

LEVANTAMIENTO DE ANTECEDENTES





bio
fresco
co

QUE ES:

Somos Biofresco! estamos **presentes desde el 2011 procesando**, distribuyendo y comercializando las mejores frutas y verduras a casinos, restaurantes, hoteles y supermercados! **Creemos que la alimentación sana no cuesta más** y puede generar un gran cambio para nuestro país y para las personas.

CONCEPTOS MANEJADOS POR LA EMPRESA

- **Productos Orgánicos:** Biofresco se especializa en alimentos libres de químicos, pesticidas y aditivos, enfocados en la salud y el bienestar.
- **Sostenibilidad:** La empresa promueve prácticas de producción sostenibles y responsables, buscando minimizar el impacto ambiental.
- **Certificación Orgánica:** Los productos de Biofresco cumplen con normativas y certificaciones que avalan su origen orgánico y la calidad de su producción.
- **Conciencia Saludable:** Promueven el consumo de alimentos naturales y saludables, con un enfoque en la prevención de enfermedades y el fortalecimiento de la salud a través de la alimentación.

ESPECIALIZACIÓN

Venta de productos naturales, específicamente:



Verduras Prelaboradas



Productos Frescos



Deshidratados



Proyectos



NUESTRA IMPLEMENTACIÓN:

De estos productos nosotros trataremos de ayudar en la problemática presentada en:

**Unidad de negocios
Vendomáticas saludables**

**Ensaladas/Frutas saladas
preparadas en vasos**

CÓDIGOS GRÁFICOS

Logo

Actualización de Identidad Visual: Las marcas a menudo actualizan sus logos para reflejar una imagen más moderna y alineada con las tendencias de diseño. Un logo renovado puede dar la impresión de que la empresa está evolucionando y adaptándose al mercado actual.

Refuerzo de Valores de Sostenibilidad: Si Biofresco quería subrayar su compromiso con la sostenibilidad, el bienestar y la salud, un nuevo logo podría transmitir esos valores de manera más clara. Los colores naturales, formas orgánicas y tipografía moderna pueden evocar directamente una conexión con la naturaleza y los alimentos frescos.

Aumento de Presencia Digital: En un entorno de marketing digital donde los logos deben ser visualmente claros y atractivos en plataformas móviles y en redes sociales, un logo actualizado y simplificado puede mejorar su visibilidad y recordación.



CÓDIGOS GRÁFICOS

tipografía



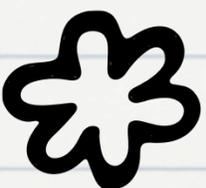
Quanta - Medium

En el logo antiguo de Biofresco, para su diseño utilizaron una tipografía más clásica o tradicional, que proyectaba una imagen natural y artesanal, característica común en marcas de productos orgánicos y naturales.



Nutmeg - Bold

En el nuevo logo, suele optar por una tipografía más moderna y minimalista. Este estilo suele ser sans-serif con agregado de bold para darle mas peso visual, de líneas limpias, lo cual le da un aspecto más actual y accesible, reflejando una identidad visual más fresca, sostenible y alineada con el mercado moderno. Esta tendencia es frecuente en marcas que buscan conectar con una audiencia digital y transmitir sencillez y transparencia.



CÓDIGOS GRÁFICOS



paleta cromática

La paleta cromática usada por biofresco en el presente son los colores verdes específicamente el panton “verde” - código **#9AC437**.

Los colores predominantes están orientados hacia tonos **naturales y frescos**, como ya fue mencionado (verde)

Estos son comunes para marcas en el rubro de **frutas y verduras** frescas en Chile.

Esto alinearía con el enfoque de Biofresco en productos **naturales y saludables**.



DISEÑO PACKAGING

POSITIVO

El envase está hecho de un plástico **delgado y frágil**, que se **deforma con facilidad** al ejercer presión sobre él.

La tapa **ofrece cierta inviolabilidad**, ya que incluye un **sello de seguridad** que indica si el producto ha sido abierto previamente, aunque tiene el inconveniente de que puede desprenderse parcialmente con facilidad.



NEGATIVO

Una vez abierto, el envase **no queda completamente hermético**, ya que la tapa de plástico permite la entrada de aire si no se cierra adecuadamente.

En el futuro, **será necesario actualizar el sticker con el logo**, ya que las personas podrían no asociar la marca con el nuevo diseño y seguirán identificándola con el antiguo. Además, el logo debería colocarse en una **posición visible** para que los consumidores puedan reconocer fácilmente que el producto es de Biofresco.



VASO DE PLÁSTICO

Sustituir el vaso de plástico convencional por uno más resistente y ecológico es una estrategia que aporta beneficios tanto al medio ambiente como a la imagen de la marca.



Los vasos plásticos comunes contribuyen a la contaminación y generan residuos que permanecen durante siglos antes de descomponerse.

Elegir materiales sostenibles, como bioplásticos, vidrio o productos reciclables, ayuda a disminuir la huella de carbono y fomenta prácticas más responsables.

Otra opción que proponemos es mejorar la utilidad de los vasos, por ejemplo, incorporando un tenedor para facilitar el consumo rápido de alimentos.



EXPANSIÓN

También identificamos deficiencias en las ventas a usuarios. La empresa ha expresado su interés en expandirse en el futuro, y un buen segmento para comenzar y potenciar estas ventas sería la venta a hospitales, que demandan muchos de estos insumos de consumo rápido.

Algunos vasos de plásticos poseen BPA que significa: Bisfenol A, una sustancia química industrial que se ha utilizado para fabricar ciertos plásticos.

El BPA se ha relacionado con algunos tipos de cánceres, así como con problemas inmunitarios, tiroideos y metabólicos.

LOS 5 PORQUÉS

¿por qué encontramos que los vasos son muy simples?

por ser muy poco prácticos

¿por qué deberían cambiar el formato del vaso a uno más llamativo?

porque los vasos que usan son muy genéricos

¿por qué usar un formato cuadrado será lo ideal?

Por el espacio y variedad del envase típico redondo

¿Por qué sería un plus de consumo si trae un tenedor desechable?

esto le otorgaría accesibilidad inmediata al producto

¿por qué debería ser un vaso reciclable?

para cuidar el medio ambiente, siguiendo los principios de la empresa



FODA EMPRESA

Fortalezas:

1. **Productos orgánicos y saludables:** Biofresco se especializa en ofrecer productos orgánicos, naturales y libres de pesticidas, lo que responde a la creciente demanda por alimentos más saludables y sostenibles.
2. **Procedencia local:** Al ser una empresa chilena, puede aprovechar la rica biodiversidad del país para producir una amplia gama de productos frescos y de alta calidad.
3. **Certificaciones orgánicas:** La empresa cuenta con certificaciones que avalan la calidad y la producción orgánica de sus productos, lo que genera confianza entre los consumidores.
4. **Compromiso con la sostenibilidad:** La empresa promueve prácticas agrícolas responsables, lo que la posiciona favorablemente entre los consumidores preocupados por el medio ambiente.

Debilidades:

1. **Costos de producción elevados:** La producción orgánica generalmente tiene costos más altos debido a la ausencia de pesticidas y fertilizantes convencionales, lo que puede reflejarse en precios más altos para los consumidores.
2. **Dependencia del mercado local:** Si bien Biofresco tiene presencia en algunos lugares de Chile, su éxito podría verse limitado si no amplía sus operaciones a más lugares del País.
3. **Escalabilidad:** El crecimiento y la expansión de la empresa pueden verse limitados por las capacidades de producción o la necesidad de más inversiones en infraestructura.
4. **Distribución limitada:** La distribución de productos orgánicos puede ser un desafío si no se cuenta con una red sólida de distribución, lo que podría restringir el acceso de Biofresco a ciertos mercados.

Oportunidades:

1. **Crecimiento del mercado de productos orgánicos:** El interés global por la alimentación saludable y ecológica sigue en aumento, lo que representa una gran oportunidad de expansión tanto a nivel local como internacional.
2. **Expansión a nivel más expandido:** Biofresco podría exportar más productos a otros mercados Chilenos que valoran los alimentos orgánicos y de alta calidad. También se podría implementar en hospitales.
3. **Innovación en productos:** Hay una oportunidad para desarrollar nuevos productos derivados de ingredientes locales o explorar la creación de productos de valor agregado, como snacks saludables o comidas preparadas orgánicas.
4. **Conciencia ambiental:** El aumento de la conciencia ambiental en los consumidores impulsa la demanda de productos con menor huella de carbono y métodos de producción sostenibles.

Amenazas:

1. **Competencia creciente:** El mercado de productos orgánicos está en crecimiento, pero también lo está la competencia. Nuevas empresas y grandes corporaciones que adoptan líneas de productos orgánicos podrían dificultar la diferenciación de Biofresco.
2. **Condiciones climáticas:** Al ser una empresa que depende de la agricultura, Biofresco está expuesta a los efectos del cambio climático, como sequías o fenómenos meteorológicos adversos que podrían afectar la producción.
3. **Cambios regulatorios:** Los requisitos gubernamentales o las normativas en cuanto a etiquetado y producción de productos orgánicos pueden volverse más estrictos y costosos de cumplir.
4. **Fluctuaciones económicas:** Las crisis económicas o cambios en el poder adquisitivo de los consumidores podrían impactar la demanda de productos premium como los orgánicos.

Mapa de empatía

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE



- Quiere productos saludables que no comprometan su bienestar ni el planeta.
- Valora que las marcas sean transparentes y que sus acciones reflejen sus valores.
- Está dispuesto a pagar más por productos sostenibles, pero deben justificar su precio.

¿QUÉ OYE?

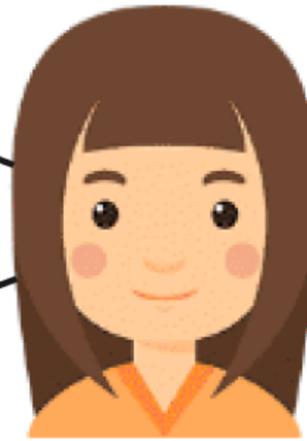


- Opiniones de amigos y familiares sobre la importancia de comprar de manera responsable.
- Influencers y expertos en sostenibilidad promoviendo marcas que cuidan el planeta.

¿QUÉ VE?



- Tiendas físicas y supermercados con opciones más ecológicas.
- Competencia entre marcas, promueven sostenibilidad (eco-friendly, "sin plásticos").
- Campañas y noticias sobre la importancia de reducir el uso de plásticos.



¿QUÉ DICE Y HACE?



- Investigan sobre los ingredientes y el impacto de los productos que compran.
- Prefieren marcas que comunican sus valores ambientales de forma clara.
- Participan en prácticas de reciclaje o compostaje en casa.

ESFUERZOS



- Falta de acceso a productos ecológicos a precios razonables.
- Desconfianza hacia las marcas que practican greenwashing (aparentar ser sostenibles sin serlo realmente).
- Dificultad para identificar empaques verdaderamente sostenibles.

RESULTADOS



- Quieren apoyar marcas alineadas con sus valores personales.
- Desean una experiencia de compra más consciente y sostenible



INTRUCCIONES PARA EVALUAR CON LA RÚBRICA

1. Asignar una puntuación de 1 a 3 en cada criterio, según el desempeño observado
2. Realizar un diagnóstico

Entre 21-24 puntos: Biofresco está en un nivel alto de desempeño, logrando satisfacer tanto a sus clientes como sus objetivos de sostenibilidad

Entre 13-20 puntos: La empresa está en un nivel aceptable, pero con oportunidades claras de mejora

Menos de 12 puntos: es necesario intervenir en varias áreas críticas para mejorar la operación y alcanzar sus metas



Rúbrica de evaluación para Biofresco

Criterios	Logrado (3)	Puede mejorar (2)	No logrado (1)
<p>Calidad del producto ¿Los productos entregados son frescos y de alta calidad?</p>	<p>Los productos son frescos, sin defectos, y cumplen con los estándares acordados con los clientes</p>	<p>Algunos productos presentan problemas menores de frescura o apariencia</p>	<p>Frecuentemente se reciben quejas por la baja calidad o frescura de los productos</p>
<p>Compromiso ambiental ¿se aplican prácticas sostenibles en la operación diaria?</p>	<p>La empresa implementa varias iniciativas ecológicas (ej. Reducción de residuos, transporte sostenible)</p>	<p>Se han iniciado algunas prácticas, pero todavía falta consolidarlas o extenderlas a todas las áreas</p>	<p>No se evidencia una política clara de compromiso ambiental ni prácticas ecológicas significativas</p>
<p>Satisfacción del cliente ¿Qué tan satisfechos están los clientes con los servicios y productos?</p>	<p>Los clientes reportan satisfacción constante y fidelidad hacia la empresa</p>	<p>La mayoría de los clientes están satisfechos, pero se registran algunas quejas que requiere atención</p>	<p>Existan numerosas quejas o clientes que abandonan la empresa por problemas resueltos</p>
<p>Relación con proveedores ¿Biofresco mantiene relaciones positivas y sostenibles con sus proveedores?</p>	<p>La empresa tiene acuerdos justos y colabora estrechamente con los productos</p>	<p>Las relaciones son aceptables, pero necesitan mejorar en términos de colaboración o condiciones comerciales</p>	<p>Existen conflictos frecuentes o relaciones inestables con los proveedores</p>

<p>Cumplimiento normativo y legal ¿Se cumplen las regularizaciones de seguridad alimentaria y ambientales?</p>	<p>Cumple con todas las normativas vigentes y posee certificaciones relevantes</p>	<p>Se han identificado áreas con riesgo de incumplimiento, aunque se está trabajando en ellas</p>	<p>La empresa tiene sanciones o incumplimientos en aspectos legales o normativos</p>
<p>Comunicación y transparencia ¿La empresa comunica de manera clara y transparente su compromiso con la sostenibilidad?</p>	<p>La empresa informa proactivamente a sus clientes y stakeholders sobre sus logros y desafíos sostenibles</p>	<p>Se comunica ocasionalmente, pero la información no es del todo clara o consistente</p>	<p>No hay comunicación clara o visible sobre las prácticas y logros en sostenibilidad</p>
<p>Gestión del talento y clima laboral ¿Se cuida del bienestar y desarrollo de los empleados?</p>	<p>Los empleados reportan satisfacción con su trabajo y se sienten apoyados en su desarrollo profesional</p>	<p>El clima laboral es aceptable, aunque existen áreas de mejora (ej. Comunicación interna)</p>	<p>Los empleados expresan insatisfacción o desmotivación frecuente</p>
<p>Innovación y mejora continua ¿Biofresco busca innovar en sus procesos o servicios?</p>	<p>La empresa introduce regularmente mejoras o innovaciones en sus procesos y oferta</p>	<p>hay intentos de innovar, pero no se han consolidado aún de forma consistente</p>	<p>No se evidencia un enfoque claro hacia innovación o mejora continua</p>