack.com

THE FUTURE  
BECOMES  
PACKAGING



QUIENES SON LAS PROTAGONISTAS  
LA SAL, EL ACEITE Y EL ARROZ



Laura Calvo  
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN  
**FLOR de SAL d'ESTRENC**  
Sales Gourmet.

**Hispack**  
**2015**  
www.hispack.com

THE FUTURE  
BECOMES  
PACKAGING





**VERTO  
& GREENO**

Silvia Flaviá.  
EXPORT MK MANAGER  
Verto et GReno  
Aceite Gourmet.

**Hispack**  
**2015**  
www.hispack.com

THE FUTURE  
BECOMES  
PACKAGING





Ana Guasch  
FUNDADORA Y GERENTE  
**QUERIDA CARMEN**  
Arroces Gourmet

**Hispack**  
**2015**  
www.hispack.com

THE FUTURE  
BECOMES  
PACKAGING





## PREGUNTA A LA MESA

¿De dónde nace vuestro pack, vuestra idea, vuestra empresa?

¿Cómo lo encaja el mercado retail, el restaurador, el cliente final...?

## MESA REDONDA

LA HIPERSOFISTICACIÓN DEL ALIMENTO BÁSICO

La importancia del Packaging en los productos Gourmet



VERTO  
& GREENO



## PREGUNTA A QUERIDA CARMEN

Si ahora mismo fueras tu competencia...

¿Qué es lo que destacarías de QUERIDA CARMEN versus el resto de competidores?



## PREGUNTA A FLOR DE SAL D'ESTRENC

Cuando alguien hace un producto y un PACK sofisticado (*entiéndase por sofisticado - bien pensado y trabajado*)

¿qué pretende? ¿hacerse tan sólo un hueco en el mercado o expresar una forma de pensar, trabajar y vivir?



## PREGUNTA A VERTO&GREENO

Hoy en día el PACK comunica y hace que la comunicación pueda continuar, sirve de link e inicia una conversación con su cliente potencial.....

¿Cuál es la extensión natural hoy en día del PACK... la web, las redes sociales, una App?



## PREGUNTA A LA MESA

Creéis que existen muchos productores con productos excelentes, en vuestro mismo segmento, que con la ayuda de un experto en MK y diseño, podrían ser mucho más competitivos?



## PREGUNTA A QUERIDA CARMEN

Parte de la estrategia de packaging está pensada para captar mercados extranjeros.....  
¿Cómo estudiáis la presencia de vuestros productos en esos mercados?

¿Hacéis como la industria de la moda que se dedica a fotografiar in situ los productos que están en los lineales de los comercios?





## PREGUNTA A VERTO&GREENO

Ahora mismo gracias a Internet y a un buen trabajo, se puede competir por un lugar en el mercado con cualquier producto básico...

¿Se traduce eso en VENTAS rápidas? ¿Puede ser sólo un producto de venta ONLINE?



## PREGUNTA A FLOR DE SAL D'ESTRENC

No es cierto que un packaging atractivo o acorde con los ideales de cada uno (el cliente tipo) hace que el producto esté más bueno o te sienta mejor.



## PREGUNTA A LA MESA

¿Entiende el pack y el precio el canal Retail?  
¿Cuál es el porcentaje % de ventas en estos 4 canales?

- RETAIL ESPAÑA
- RESTAURANTES
- INTERNET
- EXPORT



## PREGUNTA AL PÚBLICO

¿Son más atractivos los packs multifuncionales? ¿justifican así mejor su precio?

Ejemplo:

En el caso de la pasta que dosifica las raciones según los gramos...



**VERTO  
& GREENO**



si quieres tener esta presentación:

[k@thinkpoteito.com](mailto:k@thinkpoteito.com) o [k@butipa.cat](mailto:k@butipa.cat)