

LEVANTAMIENTO DE ANTECEDENTES - BIOFRESCO

Integrantes: Francisco Cortés, Stephany Pozo,
Catalina Soto.

ÍNDICE



Sobre biofresco



Detección de falencias



Diagnóstico de la industria



Aplicación de Rúbrica



Mapa de empatía



INTRODUCCIÓN

A continuación daremos a conocer la empresa Biofresco en donde nos tocó la línea de vendomaticas saludables con los snacks de frutos secos detectaremos la problemática del envase a través de aplicación de metodologías para llegar a una solución y así acercarnos a un público objetivo.



Biofresco es una empresa dedicada al procesamiento, distribución y comercialización de frutas y verduras, con un enfoque en buenas prácticas, sostenibilidad, trazabilidad e innovación productiva y la alimentación saludable

DetECCIÓN DE FALENCIAS



Falta de información nutricional, contenido, dosis a consumir

Falta interacción con el envase (implementación de nuevas tecnologías como códigos Qr)

El envase utiliza una marca la cual no les pertenece como tal sino que la utilizan como algo decorativo debido al costo que requiere.

Materialidad y sostenibilidad: el cliente desea mantener el envase plástico el cual solo da una apariencia de ser "Eco" solo para no gastar de más.



La apertura del envase puede causar complicaciones si el consumidor lo quiere guardar para después de un rato.

No cuenta con una línea gráfica establecida.

METODOLOGÍAS APLICADAS

Diagnóstico de la industria biofresco



- Envases plásticos importados.
- Envase papel genérico.



- Existe una variedad de oferta al momento de relacionarse de frutos secos que el potencial cliente al buscar puede encontrar el que más le convenga.



- Sector Orega (restaurante y hoteles)
- Sector retail (tiendas)
- Sector Máquinas



Hasta el momento no hay nuevas empresas o pymes que hayan entrado a este negocio, con las características de Biofresco.



- Tenemos a las siguientes empresas que también ofrecen frutos secos:
- Frutisa
 - Frutexsa
 - Piwen

Rúbrica

alto

medio

bajo

| | alto | medio | bajo |
|----------------------------------|--|---|--|
| ATRACTIVO VISUAL | El diseño es visualmente atractivo, único y capta la atención del consumidor | El diseño es atractivo pero no tiene elementos que lo hagan único o memorable | El diseño es poco atractivo y no se diferencia en el mercado. |
| FUNCIONALIDAD | El envase es altamente funcional, fácil de abrir, cerrar y manejar para diferentes consumidores. | El envase es funcional pero podría mejorarse en cuanto a facilidad de uso | El envase es difícil de abrir, cerrar o manejar. |
| DIFERENCIACIÓN DE MARCA | El envase comunica claramente los valores de la marca y se distingue significativamente en el mercado | El envase refleja algunos valores de la marca, pero con poca diferenciación en el mercado | No existe una clara diferenciación con la competencia ni se refleja la identidad de la marca. |
| SOSTENIBILIDAD | El envase está completamente fabricado con materiales sostenibles, respetando el medio ambiente y reduciendo el impacto ambiental. | El envase utiliza materiales sostenibles, pero su implementación no es completamente eficiente. | No se consideran criterios de sostenibilidad en el envase. |
| PRESERVACIÓN DEL PRODUCTO | Los materiales del envase son de alta calidad y tecnología, garantizando frescura y calidad del producto durante toda su vida útil | Los materiales garantizan una frescura aceptable, pero podrían mejorarse para una mayor durabilidad. | Los materiales no aseguran la frescura ni la calidad del producto de manera efectiva. |
| INNOVACIÓN EN MATERIALES | El envase incorpora materiales innovadores o tecnologías avanzadas, mejorando la funcionalidad y sostenibilidad de manera significativa. | Existe cierta innovación en los materiales, pero no impacta significativamente en la experiencia del usuario ni en la sostenibilidad. | No se utilizan tecnologías ni materiales innovadores; se utilizan soluciones convencionales. |
| CLARIDAD DEL MENSAJE | El envase comunica claramente los beneficios del producto y refleja de forma efectiva los valores de la marca. | El envase comunica algunos beneficios y valores, pero de manera limitada. | El envase no comunica los beneficios del producto ni los valores de la marca de manera efectiva. |
| PÚBLICO OBJETIVO | El envase está perfectamente alineado con las expectativas y preferencias del público objetivo, creando una conexión efectiva con ellos. | El diseño del envase y el mensaje están alineados en parte con el público objetivo, pero podrían ajustarse mejor | El diseño y el mensaje no están alineados con el público objetivo, ni satisfacen sus necesidades o preferencias. |
| ELEMENTOS INTERACTIVOS | El envase incluye elementos interactivos claros y accesibles, ofreciendo información adicional o una experiencia enriquecida para el consumidor. | El envase ofrece algunos elementos interactivos, pero no son fáciles de identificar o usar. | El envase no ofrece ninguna interacción adicional con el consumidor. |

Rúbrica

El diseño es poco atractivo y no se diferencia en el mercado.

El envase no comunica los beneficios del producto ni los valores de la marca de manera efectiva.

No existe una clara diferenciación con la competencia ni se refleja la identidad de la marca.

No se consideran criterios de sostenibilidad en el envase.

Los materiales garantizan una frescura aceptable, pero podrían mejorarse para mayor durabilidad

No se utilizan tecnologías ni materiales innovadores; se utilizan soluciones convencionales

El envase no comunica los beneficios del producto ni los valores de la marca de manera efectiva.

El diseño y el mensaje no están alineados con el público objetivo, ni satisfacen sus necesidades o preferencias.

El envase no ofrece ninguna interacción adicional con el consumidor.

¿Qué piensa y siente?

-Motivaciones: Mejorar su rendimiento deportivo y salud con energía natural.

-Preocupaciones: Consumir alimentos saludables y no procesados, evitando azúcares.

-Emociones: Satisfacción al encontrar productos que apoyan su estilo de vida deportivo.



¿Qué ve el?

-Entorno: Observa a otros deportistas con snacks saludables y nota la oferta limitada en tiendas.

-Productos: Encuentra frutos secos de Biofresco en su sitio web y próximamente en máquinas expendedoras cercanas.

-Contenido online: Ve publicidad y promociones en redes sociales como Instagram sobre la accesibilidad de estos productos.



Daniel Carrasco
27 años
Estilo de vida saludable

Necesidades

-Facilidad de acceso: Necesita productos saludables disponibles en lugares que frecuenta.

-Rendimiento: Snacks que mejoren su rendimiento deportivo, como frutos secos ricos en proteínas.

-Confianza: Marcas transparentes con productos de calidad con ingredientes confiables.



Esfuerzos

-Desafíos: Esfuerzo por encontrar productos naturales y de calidad, y equilibrar tiempo entre entrenamientos, trabajo y compras saludables.

-Obstáculos: Frecuentemente encuentra snacks altos en azúcar y productos poco accesibles en su entorno.



¿Qué escucha?

-Influencias cercanas: Recomendaciones de deportistas, amigos y entrenadores sobre nutrición.

-Medios: Sigue podcasts, influencers y blogs de fitness que promueven alimentos naturales y snacks saludables.

¿Qué dice y hace?

-Hábitos: Discute la importancia de una dieta equilibrada y recomienda productos saludables a amigos y compañeros de equipo.

-Acciones: Compra productos saludables en línea y busca nuevas opciones convenientes, siendo probable que use las máquinas expendedoras de frutos secos en centros deportivos.

