

# LEVANTAMIENTO DE ANTECEDENTES

Presentado por: Benjamín Campos  
Andrés Ramirez



## CONTENIDO

- **Introducción**
- Descripción de la empresa y definición de conceptos claves de marca.
- **Reconocimiento de los códigos gráficos**
- Detección de falencias de diseño
- **Diseño y aplicación de metodologías**



# INTRODUCCIÓN

Nuestro Proyecto de carácter semestral busca desarrollar diseños de soluciones en packaging, embalajes y sistema de exhibición como componentes de un sistema integral para la marca de frutas y verduras biofresco, basado en la Economía Circular para la comunicación y adopción de hábitos y conductas de consumo responsables y amigables con el entorno.



# BIOFRESCO

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

Cuentan con todas las autorizaciones y se preocupan de entregar **la mejor calidad!**, preocupándose de sus propios despachos llevándote lo que necesites **al mejor precio.**

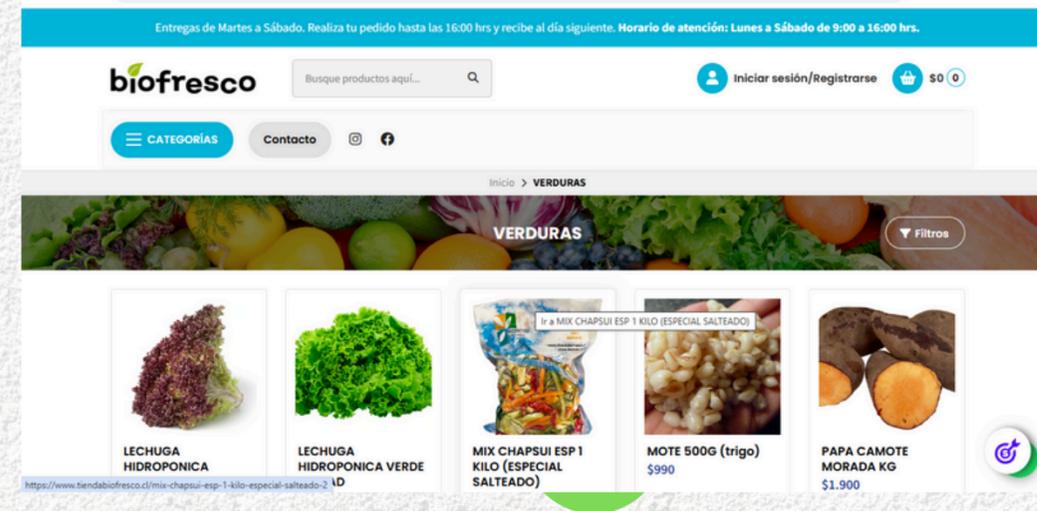
@biofresco\_



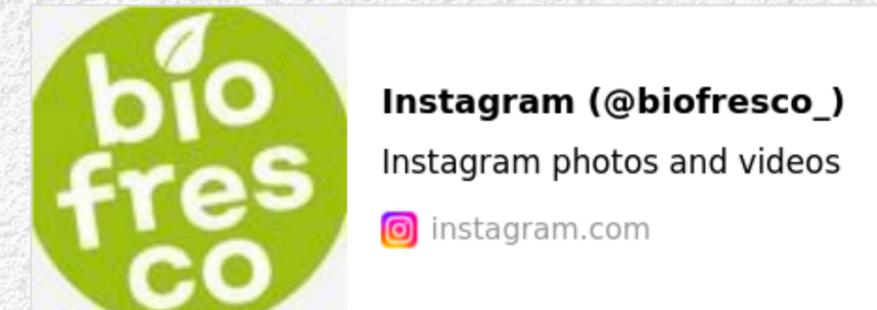
# CODIGOS GRÁFICOS



Logo



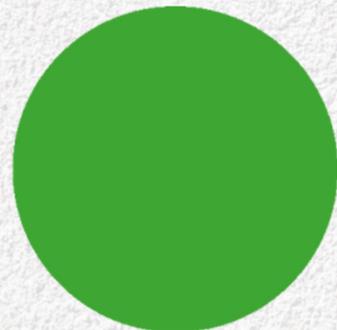
Pagina WEB



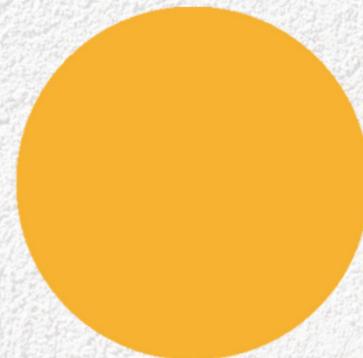
Redes sociales

Pantone

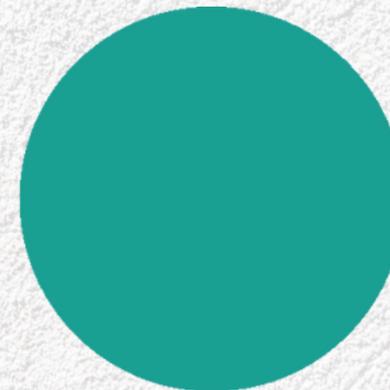
#41A635



#F7B233



#009F94



Tipografía Sans serif

**BIOFRESCO**  
frutas y verduras



# FALENCIAS DE DISEÑO



## IDENTIDAD GRÁFICA

Al buscar los códigos gráficos de la marca nos percatamos que tiene mas de un logo corporativo. El de la pagina web, el de redes sociales y el logo que habitualmente ocupan el en packaging son completamente distintos.

## FALTA DE INFORMACIÓN

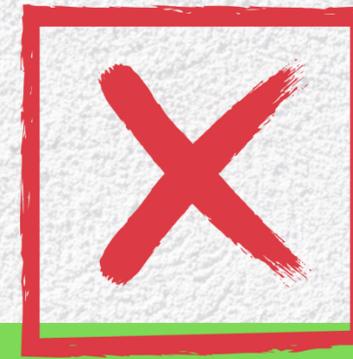
Falta de rotulación nutricional que comprende toda la información sobre las características nutricionales del alimento. Esta información nutricional tiene componentes obligatorios según lo aprendido en clases.

## INNOVACIÓN PACKAGING

Si bien cumple con la función tecnológica de conservación, su envase es muy monótono y falta de innovación tanto en su presentación a granel como en su presentación en su empaquetación.



biofresco



# ANÁLISIS DE PRODUCTO

*El análisis de vegetales y frutas envasados vendidos en el supermercado debe considerar la calidad del packaging, la variedad de productos, el precio, la distribución y el consumo. Es importante verificar la calidad del packaging, la ubicación en el supermercado y la fecha de caducidad antes de comprar los productos. Además, una dieta equilibrada que incluya una variedad de vegetales y frutas es esencial para una buena salud.*

**Consumo:** El consumo de vegetales y frutas envasados puede variar según la temporada, la cultura y la cocina. En algunos casos, los productos envasados pueden ser más populares debido a su comodidad y facilidad de uso, mientras que en otros casos, los productos frescos pueden ser más apreciados por su sabor y textura. Es importante recordar que una dieta equilibrada que incluya una variedad de vegetales y frutas es esencial para una buena salud.



**Calidad del packaging:** La calidad del packaging puede afectar la frescura y la conservación de los vegetales y frutas envasados. Los productos con un packaging adecuado, como bolsas de plástico o cajas de cartón, pueden mantener la humedad y la temperatura óptimas para prolongar la vida útil de los productos. También es importante verificar si el packaging está en buen estado y si hay signos de daño o deterioro.

**Variedad de productos:** Los supermercados suelen ofrecer una amplia variedad de vegetales y frutas envasados, lo que permite a los consumidores elegir según sus preferencias y necesidades. Esta variedad incluye productos orgánicos, de temporada y de importación, lo que puede afectar el precio y la calidad.



**Precio:** El precio de los vegetales y frutas envasados puede variar considerablemente según la calidad del packaging, la variedad de productos y la oferta. Los productos orgánicos o de alta calidad suelen ser más caros, mientras que los productos de temporada o de importación pueden ser más baratos.

**Distribución:** La distribución de los vegetales y frutas envasados en el supermercado puede afectar su calidad y consumo. Los productos que están expuestos al aire libre pueden perder humedad y verse afectados por el ambiente, lo que puede afectar su calidad y vida útil. Es importante verificar la ubicación y la exposición de los productos antes de comprarlos.



# MAPA DE EMPATÍA PARA UN CONSUMIDOR DE BIOFRESCO

## ¿Qué piensa y siente?

Valora su salud y bienestar. Tiene interés en productos frescos, orgánicos y naturales. Se preocupa por el impacto ambiental y busca marcas que reflejen sus valores. Puede sentir que los productos de Biofresco son más saludables que otras opciones industriales.

## ¿Qué ve?

Publicidad de productos naturales o frescos. Competencia en los supermercados que también ofrece productos 'verdes' o eco-friendly. Redes sociales con tendencias de vida saludable y consumo consciente. Marcas que están adoptando empaques sostenibles y ecológicos.

# ESTACIONE

5



### ¿Qué oye?

Recomendaciones de amigos o familiares sobre productos más saludables. Opiniones sobre la importancia de reducir el uso de plásticos y el impacto ambiental. Conversaciones sobre dietas saludables y el cuidado del cuerpo. Podcasts o influencers que promueven productos naturales y sostenibles.

### ¿Qué dice y hace?

Comenta en redes sociales sobre la importancia de cuidar el medio ambiente. Comparte recomendaciones sobre productos saludables o naturales. Compra en tiendas que apoyan productos orgánicos o ecológicos. Participa en comunidades o grupos interesados en la sostenibilidad y la salud.



### ¿Qué le duele?

Los precios elevados de los productos orgánicos o naturales. La dificultad para encontrar productos verdaderamente naturales y que cumplan con sus expectativas. La desconfianza en las etiquetas de productos que afirman ser 'naturales' pero no lo son completamente. La preocupación por el exceso de plástico y empaques no sostenibles.

### ¿Qué quiere ganar?

Sentirse bien por consumir productos frescos y naturales. Saber que está apoyando a una empresa que comparte sus valores de sostenibilidad. Mejorar su salud a largo plazo mediante una alimentación más saludable. Acceder a productos que sean verdaderamente naturales y a precios justos.





# RUBRICA DE EVALUACIÓN BIOFRESCO

## **Variedad y calidad de productos:**

*El cliente ofrece una amplia variedad de frutas y verduras congeladas de alta calidad, con una gran cantidad de opciones frescas y sanas.*

## **Precios y promociones:**

*Los precios de los productos son competitivos y a menudo se ofrecen promociones y descuentos especiales para atraer a los clientes.*

## **Comunicación y servicio al cliente:**

*El personal del cliente es amigable y dispuesto a ayudar, siempre listo para responder preguntas y resolver problemas. La comunicación es clara y eficiente.*

## **Entrega y transporte:**

*La entrega de productos es rápida y segura, con opciones de envío y transporte flexibles para satisfacer las necesidades de los clientes.*



Variedad



Precios y promociones



Servicio al cliente



Transporte



Innovación



Responsabilidad ambiental



## **Almacenamiento y conservación:**

*El cliente tiene un sistema de almacenamiento y conservación eficiente para mantener los productos congelados en óptimas condiciones de calidad y frescura.*

## **Innovación y adaptabilidad:**

*El cliente está dispuesto a innovar y adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes, ofreciendo nuevos productos y opciones para mantenerse a la vanguardia del mercado.*

## **Responsabilidad ambiental:**

*El cliente tiene un compromiso sólido con la responsabilidad ambiental y el cuidado del medio ambiente, utilizando prácticas y materiales sostenibles en la producción y transporte de los productos.*



**GRACIAS**  
**POR SU ATENCIÓN**