



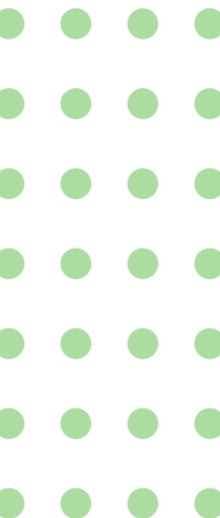
bio
fresco

*PROYECTO
VINCULACIÓN CON EL MEDIO*

BI-MIX FRUTA A GRANEL

Catalina Sotelo
Nataly Medina
Dafne Yévenes
Diego Pino

Este proyecto de **vinculación con el medio** tiene como **objetivo analizar el packaging** de una línea de **productos de Biofresco**, identificar **áreas de mejora** y **proponer soluciones de diseño innovadoras y funcionales**.



DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Biofresco es una marca que conecta a las personas con alimentos frescos, saludables y respetuosos con el medio ambiente. Ofrece frutas, verduras y productos naturales de alta calidad, sin químicos dañinos ni procesos artificiales, para que cada cliente disfrute de una alimentación sana.

Desde el empaque hasta la imagen en tiendas, cada detalle refleja la frescura y naturalidad de la marca. Biofresco no solo vende alimentos, sino que crea una experiencia saludable, deliciosa y sostenible para el consumidor moderno.



bio
fresco
co



PERFIL DEL CONSUMIDOR



MAPA DE EMPATÍA - PERFIL ESTUDIANTE JÓVEN

¿QUÉ OYE?

Recomendaciones de compañeros y amigos sobre **productos fáciles** de compartir.
Opiniones sobre lugares y opciones para **comprar alimentos** funcionales y rápidos.
Comentarios sobre prácticas de ejercicio y cuidado personal.

¿QUÉ DICE Y HACE?

Habla sobre la **importancia de la alimentación funcional** y la comodidad en su rutina diaria.
Participa en **reuniones sociales con amigos**, organizando actividades relajadas y accesibles.
Lleva **snacks y bebidas** en su mochila para consumir en cualquier momento.
Realiza **compras** de manera **espontánea** después de clases.



Valeria Rojas
22 Años

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

La **falta de tiempo** para preparar comidas complejas debido a sus horarios universitarios.
Quiere **evitar opciones poco saludables** o costosas.
Necesita **productos que se adapten a su ritmo de vida rápido** y dinámico.
Se preocupa por **mantenerse activa y saludable**.
Busca equilibrar su vida universitaria con un **estilo de vida social activo**.
Valora la creatividad y el **acceso a opciones prácticas** y económicas.

¿QUÉ VE?

Vive en un entorno urbano (Providencia) rodeado de universidades, restaurantes y centros comerciales.
Está **expuesta a productos modernos** y de fácil acceso en minimarkets, tiendas de conveniencia y ferias universitarias.
Encuentra **opciones alimenticias convenientes** y rápidas en su entorno.

DOLORES

Tiene poco tiempo para cocinar debido a su agenda ocupada.
Siente presión por destacarse tanto en lo académico como en lo social.
La falta de opciones que combinen practicidad y accesibilidad económica.

NECESIDADES

Comida rápida, nutritiva y portátil para llevar a la universidad o consumir entre clases.
Productos versátiles que pueda compartir con amigos en reuniones.

Ignacio Díaz (Ejecutivo Joven)

Sobre Mi:

-  32 Años
-  Soltero
-  Las Condes, Chile
-  Analista financiero en una empresa multifuncional

Intereses:

- Viajes, tecnología y gastronomía.
- Prefiere marcas que representen estilo y modernidad.
- Busca alternativas saludables que no sacrifiquen el sabor.
- Productos de alta calidad que destaquen en sabor y presentación.
- Participar en eventos sociales o afterworks con colegas.

Redes Sociales:

- Le interesa estar actualizado sobre mercados financieros, tendencias tecnológicas y destinos de viaje.
- Sigue cuentas relacionadas con economía, tecnología y noticias globales.
- Participa ocasionalmente en debates o comenta sobre temas de su interés.

Estilo de Vida:

- Su trabajo como analista financiero en una multinacional le demanda largas jornadas laborales y un ritmo altamente competitivo.
- Durante el día, busca alimentos rápidos, prácticos y saludables que se adapten a su rutina.
- Al terminar su jornada, valora el tiempo para relajarse en su departamento moderno, donde suele preparar cenas ligeras o cócteles para desconectarse

Personalidad:

- Es organizado, disciplinado y enfocado en su crecimiento profesional y personal.
- Administra su tiempo con eficacia, priorizando tanto sus compromisos laborales como sus intereses personales.
- Disfruta explorar nuevas experiencias, especialmente en gastronomía, viajes y tecnología.
- Es curioso y busca innovaciones que lo inspiren, tanto en su vida diaria como en sus momentos de ocio.



Carolina Muñoz (Madre Joven)

Sobre Mi:

-  29 años
-  Casada y madre de un niño de 4 años
-  Maipú, Chile
-  Profesora de educación Básica en un colegio subvencionado

Intereses:

- Alimentación funcional para mantenerse activa durante el día.
- Reuniones sociales con amigos, donde busca opciones creativas y accesibles.
- Prácticas de ejercicio y cuidado personal.
- Compra productos que pueda llevar en su mochila y consumir durante sus actividades.
- Prefiere opciones que sean modernas y fáciles de compartir

Redes Sociales:

- Participa en grupos relacionados con su vida profesional o temas de interés, como crianza, recetas saludables y actividades recreativas.
- Interactúa con marcas que le ofrezcan un producto en específico.

Estilo de Vida:

- Por las mañanas, se dedica a su rol como profesora en un colegio particular subvencionado.
- Durante este tiempo, necesita snacks rápidos y saludables que pueda consumir durante los recreos.
- Por las tardes, gestiona las tareas del hogar y el cuidado de su hijo, enfocándose en preparar comidas rápidas pero nutritivas para su familia.

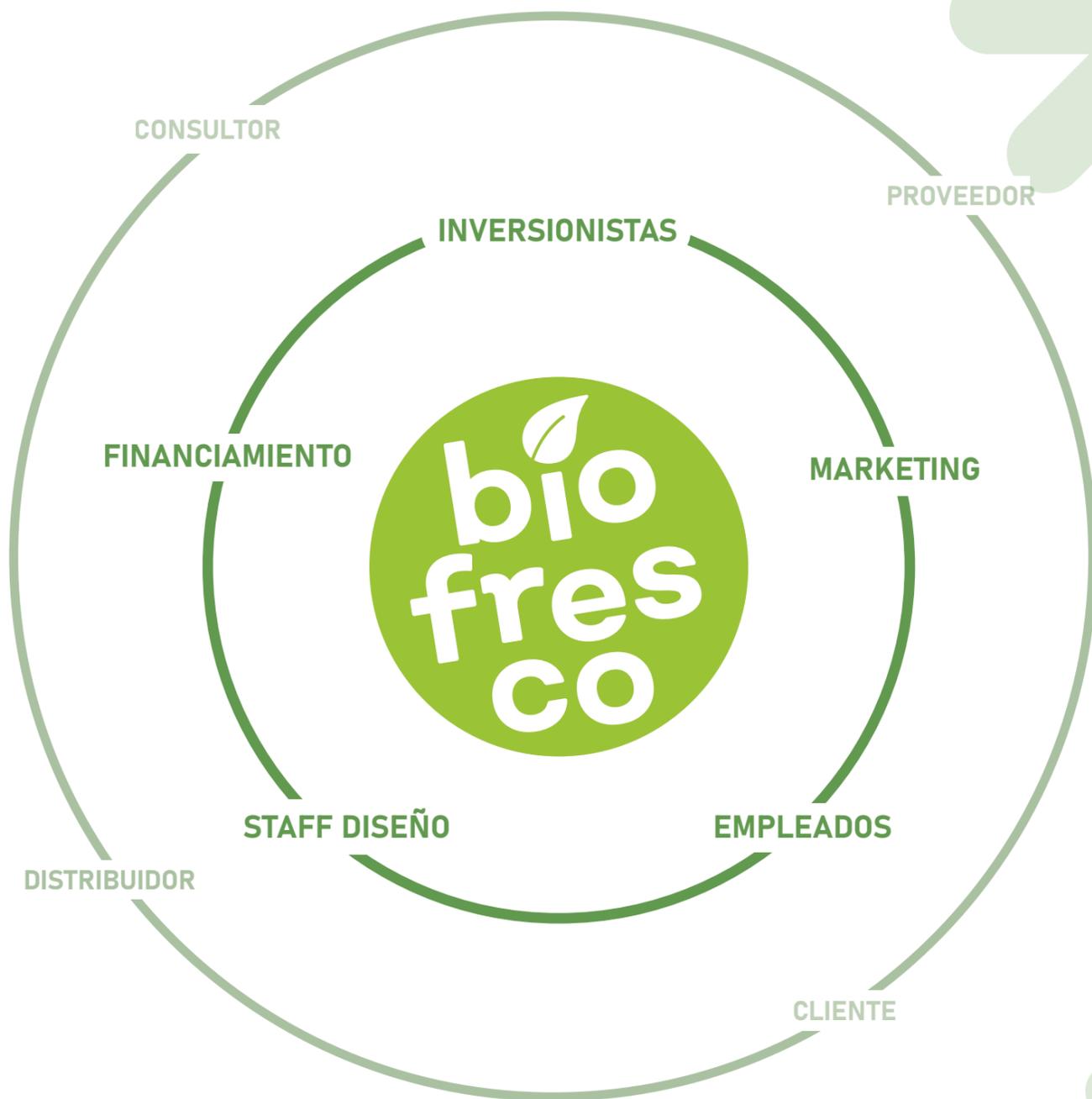
Personalidad:

- Carolina se dedica a cumplir con sus múltiples roles: madre, esposa y profesional.
- Tiene un fuerte sentido de responsabilidad hacia su familia, enfocándose en brindarles estabilidad emocional, financiera y de bienestar.
- En su trabajo como profesora, demuestra ser dedicada y orientada a formar a sus alumnos, reflejando su vocación por la educación.
- Busca maneras de simplificar su vida diaria mediante productos o estrategias que ahorren tiempo y esfuerzo.



METODOLOGÍAS APLICADAS





- STAKEHOLDERS INTERNOS
- STAKEHOLDERS EXTERNOS



FINANCIAMIENTO:

Biofresco **financia sus operaciones principalmente** a través de **colaboraciones estratégicas y ventas** a sectores como **hoteles, restaurantes y supermercados**. La empresa se enfoca en la distribución de productos frescos y sostenibles, destacando la trazabilidad y el compromiso con prácticas agrícolas responsables. Además, su modelo **incluye alianzas con universidades y entidades educativas**, lo que le permite **fortalecer su enfoque de innovación y sostenibilidad**.



MARKETING:

Biofresco utiliza una **estrategia de marketing** enfocada en la **sostenibilidad y conveniencia**. La empresa se compromete con el medio ambiente mediante el **upcycling, creando productos innovadores como "VeggSnack"** a partir de excedentes de frutas y verduras. Ofrece snacks deshidratados sin conservantes y productos de IV gama, como ensaladas listas y vegetales pelados, que simplifican el consumo sin perder frescura. Su marketing destaca los **beneficios de salud y la reducción de desperdicio alimentario**, conectando con **consumidores interesados en el bienestar y la sostenibilidad**.



EMPLEADOS:

Opera con un enfoque en la **sostenibilidad**, incluyendo la **economía circular y la calidad de los alimentos**. Actualmente, cuenta con entre **10 y 50 empleados** y se dedica a la **venta minorista de alimentos** en mercados especializados.



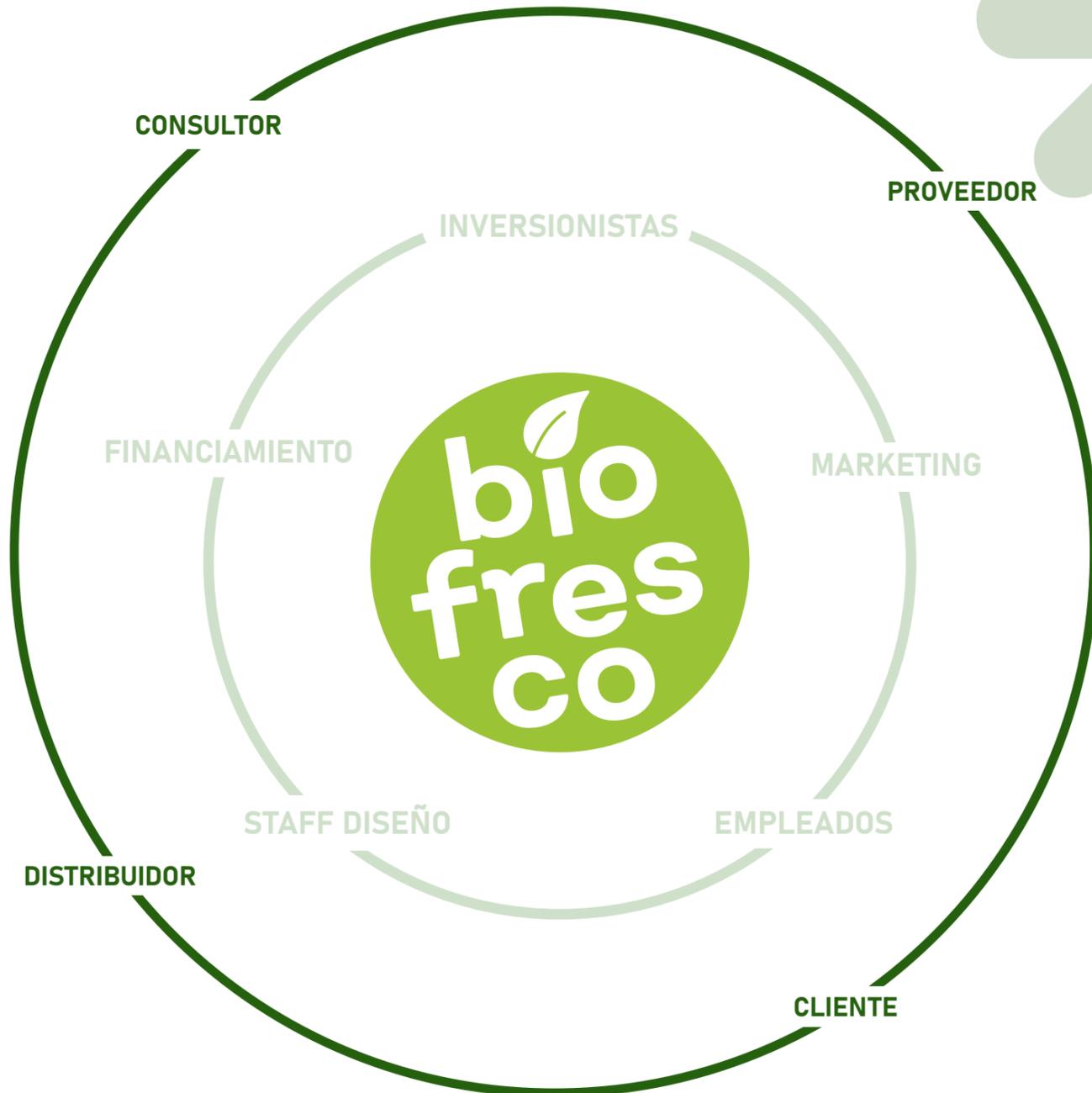
INVERSIONISTAS:

Inversionistas familiares o privados: Como **socios estratégicos** en la **agricultura y distribución de alimentos**



STAFF DISEÑO:

La Diseñadora Gráfica de la empresa creó los **elementos visuales** como el **branding, envases, logotipos y otros aspectos gráficos**. Su enfoque es **atraer a los clientes y comunicar la identidad de la marca de Biofresco**.



- STAKEHOLDERS INTERNOS
- STAKEHOLDERS EXTERNOS



CONSULTOR:

Biofresco ha contado con la **asesoría de consultores especializados en sostenibilidad e innovación** para **optimizar sus procesos y minimizar residuos**. Por ejemplo, Óscar Celis, quien actúa como director ejecutivo de la empresa, ha mencionado la creación de una **consultora llamada +Innow**. Esta consultora trabaja en la **implementación de soluciones innovadoras y sostenibles**, como la reutilización de desechos agrícolas para crear productos con valor agregado, **como compost y biomoléculas antioxidantes**



PROVEEDOR:

Agricultores orgánicos que cultivan **sin pesticidas ni productos químicos** (ellos mismos). **Proveedores de empaques sostenibles o reciclables** (empaques traídos de China). Empresas de logística **especializadas en productos perecederos**.



DISTRIBUIDOR:

Biofresco tiene **relaciones comerciales con varias municipalidades en Chile**, como **Puente Alto y Maipú**, a las que **provee frutas y verduras frescas para comedores solidarios, salas cuna y jardines infantiles**. La empresa actúa como un **distribuidor mayorista en la Región Metropolitana de Santiago** y se especializa en la venta de frutas y verduras al por mayor. También tiene presencia en **programas de adquisición pública**, cumpliendo contratos de suministro de alimentos.



CLIENTE:

Consumidores individuales que prefieren productos orgánicos y frescos. Mercados orgánicos y tiendas especializadas. **Casinos, restaurantes, hoteles, supermercados**.

5 PORQUÉS

¿Por qué los consumidores optarían por comprar frutas a granel en vendomáticas saludables?

¿POR QUÉ BUSCAN FRUTAS FRESCAS EN LUGAR DE SNACKS PROCESADOS?

Porque están cada vez más preocupados por su salud y bienestar, y saben que las frutas son una opción más nutritiva.

¿POR QUÉ PREFIEREN UNA OPCIÓN SALUDABLE EN LUGAR DE UNA MÁS RÁPIDA COMO UN SNACK PROCESADO?

Porque aunque eligen rapidez, no quieren sacrificar la calidad de su alimentación. Buscan un balance entre conveniencia y salud.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE PARA ELLOS TENER CONVENIENCIA?

Porque su estilo de vida es muy activo, con poco tiempo para prepararse snacks o comprar en supermercados durante el día.

¿POR QUÉ USAN VENDOMÁTICAS EN LUGAR DE COMPRAR EN SUPERMERCADOS O TIENDAS?

Porque las vendomáticas les ofrecen una solución inmediata, accesible y fresca, especialmente en lugares estratégicos como oficinas, universidades o estaciones de transporte.

¿POR QUÉ PREFIEREN ESTAS VENDOMÁTICAS SALUDABLES EN LUGAR DE OTRAS MÁQUINAS EXPENDEDORAS?

Porque además de la conveniencia, valoran que estas vendomáticas les ofrezcan productos frescos, sostenibles y sin empaques innecesarios, alineándose con sus valores de sostenibilidad.

CONCLUSIÓN:

El problema raíz es la necesidad de conveniencia sin sacrificar salud. Los consumidores buscan una forma rápida y accesible de mantenerse saludables, y las vendomáticas que ofrecen fruta a granel son una solución perfecta para quienes tienen poco tiempo pero quieren cuidar su bienestar y el medio ambiente.

EXPLORACIÓN PROPUESTA





SALUDABLE



SOCIAL



VERSÁTIL



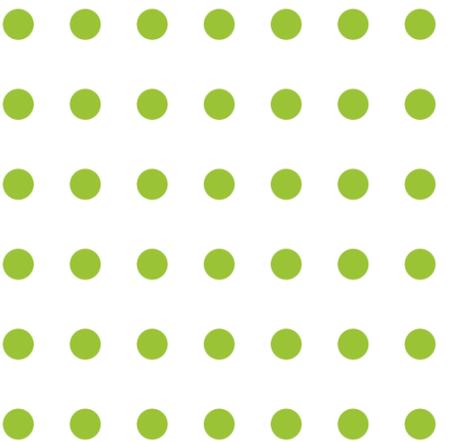
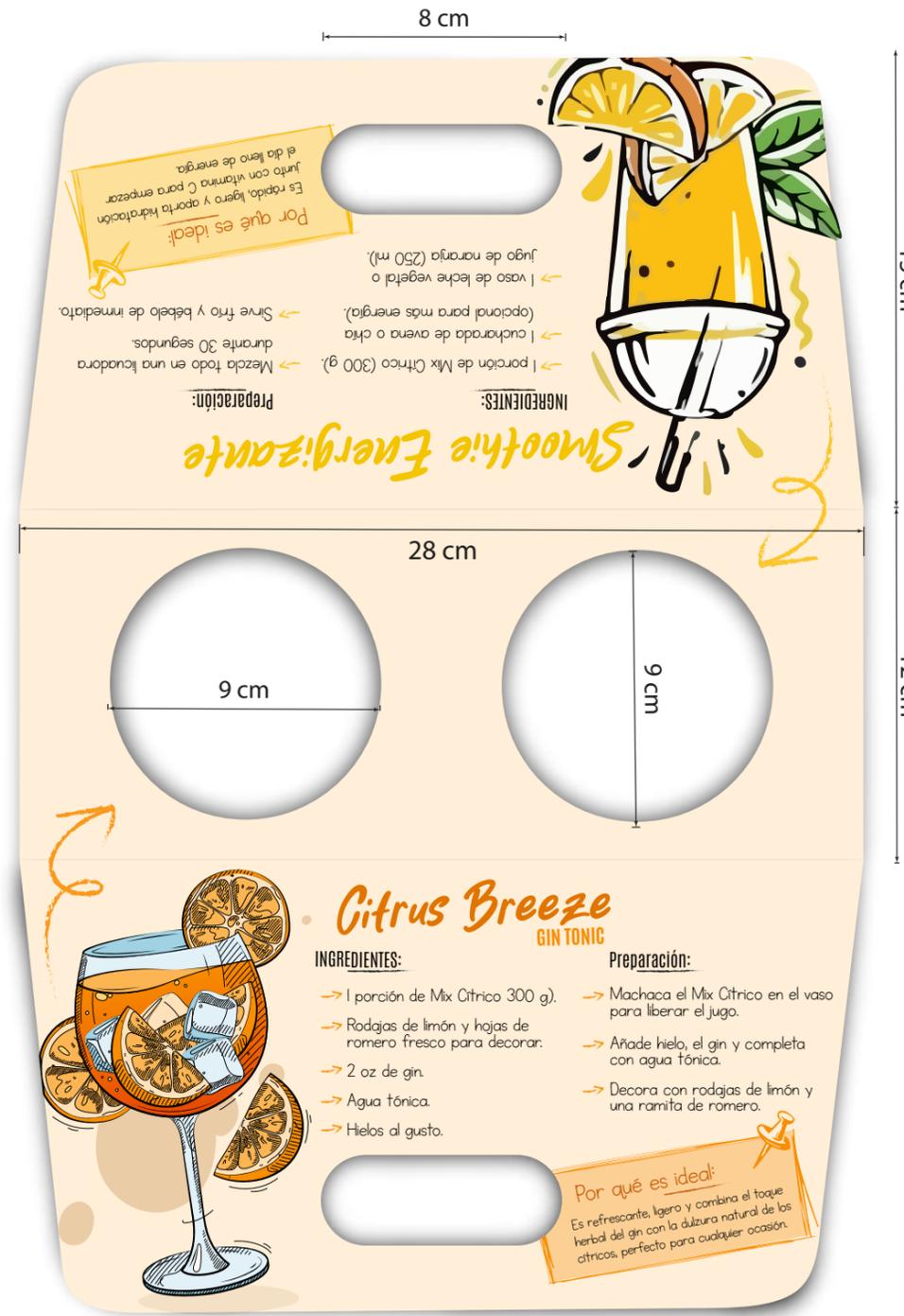
PRÁCTICO



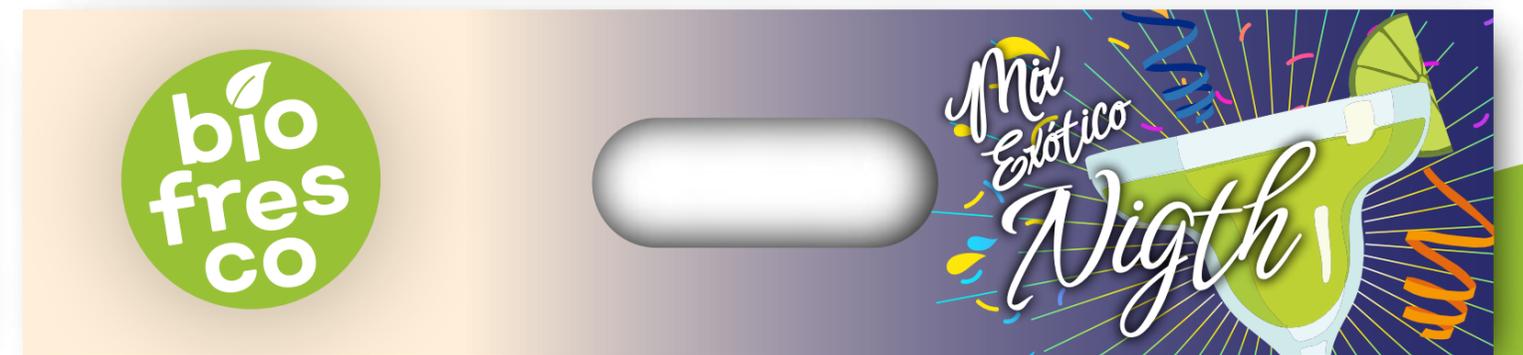
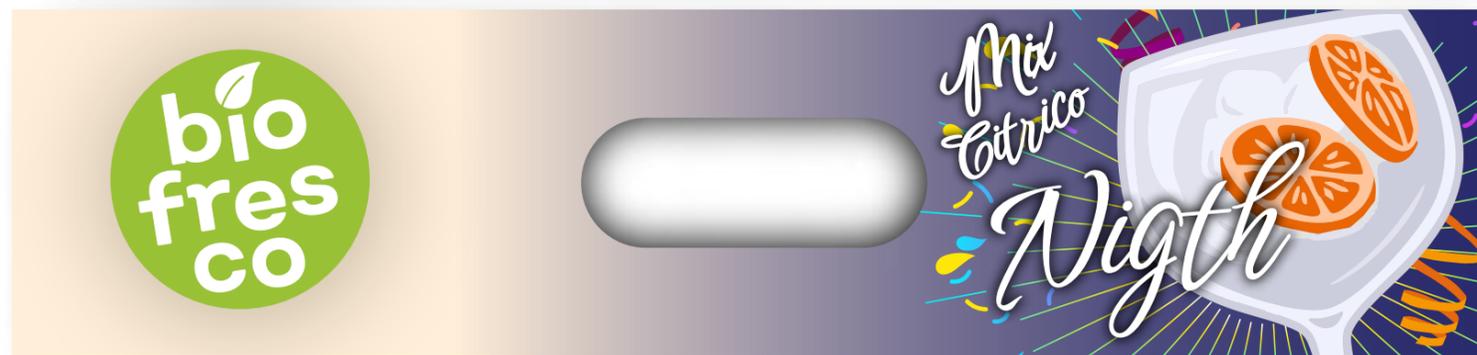
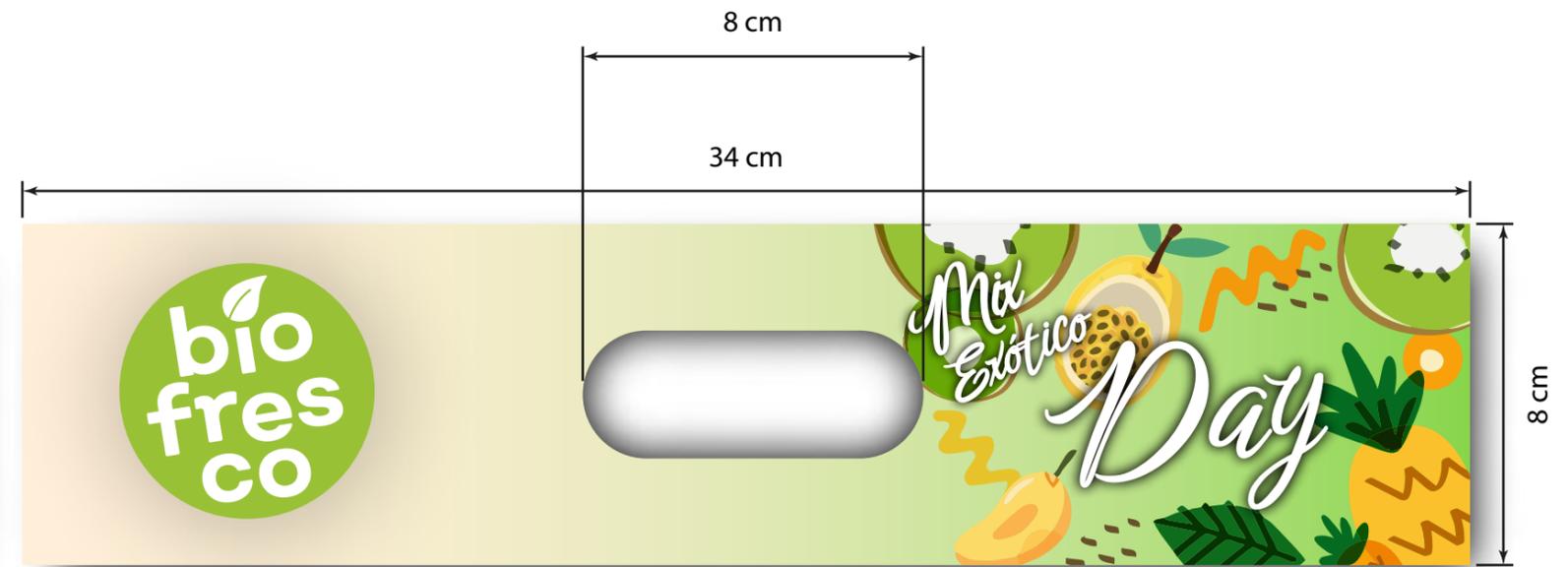
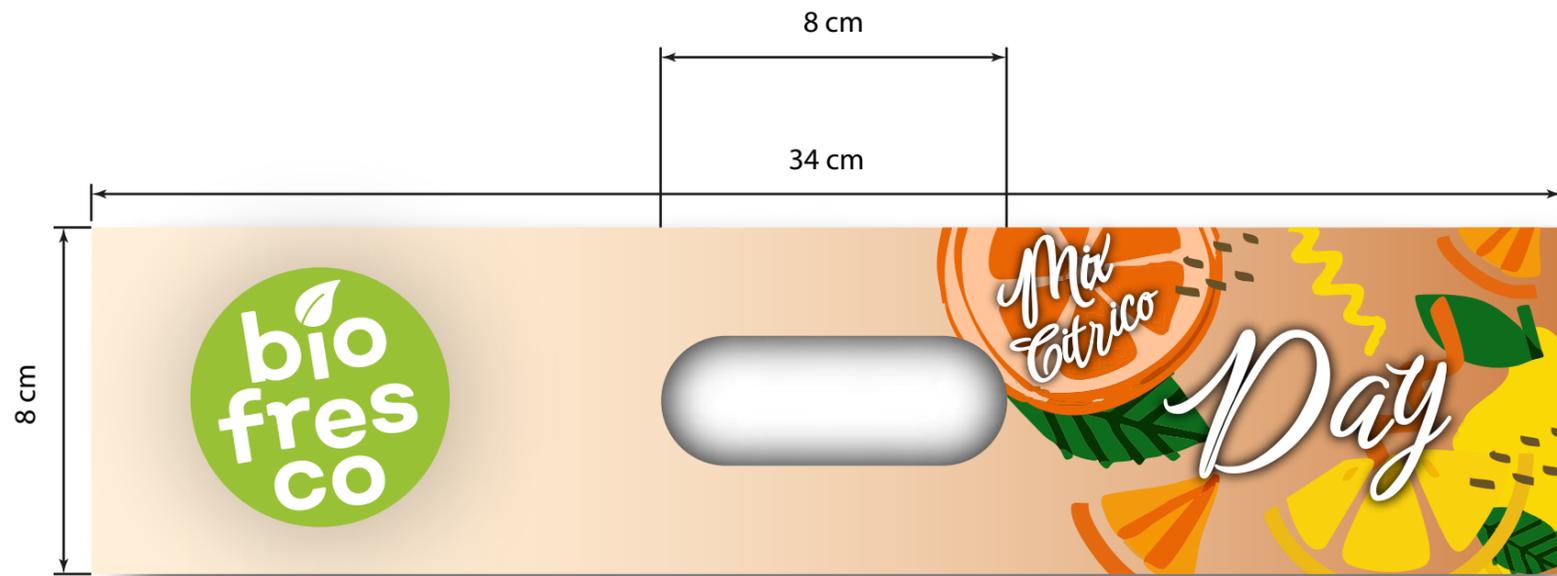
PLANIMETRIA PROPUESTAS



PLANIMETRIA AGARRADERAS



PLANIMETRIA AGARRADERAS



APERTURA:

El vaso tiene una tapa hermética fácil de abrir, girándola o despegándola.



MATERIAL:

PET transparente (reciclable).

CAPACIDAD:

500 ml, perfecto para una porción individual de frutas frescas.



Diseño y Apertura:

Tiene un diseño troquelado con orificios ajustados para encajar perfectamente los vasos, asegurando estabilidad durante el transporte.



Material:

Fabricada con cartón kraft laminado, que es ecológico y soporta hasta 1 kg de peso. Impresa con tintas al agua para un acabado atractivo y sostenible.

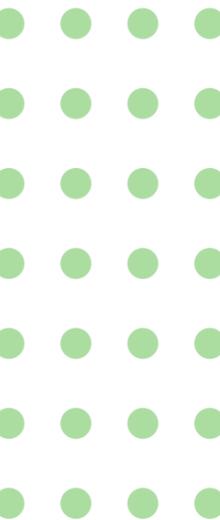


Funcionamiento:

El usuario puede insertar los vasos desde la base abierta de la agarradera. El asa ergonómica facilita el transporte cómodo con una sola mano.



Bi- Mix no es solo alimento, es una **experiencia** con un balance entre lo **divertido y lo saludable**, transformando la percepción del consumidor.



GRACIAS!
