

COOL pills

imast

Fuentes diversas de beneficios y funcionalidad

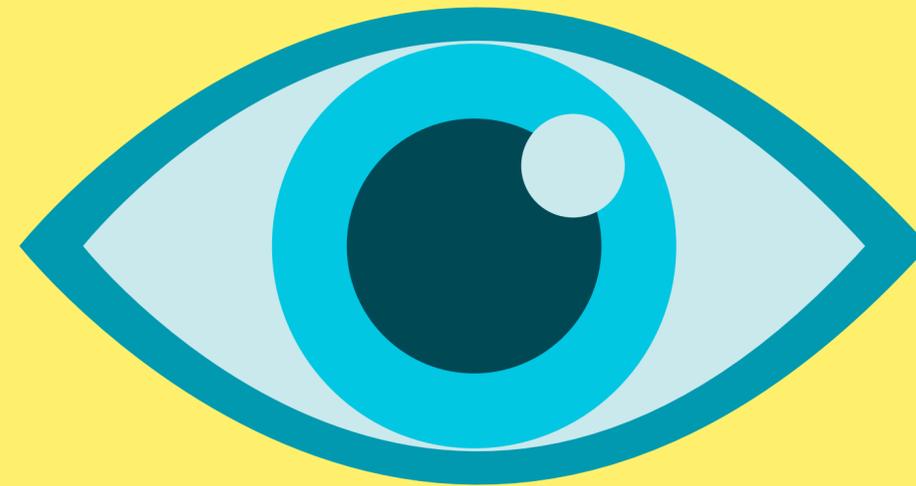
Reporte de investigación



¿Qué

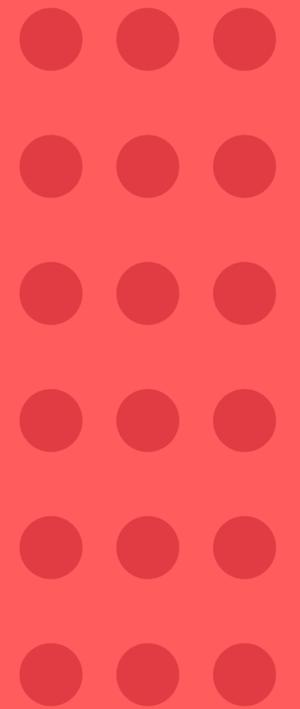
Vamos a ver?

- Quiénes Somos
- ¿Por qué estos reportes?
- El mundo de las bebidas
- Perfiles de usuario
- Capítulo 1: Funcionales
- Capítulo 2: Probióticos
- Capítulo 3: Té e infusiones
- Capítulo 4: Café
- Capítulo 5: Naturaleza activa
- Conclusiones finales.



¿Quiénes somos?

ImasD es un estudio de Prospectiva, estrategia y diseño para marcas que se adaptan al cambio.



@grupoimasd

Nuestro alcance



Premios internacionales



15
Años de
experiencia



200
Empresas &
Proyectos
impactados.



Maestros universales de los
icebreakers.



Proyectos

7

Países



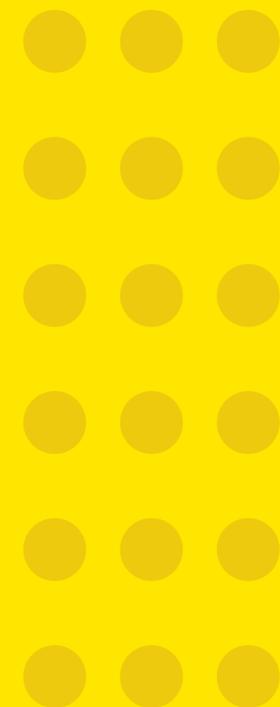
Experiencia en más de 30
Sectoros industriales.

¿Por qué estos reportes?

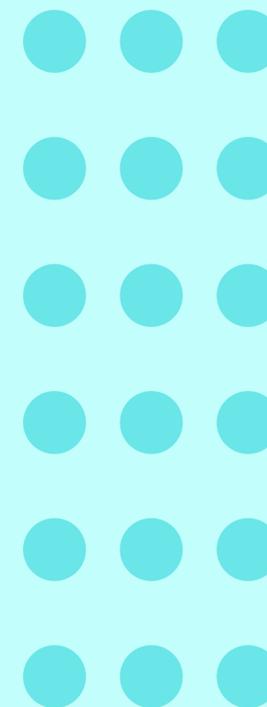
Parte del propósito que nos hemos trazado como empresa radica en compartir conocimiento. Hoy más que siempre nos emociona la idea de continuar entregando valor e inspiración a personas, marcas y negocios. Por todo esto hemos decidido abrir las puertas de nuestra biblioteca a muchas más personas. Esta idea la hemos materializado en esta oportunidad en 4 capítulos distintos de investigación pura enfocada en diseño de productos, servicios y experiencias.

Aquí encontrarás diversas temáticas donde analizamos marcas desde todos sus puntos de contacto, y unas conclusiones generales, respecto a tendencias, formatos, ingredientes, entre otros. Y además, oportunidades vigentes para cualquier marca o negocio.

Esperamos que disfrutes esta información tanto como nosotros, que saques todo el provecho y se materialice en grandes ideas para tu proyecto. Si quieres ayudar a difundir este conocimiento mencionamos como @grupoimasd para que más personas se enteren. :)



El mundo de las bebidas



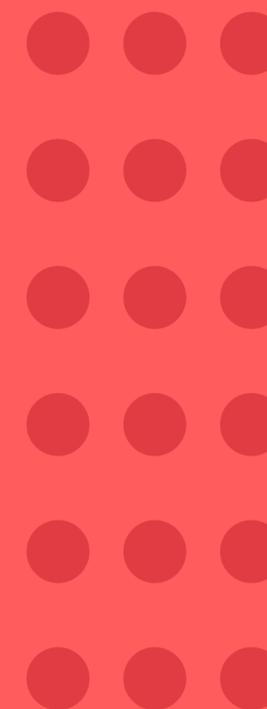
[@grupoimasd](#)

La categoría de bebidas, es ahora una de las más amplias y diversas que podemos encontrar; ya sea en grandes superficies o en pequeñas tiendas, la dinámica de esta categoría ha comenzado a seguir fuertes tendencias de ofertas con beneficios y productos que son mejores para la salud.

Las bebidas gaseosas en el mundo comienzan a ser sustituidas por jugos prensados en frío, batidos, bebidas con probióticos etc. Poniendo a las frutas, las verduras, los lácteos y los sustitutos como ingredientes principales en los lineales y obligando a las marcas a comunicarse de manera honesta y transparente de cara a los consumidores.



Perfil de Usuario



@grupoimasd



Funcionales

@grupoimasd

¿Cómo son?

- Tienen vidas agitadas, siempre buscan practicidad, agilidad y versatilidad en lo que consumen
- Tienen buenos hábitos alimenticios en general, su alimentación se basa en frutas, verduras y productos naturales en general.
- El deporte es una práctica fundamental para sus días, sienten que les da vitalidad, salud y energía.
- Para ellos es importante el contenido nutricional y los ingredientes de lo que consumen
- Tienen conocimientos sobre nutrición, incluso suelen ser fuente de consulta de sus amigos
- Buscan beneficios y funciones muy específicas en lo que consumen, sean comidas principales o snacks
- Suelen tener un tipo de bebida específico para cada momento o necesidad.
- Valoran el consumo local, las marcas emergentes, lo orgánico, etc.
- Buscan que las marcas sean holísticas, éticas y responsables social y ambientalmente.



- **Driver de compra:** contenidos nutricionales, ingredientes y beneficios que ofrece
- **Beneficio buscado:** energía, digestión, concentración, remplazo de comidas



Lo que consumen

- Productos con ingredientes naturales
- Marcas especializadas
- Productos enriquecidos



Lo que evitan

- Azúcar
- Conservantes
- Químicos
- Lácteos



Los Sociales

¿Cómo son?

- Tienen vidas agitadas, siempre buscan practicidad, agilidad y versatilidad en lo que consumen
- Intentan tener buenos hábitos alimenticios, pero es un esfuerzo en muchos casos
- No suelen castigarse con la comida y disfrutan mucho del placer de comer
- Disfrutan los maridajes y los rituales alrededor de la comida y las bebidas
- Las bebidas son acompañantes para diferentes momentos y ocasiones, además de ser una excusa perfecta para la socialización
- Lo más importante en lo que consumen, más allá del beneficio, es el sabor y las sensaciones que genera
- Se dejan guiar de las tendencias actuales y están dispuestos a probar nuevos productos y experiencias
- Pueden tomar la misma bebida para diferentes momentos de consumo
- Suelen buscar aquellas bebidas que declaran tener mejores ingredientes o ser bajas en azúcar o calorías, pero no son exigentes en cuando a comprobar la veracidad de la información.
- No siempre están dispuestos a pagar más por una bebida específica que tenga beneficios adicionales.



- **Driver de compra:** Sabor, tendencia, sensaciones organolépticas.
- **Beneficio buscado:** saciar la sed, refrescarse, placer sensorial.



Lo que consumen

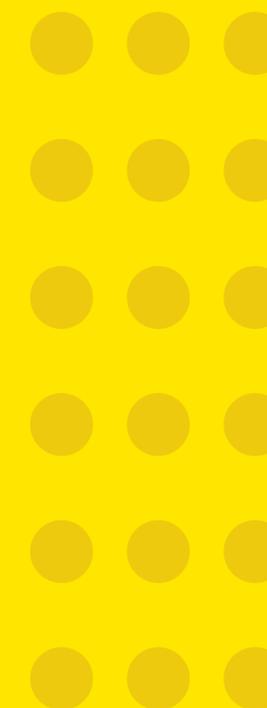
- Sodas saborizadas
- Jugos
- Café y té frío
- Malteadas



Lo que evitan

- Azúcar en exceso
- Alto contenido calórico
- En general no suelen castigar ningún tipo de bebidas

Capítulo 1: Funcionales



Muchas bebidas han respondido a la demanda de los consumidores y sus diferentes necesidades, en este caso las bebidas funcionales afirman tener beneficios para la salud más allá de los básicos como concentración, energía, mejor digestión, antioxidantes, entre otros.

En este capítulo haremos un recorrido por algunos ejemplos y referentes de bebidas que basan su estrategia de marca en los beneficios que ofrecen de cara a los consumidores, y cómo lo hacen.

[@grupoimasd](https://www.instagram.com/grupoimasd)

Funcionales



ripple
Dairy-Free. As It Should Be.™

Ripple una marca que quiere hacer de las bebidas sin lácteos, lo que deberían ser: altas en proteínas, bajas en azúcar, con nutrientes y deliciosas.

Berkeley · USA

Generalidades

- Se basan en generar cambios en las elecciones simples que cada uno puede tomar todos los días, como lo que hay para el desayuno.
- "Sabemos que somos lo que comemos y usted come lo que hay en el planeta, por lo que nos interesa mantener este planeta saludable".
- Buscan nutrir el cuerpo para nutrir el alma, mediante la buena comida que es simple, de buen sabor y deja una pequeña huella en el planeta.

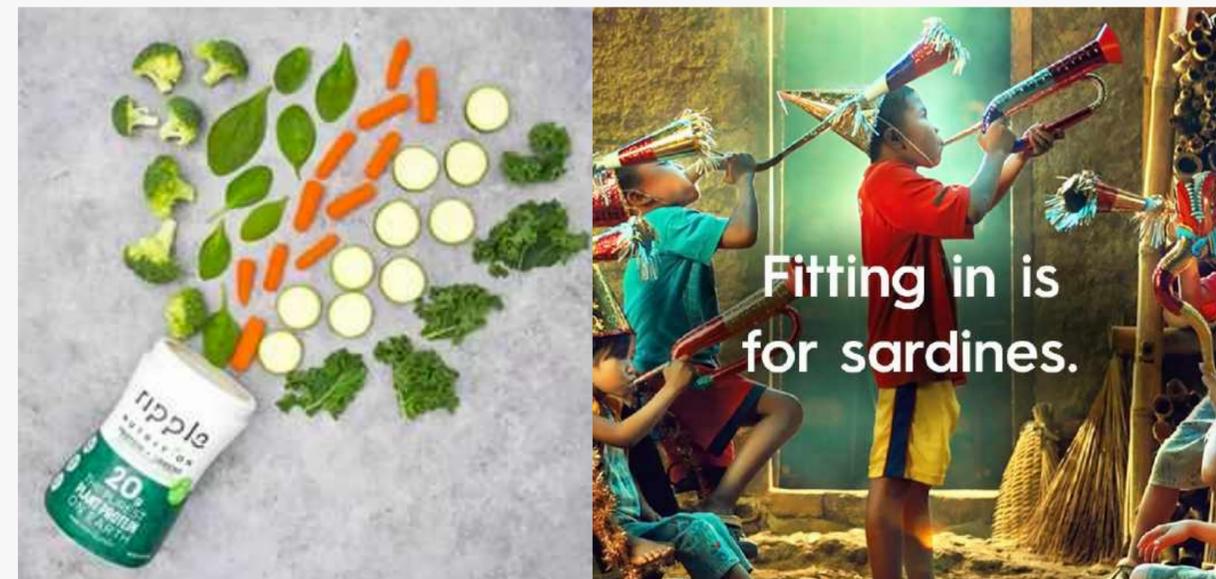


Portafolio de productos

- Todos sus productos se obtienen principalmente de arvejas, con mezclas de otros ingredientes 100% orgánicos, brindando así todos sus beneficios.
- Ripple tiene un alto contenido de calcio biodisponible (50% más que la leche), potasio y proporciona una buena fuente de omega-3.
- Tiene menos calorías que la leche, pero sigue conservando esa textura cremosa y deliciosa de los lácteos.



PLANT-BASED MILK



Fitting in is
for sardines.

Comunicación

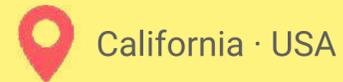
- Con un estilo simple y tipográfico, su empaque hecho de plástico reciclado, usa una etiqueta termoencogible de fondo blanco, el cual transmite la limpieza de la marca.
- Muestran sus alimentos altamente nutritivos lo suficientemente deliciosos como para atraer a todos, no solo a los greenies o los gurús de la salud.
- Buscan cambiar la forma en la que comen las personas para así impactar directamente en su estilo de vida.

¿Qué nos inspira?

- Es una marca que transmite sus valores a través del empaque, un empaque limpio y transparente que habla de los beneficios.
- Muestran sus alimentos de una forma provocativa y en un contexto normal del día a día.



Es una empresa comprometida con hacer del planeta un mejor lugar, a través de un simple, orgánico y dietético producto a base de plantas, que ayudan a sus cliente a lograr una vida sana.



Generalidades

- Su misión es mejorar la salud humana y del planeta haciendo alimentos integrales orgánicos a base de plantas.
- Sus productos son elaborados por artesanos, buscando generar alimentos orgánicos y una dieta basada en plantas para mejorar la salud y ayudar al planeta.
- Creen que los ingredientes gobiernan, por lo que solo usan plantas orgánicas cultivadas de manera sostenible.



Portafolio de productos

- Todos los productos de Forager ofrecen un sabor excepcional mezclando nueces, semillas, granos y vegetales, logrando llevar los beneficios de sus ingredientes a los consumidores.
- Entre los beneficios que tienen sus bebidas están los probióticos que brindan salud al sistema digestivo. Además de tener referencias con aportes de proteína, hierro, calcio y vitaminas A y C.



Comunicación

- Tiene un estilo minimalista y tipográfico, que logra reflejar lo orgánico y simple de su marca.
- Comunican de forma clara y transparente sus beneficios e ingredientes en todos sus puntos de contacto. Con su marca y redes sociales buscan transformar cómo comemos y cómo cultivamos para combatir el cambio climático.
- No son solo otra compañía de alimentos; Son artesanos de la comida y siempre están buscando algo mejor.

¿Qué nos inspira?

- Su estilo minimalista, que refleja lo orgánico y simple de su marca.
- Comunicación clara de los beneficios que ofrecen cada una de las bebidas al sistema digestivo.

VYBES

- Es una empresa que busca compartir los poderes mentales y corporales del CBD con todos los que puedan. Brindar calma y traer un balance necesario, para poder vivir una vida plena

Los Angeles · USA

Generalidades

- "VYBES no es una bebida, es un sentimiento, un camino hacia una vida más equilibrada"
- Busca generar un cambio en la vida de las personas tanto en la mente cómo en el cuerpo, impactando el estilo de vida de cada uno.
- Su principal ingrediente el CBD ayuda a regular el cuerpo, brindar bienestar y ayudar a volver al equilibrio. VYBES te permite sentirte mejor contigo mismo y vivir una vida plena.



Portafolio de productos

- Todos sus productos son orgánicos, veganos y sin alteraciones genéticas. Dentro de su portafolio se encuentran los siguientes sabores: mora+jengibre, arándanos+menta, fresa+lavanda, durazno+jengibre y maracuyá.
- Sus ingredientes aportan antioxidantes, antiinflamatorios, reductores de ansiedad, tranquilidad y amor para ayudar al bienestar de sus usuarios.
- VYBES está hecha a base de cáñamo (CBD), el cual brinda bienestar al cuerpo y mente.



Comunicación

- Con un color rosa estilo LA y una simplicidad refinada, su empaque llama la atención del consumidor. Generan contrastes entre los colores y el líquido del producto.
- Son muy claros con los contenidos de sus bebidas por medio de fotos y una lista de todos sus ingredientes. Logran diferenciarse de la categoría, sin dejar de informar al público los beneficios de sus bebidas.

¿Qué nos inspira?

- Informan al público de una forma clara los beneficios de sus bebidas.
- Comunican un estilo de vida de bienestar y equilibrio, que va acorde con el propósito de las bebidas.



Es la primera bebida de chocolate funcional, llena de vida y verdadera integridad que busca proporcionar una dosis diaria de cacao y revolucionar la forma de experimentar el poder del chocolate.

San Diego · EEUU

Generalidades

- Rau busca que se consuman de forma correcta los alimentos para aprovechar de una mejor manera todos los beneficios que estos pueden traer, brindando una sensación de bienestar, energía y ayudando a mantener la concentración.
- Buscan reivindicar el papel del cacao en la sociedad y darle una connotación positiva gracias a sus beneficios antioxidantes y energéticos, limpios de gluten, azúcar, soya y lácteos.
- Es una forma saludable de alimentar un estilo de vida activo y remplazar las bebidas deportivas azucaradas.



Portafolio de productos

- Rau es una bebida que está hecha a partir de cacao, seleccionado a mano para una mayor calidad.
- Una bebida orgánica y funcional que pretende ayudarte a tener un estilo de vida verdadero y libre de conservantes.
- Es la primera bebida funcional hecha a base de chocolate, viene en 5 referencias las cuales se adaptan a los diferentes gustos de sus usuarios.



Comunicación

- Su estilo es colorido y limpio, sus referencias se diferencian por medio de un código de color que va asociado a su sabor.
- Busca generar una revolución de chocolate por medio de "RAUvolution" para que las personas aprendan a disfrutar del poder refrescante del chocolate en cualquier momento.
- Tienen un blog de "buenas noticias" donde hablan de la comunidad, la salud, el estado físico y ayudan a las personas a potenciar su estilo de vida aventurero y fresco.

¿Qué nos inspira?

- La forma en que reivindica el papel del cacao con un consumo correcto, para aprovechar sus beneficios.
- Su estilo fresco y aventurero que genera una sensación de bienestar y energía.



Rebbl es una empresa que se formó como una solución sostenible contra el tráfico humano, buscando generar empleo en algunas comunidades del mundo, por medio de una bebida a base de plantas.

Emeryville · USA

Generalidades

- Su concepto se basa en elaborar una bebida a partir de ingredientes nativos cultivados en regiones que necesitan empoderamiento económico.
- Buscan crear medios de vida dignos y sostenibles para estas comunidades y reducir el riesgo de tráfico y explotación.
- Inspirado por el amor a las plantas y en una misión para vitalizar nuestros cuerpos, nuestras comunidades y nuestro planeta.



Portafolio de productos

- Dentro de su portafolio se encuentran los elixires, bebidas saludables que soportan el buen funcionamiento del corazón, hígado y sistema inmune, ayudando a mantener la calma, enfoque, resistencia, fuerza y vitalidad.
- Usan solo ingredientes puros de origen vegetal. Cada súper hierba se usa en niveles que corresponden a los niveles tradicionales de eficacia.
- Rechazan cualquier producto químico artificial, sabores añadidos o espesantes.



Comunicación

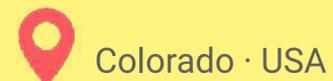
- Su estilo es colorido y tipográfico con fondo a color, según el tipo de bebida. Rebbl adapta el tono de su logo según la referencia de producto.
- Buscan enseñar a sus consumidores sobre las súper hierbas y darles recetas para mejorar su estilo de vida.
- REBBL dona el 2,5% de las ventas netas a Not For Sale para apoyar a los sobrevivientes del tráfico de personas, elevar las comunidades y prevenir su vulnerabilidad al tráfico del futuro.

¿Qué nos inspira?

- Su bebida es elaborada a partir de ingredientes nativos, logrando un portafolio amplio lleno de beneficios de forma sostenible.
- Tienen un empaque simple pero colorido que logra mostrar lo mejor de las súper hierbas.



Es una empresa que desarrolló la primera línea de proteínas veganas, basadas en plantas de CytoSport, Inc.



Generalidades

- "Evolve no se propuso ser solo otra proteína. Nuestro objetivo era ser una buena proteína, en todas las formas posibles".
- Quieren agregar simplicidad deliciosa a un mundo complicado. Para que las personas sean más buenas con menos y prosperen sobre una base que simple es mejor, delicioso es lo mejor.
- Los productos EVOLVE® buscan reducir las cosas a sus componentes esenciales para que cada persona logre desbloquear su potencial y sentirse bien.



Portafolio de productos

- Todos sus productos están hechos con la mentalidad "menos es más". Son libres de lácteos, soya, gluten y sabores artificiales.
- Los batidos de proteínas EVOLVE® están hechos con solo 10-11 ingredientes limpios, simples y sin OGM.
- Usan proteína de guisante ya que es más sostenible, usa menos recursos y requiere menos fertilizante. También devuelve nitrógeno al suelo, haciéndolo más fértil y beneficioso para lo que se siembra a continuación.



Comunicación

- Evolve tiene una sección de recetas en donde complementan diferentes alimentos con su proteína en polvo para ofrecer una mejor nutrición.
- Sus empaques utilizan fotografía para hacer referencia al sabor del producto. Utilizan un código de color para diferenciar sus productos y dejan sus beneficios y contenidos por de claims visibles.

¿Qué nos inspira?

- Tienen un amplio portafolio hecho con proteína de guisantes.
- Su enfoque de menos es más que busca agregar simplicidad a el mundo y que es respaldado por sus empaques y productos.

¿Qué tienen en común estas marcas?



- Sus productos son elaborados por artesanos, buscando generar alimentos orgánicos y una dieta basada en plantas para mejorar la salud y ayudar al planeta.



- Tratan de dejar una pequeña huella en el planeta, cultivando sus ingredientes de manera sostenible.



- Comunican de forma clara y transparente sus beneficios e ingredientes en todos sus puntos de contacto.



- Promueven el consumo correcto de alimentos para aprovechar de una mejor manera todos los beneficios.



- Son marcas simples que quieren que las personas sean más buenas con menos, motivando a las personas a generar un cambio en su estilo de vida.

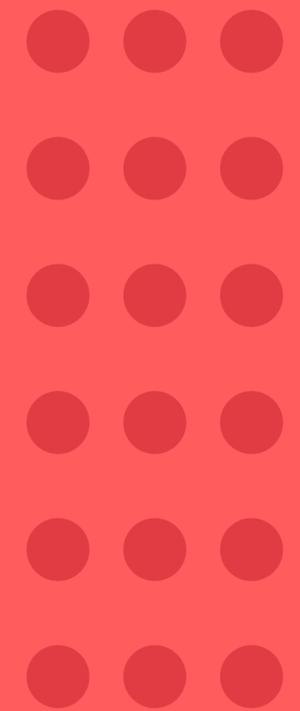


- Muestran sus alimentos altamente nutritivos lo suficientemente deliciosos como para atraer a todos los consumidores (no se dirigen sólo a los greenies)



- Cada una logra llevar su personalidad a sus productos de una forma diferente, manteniendo un lenguaje fresco, un look juvenil y minimalista.

Capítulo 2: Probióticos



[@grupoimasd](#)

Los probióticos son alimentos o suplementos que contienen microorganismos vivos destinados a mejorar las “bacterias buenas” del cuerpo. Son alimentos que actúan como nutrientes para la flora intestinal y favorecen los procesos digestivos del cuerpo.

En este capítulo encontraremos diferentes formatos, sabores y presentaciones que llevan estos microorganismos y todos sus beneficios a bebidas fáciles de consumir y de llevar a todas partes.

@grupoimasd

Probióticos





Olipop es la primera marca con respaldo clínico de probióticos. Busca brindar bienestar al cuerpo y mente, por medio de microbiomas que ayudan al sistema digestivo.

Los Ángeles · USA

Generalidades

- Trabajan con líderes en investigación de microbiomas, para encontrar los beneficios de los probióticos, la fibra vegetal, los productos botánicos y beneficiar la salud digestiva.
- "Somos grandes formas de vida compuestas de pequeñas formas de vida. Si respetamos y alimentamos inteligentemente la vida dentro de nosotros, nos lo pagará en especie".
- OLIPOP es una rampa de salida hacia una experiencia saludable y deliciosa.



Portafolio de productos

- Un tónico cuidadosamente elaborado que encontró su sabor en ingredientes sanos.
- Su refrescante bebida viene en tres presentaciones en lata; vainilla-fresa, limón-jengibre, cola de canela, tres deliciosos sabores donde se encuentran los beneficios para mente y cuerpo.
- Su bebida a base de bacterias, tiene el propósito de revitalizar la salud del intestino, dar soporte microbioma y ayudar al sistema digestivo.



Comunicación

- Con un estilo vieja escuela y tipográfico, Olipop refleja en su etiqueta la frescura de sus bebidas e informa a sus clientes de los beneficios que contienen.
- Muestran el estilo de vida de una dieta nutritiva, diversa, llena de frutas, vegetales y fibras.
- En su página web cuentan con una sección de aprendizaje, dónde buscan enseñar a los usuarios sobre la salud digestiva, los microbiomas y los probióticos.

¿Qué nos inspira?

- Buscan no sólo brindar un buen producto sino enseñar a los usuarios sobre la salud digestiva para que sean conscientes.
- Su estilo vieja escuela y tipográfico, que refleja frescura y cuenta los beneficios de forma clara.



Es una compañía con enfoque artesanal, que busca crear productos a base de plantas que sean realmente saludables y deliciosos.

California · USA

Generalidades

- Buscan hacer que los productos a base de plantas logren todo el sabor, textura e integridad de los productos lácteos.
- Las cepas específicas se cultivan exclusivamente en un medio a base de vegetales. Creen que ese enfoque natural crea una textura y un sabor más auténticos.
- Obtienen las almendras de productores locales, para tener ingredientes de la mejor calidad e integridad.



Portafolio de productos

- Tienen un portafolio amplio que va desde yogures y quesos a base de plantas hasta deliciosas pastas, salsas e incluso alimentos para niños.
- Kite Hill se esfuerza por crear alimentos que sean irresistibles y sostenibles. Transformando nueces seleccionadas en leche cremosa de almendras.
- Sus productos son a base de almendras de la más alta calidad, de origen local y sin OGM.



Comunicación

- Su comunicación es muy transparente, en su página web hablan del abastecimiento de sus ingredientes y el proceso de fabricación de sus productos.
- En su página web comparten recetas inspiradas en el pensamiento del cielo azul, estas recetas a base de plantas reúnen sabores y texturas sorprendentes, sin dejar de ser totalmente lácteos.

¿Qué nos inspira?

- Logran a partir de productos a base de plantas un producto artesano, rico en sabor y textura.
- Portafolio amplio a base nueces.



Es una empresa comprometida a desarrollar una serie de alimentos altamente nutritivos y funcionales, al tiempo que utiliza prácticas sostenibles y socialmente responsables siempre que sea posible.

Boulder · USA

Generalidades

- NextFoods nació del antiguo mantra de que la comida es la mejor medicina, buscando que las personas por medio de la comida tomen el control de su salud.
- Su misión es fomentar la mejora continua de la nutrición humana al tiempo que demuestra los valores de medios de vida adecuados para un capitalismo responsable y consciente.
- GoodBelly es la unión de prácticas alimentarias sostenibles y ciencia, que permite a las personas avanzar en su propio viaje personal hacia la buena salud y la nutrición.



Portafolio de productos

- El jugo probiótico GoodBelly contiene cultivos vivos y activos. Además de dos tipos de cepas, que promueve la salud digestiva central y ayuda a equilibrar su microflora digestiva.
- Las bebidas probióticas GoodBelly pueden ayudar a mejorar la salud digestiva.
- Las inyecciones de probióticos GoodBelly son una forma afrutada y conveniente de obtener 20 mil millones de probióticos.



Comunicación

- En "The Good Belly Blog" tienen consejos, recetas y noticias sobre las cosas buenas que se puede hacer para llegar a un lugar más saludable.
- En su página web buscan educar a las personas sobre los probióticos, sobre la salud intestinal y la investigación emergente de microbiomas.
- Su lenguaje es divertido y cercano, busca que cada persona encuentre los probióticos necesarios para su tipo de barriga.

¿Qué nos inspira?

- Comunica todo un estilo de vida entorno a una alimentación saludable y conscientes.
- Educan a las personas sobre los probióticos, la salud intestinal y microbiomas.



Es una compañía de alimentos y bebidas que utiliza el superalimento de baobab, otros ingredientes y especias como base para crear toda un portafolio de productos.

New York · USA

Generalidades

- Su misión es crear alimentos, refrigerios y bebidas preparados y refrescantes hechos a mano en pequeños lotes con baobab y otros ingredientes únicos de todo el mundo.
- Es parte del movimiento para alejarse de los alimentos industrializados, de ingeniería y volver a los alimentos que son naturales y saludables.



Portafolio de productos

- Sus productos son sabrosos y nutritivos, y se pueden disfrutar sobre la marcha o simplemente sentados en casa con la familia.
- El baobab es un remedio natural para muchas dolencias, es un superalimento, y está en la mayoría de sus productos, tiene vitamina C, magnesio, potasio, calcio y es rico en fibra.
- Sus productos contienen buenos ingredientes saludables de origen ético.



Comunicación

- En su página web cuentan con recetas deliciosas y saludables que usan ingredientes totalmente naturales y ricos en nutrientes.
- Buscan generar un estilo de vida, un arte y una cultura alrededor de la palabra "TERANGA" de hospitalidad, espíritu de camaradería, tolerancia y aceptación mutua.

¿Qué nos inspira?

- Crea una cultura alrededor de la palabra "Teranga" de hospitalidad, camaradería, tolerancia y aceptación mutua.
- Amplio portafolio de productos hechos de baobab, que se pueden consumir en cualquier lugar.

Chobani®

Esta marca americana de yogurt, fundada por el turco Hamdy Ulukaya cree en el poder de la buena alimentación a través de dar a las personas la variedad y las opciones necesarias para que elijan como llevar ese estilo de vida.

New York · USA

Generalidades

- Productos saludables con diferentes ingredientes naturales. Chobani tiene una visión multidimensional del bienestar, que incluye el bienestar físico, emocional y social.
- Buscan que la salud y el bienestar sean universales, a través de un enfoque integral que une lo que comemos con lo que somos.
- Comprometidos con desempeñar un papel activo en la transformación del sistema alimenticio, generar un cambio en el planeta y en las comunidades.



Portafolio de productos

- Combinan jugo de frutas orgánicas con ingredientes botánicos, desde piña tropical y cúrcuma de gran potencia, durazno jugoso y menta refrescante, hasta cereza mermelada y té de hibisco agrio, resaltando el limón y jengibre picante.
- Sus productos contienen miles de millones de cultivos que florecen en el intestino, apoyando la salud inmunológica.



Comunicación

- Diseño que busca ser más cercano a los consumidores e ir acorde con el contenido del producto.
- Equilibrio entre diversión y sobriedad, logra mostrar las frutas de una forma expresiva pero sin volverse demasiado conceptual.
- Busca mostrar lo saludable divertido y contar a través de los mundos el contenido nutricional. Su comunicación se centra en la generación de experiencias.

¿Qué nos inspira?

- Refleja un estilo natural y cercano, manteniendo la coherencia en todos sus puntos de contacto.
- Enfoque integral que une la producción, el bienestar individual, el trabajo ético, la sostenibilidad y la comunidad.

¿Qué tienen en común estas marcas?



- Educan a los usuarios para que sean conscientes de su alimentación, la salud digestiva, los microbiomas y los probióticos.



- Quieren que las personas por medio de la comida tomen el control de su salud.



- Buscan hacer que los productos a base de plantas logren todo el sabor, textura e integridad de los productos lácteos. Creen que ese enfoque natural crea una textura y un sabor más auténticos.



- Son productos artesanales y locales, buscando obtener los ingredientes de la mejor calidad e integridad.



- Tienen prácticas alimentarias sostenibles, que permite a las personas avanzar en su propio viaje personal hacia la buena salud y la nutrición.



- Muestran el estilo de vida de una dieta nutritiva, diversa, llena de frutas, vegetales y fibras.

Capítulo 3: Té e infusiones

@grupoimasd

El té y las infusiones han sido productos presentes en los hogares de todo el mundo desde la historia antigua, desde los ingredientes más tradicionales hasta las mezclas más creativas.

En este capítulo encontraremos referentes de marca que han llevado el té, las flores, las hierbas y las frutas a otro nivel, con presentaciones on the go, ready to drink y propuestas de marca que sobrepasan lo conocido y llevan esta bebida tan tradicional a universos diferentes.

@grupoimasd

Té e infusiones



Cocoon
Tea Artisans

Marca danesa de té orgánico de hoja entera en bolsas.
"Una manera fácil de preparar y disfrutar de los beneficios del
té"

 Copenhagen - DK

Generalidades

- Su misión es incorporar té de calidad en la rutina diaria de las personas. Empacados con cuidado para lograr almacenar el té sin perder sus vitaminas y su sabor.
- Es una marca que constantemente explora entre la infinidad de aromas y sabores que ofrecen las diferentes especies de tés.
- Buscan profundizar entre las vitaminas, minerales y antioxidantes que la planta de té tiene para ofrecer al cuerpo, así entregar a sus consumidores la experiencia y la calidad que los caracteriza.



Portafolio de productos

- "En Cocoon Tea Artisans utilizamos solo los mejores ingredientes para hacerte feliz a ti, a tu cuerpo y a tu mente. Es por eso que todos nuestros tés son orgánicos y libres de pesticidas"
- Sus productos son una mezcla de hierbas orgánicas, aromas y sabores, libres de pesticidas.
- Tienen beneficios digestivos, para la salud dental o energía adicional.



Comunicación

- Tienen una revista de té llamada "Tea Journal" dónde hablan de cómo maximizar los beneficios del té, ideas de reciclaje o reutilización del té, de belleza, salud y resultados científicos.
- Enseñan cómo preparar el té, guían a las personas para obtener lo mejor de las mezclas orgánicas puras. Explican desde el tiempo de preparación, la temperatura hasta cómo almacenar el té y elegir la taza específica.

¿Qué nos inspira?

- Incorporan el té de calidad en la rutina diaria de las personas, educándolas para obtener lo mejor de las mezclas orgánicas.
- Logran generar una experiencia entorno a los beneficios, el empaque y el ritual del té.



Hustle lleva el Matcha a las personas a través de una bebida energética a base de plantas, dándoles la energía necesaria para el día a día.



Generalidades

- Buscan brindar energía a las personas a través del matcha en cualquier momento que necesiten, ya sea en una fiesta o en el trabajo.
- Promueven el bienestar con una energía positiva, para que las personas se sientan bien y se inspiren.
- Apoyan la auto expresión y fomentan las experiencias compartidas, dándote la energía necesaria para ser tú mismo y hacer lo que te haga feliz.

Portafolio de productos

- Es una bebida energética a base de plantas y de Matcha, procedente de granjas familiares en Japón. Busca reinventar la bebida energética tradicional.
- Se conoce cómo el té del ajetreo ya que te da la energía para el día a día. Viene en varios sabores; menta, original, miel y limonada.
- Su empaque es reciclable y sus productos tienen una baja huella de carbón.



Comunicación

- Su comunicación es muy divertida y muy transparente, comunican sus emisiones de carbono a través de un "contador de compensación mensual".
- Tienen una lista de Spotify con una gran colección de canciones "para que nuestros cuerpos se muevan en cualquier fiesta de MatchaBar".
- Tienen una revista en su página web llamada "The Pursuit" donde hablan sobre temas de interés de la marca, ponen crucigramas, recetas, entre otras cosas.

¿Qué nos inspira?

- Tienen una comunicación muy colorida y divertida que muestra un producto energético.
- Son muy transparentes y lo muestran desde su empaque, su revista y su contador de compensación mensual.



Buscan a través de una fuente de energía nutritiva y con una buena dosis de optimismo, compartir la yerba mate con el mundo.



Generalidades

- Creen que la cultura de la yerba mate es una invitación a la vida, a la regeneración personal, social, ecológica y cultural.
- Sostienen que la cultura de la yerba mate impulsará su modelo comercial para regenerar ecosistemas y crear comunidades vibrantes. Logrando crear un impacto global positivo.
- Buscan generar prácticas holísticas de vida, desarrollar alianzas a largo plazo con pueblos indígenas y pequeños agricultores para cosechar yerba mate a precios de comercio justo.



Portafolio de productos

- Son latas de alta energía que contiene una gran cantidad de cafeína, en una mezcla no carbonatada de yerba mate y jugo de fruta orgánica.
- Es una fresca mezcla de yerba mate y jugos de frutas. "El equilibrio perfecto entre la yerba mate y los jugos de frutas orgánicos".
- Una infusión cuidadosamente elaborada de yerba mate, elaborada complementada con hierbas nutritivas y jugos de frutas orgánicos.



Comunicación

- Se creó una red de colaboradores entorno a la marca, que están entusiasmados de compartir sus experiencias de yerba mate con sus comunidades y generar una cultura de bienestar alrededor de la yerba mate.
- La comunidad de Colaboradores busca mostrar el estilo de vida que gira entorno a la yerba mate y está compuesta por artistas, atletas, estudiantes graduados, organizadores, profesionales y personas de todos los ámbitos de la vida.

¿Qué nos inspira?

- Llevan la yerba mate a todo el mundo, por medio de un producto listo para el consumo.
- Generan prácticas holísticas de vida y una comunidad a través de la cultura de la yerba mate.

TAZO

Es una mezcla de tés puros con otras hierbas, especias o ingredientes botánicos. Combinaciones inesperadas e intensas, con un toque diferente que libera los sabores escondidos que el mundo ha guardado.



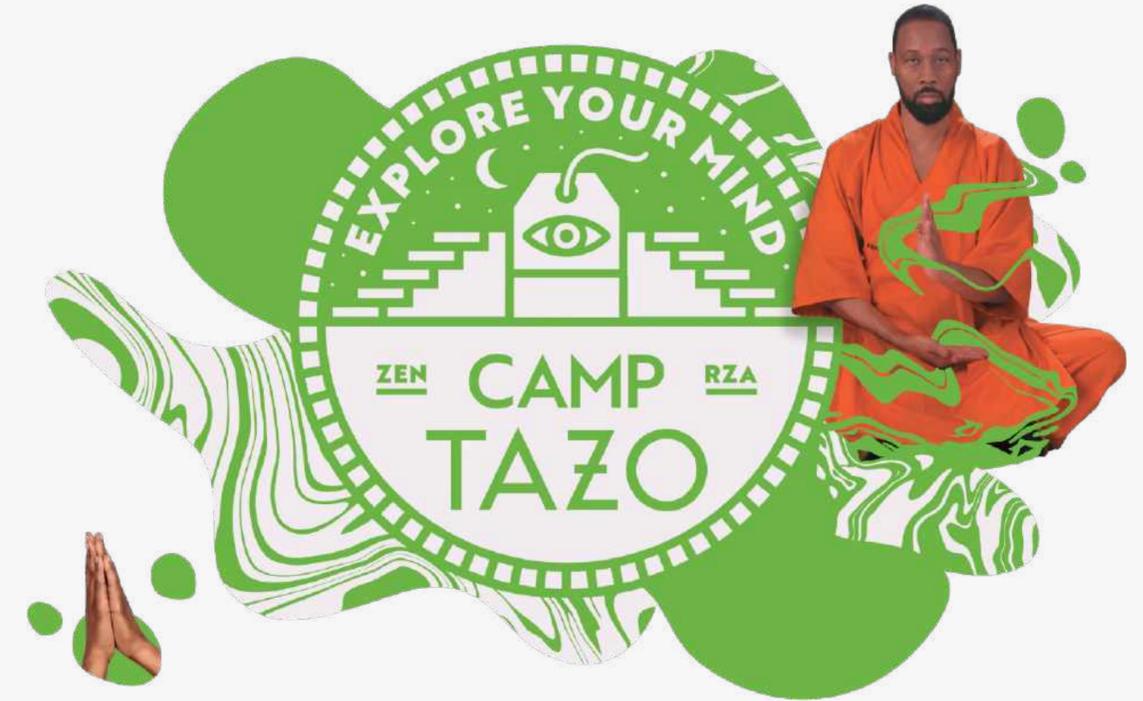
Generalidades

- TAZO se fundó sobre la base de la exploración y la aventura que suponen descubrir lo desconocido.
- Buscan ser los creadores de tés más inesperados del mundo, con combinaciones inesperadas e historias poco convencionales, divertidas e ingeniosas.
- Son el té para las personas que buscan lo inesperado en cada aspecto de la vida. Son los niños curiosos, exploradores intrépidos y alquimistas indomables.



Portafolio de productos

- Sus productos son varias combinaciones entre hierbas, té y jugos naturales, para crear algo inesperado.
- "Combinaciones que siempre sorprenden y nunca aburren".
- Su té viene en varios sabores; té verde, limoncillo y menta verde.
- "Un sorbo te lleva a un lugar de paz y calma. Si no estás aquí, ya estás allá. Dejaremos fluir el té Zen para alimentar tu mente y tu alma".



Comunicación

- Tienen un campamento para que las personas vivan una serie de exploraciones guiadas para liberar su mente, conquistar el caos y desbloquear su potencial oculto.
- En su página se pueden encontrar varias recetas de Tazo, además de encontrar una lista en Spotify que habla del estilo de vida y de música.
- Tienen un look fresco y natural, en sus empaques comunican los ingredientes de sus productos y diferencian cada producto con un color.

¿Qué nos inspira?

- Es un té para las personas curiosas que buscan algo inesperado, su comunicación alimenta esas historias poco convencionales.
- Crean unas experiencias alrededor de los beneficios del té, buscando impactar en un estilo de vida que alimente la mente.

TEAVANA®

Es una marca de té artesanal que tiene mezclas de té vibrantes y en capas para una vida sabrosa. "Hecho a mano por nosotros, creado para ti"

 Seattle-USA

Generalidades

- Combinan ingredientes premium, años de experiencia y prácticas bien pensadas para elaborar deliciosas mezclas de té con sabores en capas.
- Están en una búsqueda interminable para crear tés inspirados en antiguas tradiciones de mezcla de té y tendencias culinarias modernas.
- Son una empresa con compromiso social que busca ayudar a las comunidades productoras de té y apoyar las prácticas agrícolas sostenibles.



Portafolio de productos

- Sus tés están hechos de ingredientes botánicos e ingredientes premium de regiones conocidas por su excelencia.
- Son elaborados por un equipo de artesanos dedicados inspirados en el mundo que los rodea. Ellos prueban cada ingrediente para garantizar la calidad y la consistencia.



Comunicación

- Tienen un estilo muy colorido y divertido, cada una de sus presentaciones viene en un color diferente que diferencia cada té.
- Cada empaque tiene una ilustración de su ingrediente principal y el color del té hace referencia a este.
- En la página web se muestran los ingredientes de forma provocativa, a través de composiciones divertidas y coloridas.

¿Qué nos inspira?

- Tienen un lenguaje muy colorido y divertido, muestran los ingredientes de forma provocativa y muy gráfica.
- Juegan con lo natural y los ingredientes, para crear un universo gráfico muy amplio.

¿Qué tienen en común estas marcas?



- Buscan incorporar té de calidad en la rutina diaria de las personas y generar prácticas holísticas de vida.



- Promueven el bienestar con una energía positiva, para que las personas se sientan bien y se inspiren.



- Hacen del té un ritual y una experiencia, buscan mostrar la versatilidad del té y que puede encajar en cualquier estilo de vida.



- Son marcas con compromiso social, que busca apoyar las prácticas agrícolas sostenibles.

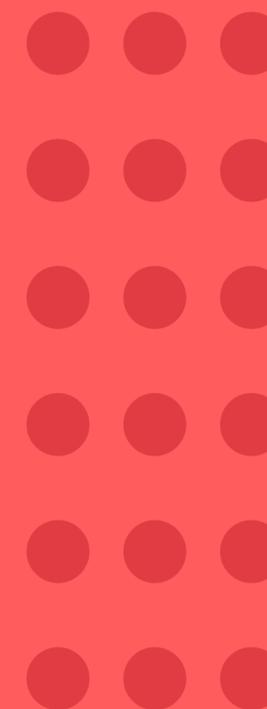


- Sus producto buscan crear combinaciones inesperadas que brindan tranquilidad y energía a sus usuarios.



- Enseñan a los usuarios a maximizar los beneficios del té, aportando conocimiento para su ritual y cuidado.

Capítulo 4: Café



[@grupoimasd](#)

El café es otro de esos ingredientes que han habitado en nuestro contexto desde siempre; con los viajes y recorridos hemos conocido nuevas facetas de él a través de marcas que experimentan con diferentes partes del café, composiciones, mezclas e ingredientes para sacar máximo provecho de sus beneficios y claro, de su sabor inigualable.

@grupoimasd

Café





Califia farms tiene como propósito, devolver los alimentos a su origen nutritivo a través de una amplia variedad de deliciosos productos a base de plantas y hechos con ingredientes reales.



California · USA

Generalidades

- Quieren crear nuevas y mejores formas de alimentación para trabajar hacia un sistema alimentario que sea inclusivo, equitativo y sostenible.
- Buscan unir a las personas para ser la fuerza detrás de una revolución basada en plantas.
- "Una transformación del bienestar a través del poder de las plantas. Juntos devolveremos la comida a su propósito nutritivo original"



Portafolio de productos

- Tienen productos lácteos a base de plantas, Cold Brew, Cremas y jugos.
- Sus principales productos son el Nitro Latte enlatado con leche de avena y el Café Cold Brew infundido con nitrógeno que permite un café con leche cremoso y espumoso.
- "Nuestro café está preparado en frío porque hay algo de magia loca que sucede cuando dejas que el café se tome su tiempo".



Comunicación

- La reina Califia es un símbolo de sus productos y representa una líder imponente, que protege su abundante paraíso isleño lleno de riquezas naturales.
- Buscan crear una cultura alrededor del café y una dieta a base de plantas, generando un cambio en la vida diaria de las personas para mejorar su salud.
- Tienen un empaque con un fondo de color que representa la intensidad del café, tiene unos apliques dorados para darle un toque premium.

¿Qué nos inspira?

- Crean una cultura alrededor del café y la alimentación a base de plantas.
- Tienen un empaque simple que juega con la intensidad del color para hablar de la intensidad del café.

STUMPTOWN

COFFEE ROASTERS

Stumptown tiene como propósito hacer del café toda una experiencia en cualquier momento del día, educando a sus usuarios para guiarlos a una mejor experiencia.

Portland · USA

Generalidades

- Educan a sus usuarios sobre el ritual de consumo y la forma en que se debe preparar, tomar y disfrutar. The Brew Guide es la guía donde te explican todo sobre el universo del café.
- Compran directamente a las personas que están haciendo el café generando una sociedad, para garantizar la mejor calidad.
- Stumptown busca hacer el mejor café posible, un café fresco para que sus usuarios tengan una experiencia única en cualquier momento del día.



Portafolio de productos

- El café lo preparan en frío sin calor durante más de 12 horas, luego usan un proceso de doble filtración para obtener el resultado final: una preparación compleja, suave y con cuerpo, con bajo contenido de ácido y un acabado de chocolate.
- Sus principales productos son el Nitro Cold Brew, Cold Brew con gas que viene en sabores inesperados y diferentes como jengibre cítrico y limón con miel.



Comunicación

- Se mantiene la marca como protagonista en todas sus presentaciones de Cold Brew, con una misma gama de color y tipografía. Las variaciones son en la forma de su etiqueta y estructura.
- Logran generar una sociedad entorno al café donde ofrecen todo tipo de capacitaciones, desde la introducción al espresso hasta el desarrollo avanzado del paladar. Además de ofrecer una amplia asesoría y asesoramiento sobre diseño, equipamiento, gestión de programas de café y más.

¿Qué nos inspira?

- Brindan una experiencia única entorno al café, educan a los usuarios para que tengan el mejor ritual de consumo.
- Es un café artesanal y lo logran comunicar desde las imágenes hasta su empaque.



Bai es una marca de productos creada a partir de la fruta del café, que quiere que sus consumidores se empiecen a replantear el tipo de bebidas que consumen.

New Jersey · USA

Generalidades

- Bai utiliza la fruta del café, que en la mayoría de los casos es desechada y que tiene unas propiedades antioxidantes que ayudan a mantener la protección natural del cuerpo.
- Una marca que responde a las necesidades de un estilo de vida saludable sin sacrificar el sabor.
- En sus bebidas el origen tiene una historia que contar, la trazabilidad y responsabilidad social juega un papel muy importante para la empresa.



Portafolio de productos

- Su portafolio cuenta con bebidas antioxidantes saborizadas, con ingredientes naturales exóticos y mezclas de sabores endulzadas con stevia, bebidas carbonatadas, bebidas con infusión de coco, té frío y agua enriquecida.
- Todos los productos tienen como base la fruta de café para su elaboración lo que hace que el sabor característico de fondo se mantenga en todas sus líneas.



Comunicación

- Con un estilo minimalista y simple, le hacen entender a sus consumidores de una forma muy clara lo que necesitan saber de sus bebidas.
- Su empaque muestra de forma clara los ingredientes principales de sus infusiones y permite ver el contenido cuyo color cambia con cada referencia.
- Bai ha creado un movimiento detrás de su marca llamada "Unbelieve" en el que busca resaltar a aquellas personas que han logrado cambios en sus vidas a pesar de las dificultades.

¿Qué nos inspira?

- Tienen un estilo minimalista y simple, que muestra de forma transparente el contenido del empaque.
- Le da un nuevo uso a la fruta del café y aprovecha al máximo sus beneficios sin sacrificar el sabor.



Son bebidas de 400 calorías en forma de taza de café que muchos utilizan para sustituir el desayuno.

Seattle · USA

Generalidades

- Sus productos 'aumentan el rendimiento mental' por lo que es la bebida perfecta para los desarrolladores, ingenieros y negociantes de Silicon Valley.
- Bulletproof es un enfoque basado en la ciencia de la nutrición y el bienestar que se prueba, para hacer que la vida sea más increíble.
- Los productos Bulletproof están respaldados por las últimas investigaciones, el conocimiento antiguo de la medicina ayurvédica y un firme compromiso con la calidad.



Portafolio de productos

- Son productos sin gluten, soja, rellenos artificiales. De alto rendimiento que buscan potenciar la vida.
- Su principal producto es un café con mantequilla o café keto, es una bebida energizante hecha con grasas de calidad y granos de café de alta calidad.
- Sus beneficios son; quita el hambre en las mañanas y es una comida completa para tomar.



Comunicación

- Es una bebida que promueve un estilo de vida dinámico y soñador.
- Su empaque moderno y su comunicación es enfocada a esas personas que se retan a ser mejores. "los soñadores, las personas que quieren ser las mejores versiones de sí mismos".
- En su página web tiene toda la información necesaria para hacer un cambio en la alimentación, desde guías para mejorar la salud, recetas e información educativa de suplementos y pasos para principiantes.

¿Qué nos inspira?

- Es un producto que respalda a los soñadores y las personas que se retan a ser mejores.
- Promueven un estilo de vida dinámico respaldado por la ciencia, guían a las personas en ese proceso de mejora.



Es un café con mantequilla, hecho con ingredientes locales de primera calidad. Buscando ser un café frío ready to drink para así poder llegar a las personas en todo Estados Unidos.



Austin · USA

Generalidades

- Picnik Creamers apoya un cerebro, cuerpo y estilo de vida saludables. Hecho con mezclas de ingredientes funcionales.
- Ofrecen productos minoristas que ayudan a que las mañanas cuenten. Ya sea que esté comiendo Keto, bajo en carbohidratos o simplemente tratando de ser un poco más saludable.
- Sus productos están cargados de ingredientes nutritivos y funcionales. "Somos como esa madre que mete col rizada en el batido de su hijo".



Portafolio de productos

- Está disponible en tres variedades: original, vegana y colágeno, cada una con una mezcla de grasas alimentadas con pasto o de origen vegetal y aceite MCT energizante.
- Ingredientes funcionales que se adaptan a un amplio espectro de requisitos dietéticos, para que puedan comer cómodamente lo que su cuerpo necesita. "¡Esperamos que encuentre fácil y alentador incorporar Picnik a su rutina matutina!"



Comunicación

- Tienen un look colorido y llamativo, logran diferenciarse entre los otros productos de la categoría.
- Tiene un blog de recetas de todo tipo buscando siempre comunicar su slogan y pensamiento; "Las mañanas son difíciles. déjanos ayudarte".
- En su página web comunica cada uno sus ingredientes de forma abierta, hablando de sus propiedades y cada uno de sus beneficios.

¿Qué nos inspira?

- Tienen una amplia gama de productos de café enfocados en el desayuno y en hacer de las mañanas lo mejor del día.
- Comunican de forma abierta sus ingredientes y los beneficios de su producto para una rutina matutina.

¿Qué tienen en común estas marcas?



- Quieren crear nuevas y mejores formas de alimentación para trabajar hacia un sistema alimentario que sea inclusivo, equitativo y sostenible.



- Buscan unir a las personas para ser la fuerza detrás de una revolución basada en plantas, generando una cultura al rededor del café y una dieta a base de plantas



- Educan a sus usuarios sobre el ritual de consumo y la forma en que se debe preparar, tomar y disfrutar.



- Son marcas que responden a las necesidades de un estilo de vida saludable sin sacrificar el sabor.

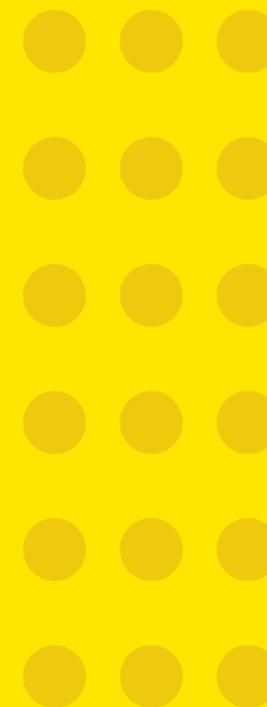


- En sus bebidas el origen tiene una historia que contar, la trazabilidad y responsabilidad social juega un papel muy importante.



- Comunica cada uno sus ingredientes de forma abierta, hablando de sus propiedades y cada uno de sus beneficios.

Capítulo 5: Naturaleza activa



Los ingredientes naturales como frutas, semillas, vegetales, hierbas, etc son hoy los protagonistas de los lineales, las marcas sacan el máximo provecho de esto y lo ponen en complemento con iniciativas de trazabilidad y transparencia para sobresalir.

En este capítulo queremos destacar el poder que tiene la naturaleza en las tendencias, y como a través de mezclas, procesos y formatos las marcas sacan partido para poner en manos de todos los beneficios que esto ofrece.

[@grupoimasd](https://www.instagram.com/grupoimasd)

Naturaleza activa



Son una empresa de bebidas que diseñan recetas alrededor del gusto y la función, creando un jugo prensado en frío.

Los Ángeles · USA

Generalidades

- Su misión es entregar los productos de jugo de la más alta calidad a la puerta y a los minoristas comunitarios independientes.
- Buscan un balance entre lo orgánico, lo crudo y lo conveniente en sus bebidas.
- Tienen un programa de desintoxicación para ayudar a que las personas luzcan y se sientan más livianas, aprovechando los compuestos de limpieza del intestino.

Portafolio de productos

- Todos sus productos son prensados en frío ya que es la mejor manera posible de mantener la integridad natural del jugo.
- Tienen certificación Kosher y certificado orgánico del USDA.
- Vienen en paquetes, cada bebida cuenta con una función diferente; brindar inmunidad, probióticos, limpieza, nutrir o brindar energía.



Comunicación

- Su estilo es minimalista y tipográfico, tienen un código de color dependiendo del sabor del producto. En el empaque se listan los ingredientes del producto y a su vez se colocan los claims que hablan del contenido.
- En su página web tienen un mapa de ingredientes para que las personas puedan localizar y conocer de dónde vienen, qué son y en qué producto se encuentran.

¿Qué nos inspira?

- Su comunicación va acorde con el balance entre lo orgánico, crudo y lo conveniente de sus bebidas.
- Son muy transparentes con su propósito, utilizan herramientas como el programa de desintoxicación y el mapa de ingredientes.



Son bebidas orgánicas de origen vegetal, mezcladas con CBD de cáñamo que proporcionan una alternativa saludable y funcional a las bebidas existentes.

Norwalk, CO · USA

Generalidades

- El propósito de la marca es brindar una alternativa saludable y funcional a través de bebidas que tengan mezclas de plantas orgánicas y CBD.
- Se llaman a sí mismos una marca botánica, porque solo mezclan ingredientes naturales.
- El producto solo se vende por comercio electrónico, por eso buscan estar presentes en diferentes ferias en los Estados Unidos para darse a conocer.



Portafolio de productos

- Cada una de sus bebidas se conecta con un punto de concentración del cuerpo, brindando bienestar y salud específico para cada punto.
- Es una infusión de cáñamo que contienen 15 mg de CBD por botella y están aromatizadas con jugo de frutas, hierbas, té y néctar de coco.
- Vienen en varios sabores:
 - Menta + Matcha (para la mente)
 - Cúrcuma + Jengibre (cuerpo)
 - Piña + Manzanilla (sistema digestivo)



Comunicación

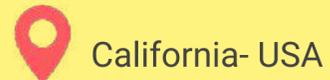
- Su empaque es relativamente sencillo y atractivo para la vista. Maneja diferentes colores para diferenciar cada una de sus bebidas.
- Utilizan ilustraciones de algunos de los ingredientes clave, que se ejecutan verticalmente a lo largo de los lados.
- La marca está enfocada para todas las edades, para usuarios que se identifican con un estilo de vida libre, consciente y sin estigmas.

¿Qué nos inspira?

- Hacen diferentes mezclas con otros ingredientes que los consumidores ya consideran funcionales.
- Es una marca honesta y cercana que se enfoca en eliminar los estigmas y hacer que sus consumidores sean más conscientes.



Marca de shots californiana que proporciona a través de pequeñas presentaciones la dosis diaria de mejoras, llenas de nutrientes orgánicos



Generalidades

- Entendieron que la vida de las personas hoy en día no tiene descanso, por lo que desarrollaron una solución rápida, saludable y funcional.
- Sus shots de ingredientes multi beneficios, son prensados en frío hechos de manera artesanal, de producción y selección de granjas locales.
- La marca se enfoca en investigar constantemente los cambios de comportamiento de quien los consume.



Portafolio de productos

- Cada uno de los shots es desarrollado a base de ingredientes que nutren, restauran, energizan y sana el cuerpo de sus consumidores, tanto a nivel mental como físico.
- Su portafolio de bebidas son: Bienestar, Vitalidad, Potente-C, Inmune +, Magia negra, Chequeo intestinal, Arriba verde, Restaurar, entre otras.
- Sus botellas son ecológicas hechas de materiales 100% reciclados postconsumo con un ligero tinte.



Comunicación

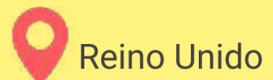
- Su speech de comunicación va ligado a las pequeñas dosis que nuestro cuerpo necesita, bien sea de energía, limpieza o dosis de verduras.
- Utilizan colores vibrantes que generan contraste y una ilustración que va acorde con su público objetivo.
- En su comunicación por medio de tono de voz, colores, nombres fantasía, redes sociales y demás puntos de contacto de la marca buscan transmitir que KOR es la mano derecha tanto en beneficio como en look.

¿Qué nos inspira?

- Brindan una solución rápida, saludable y funcional para un estilo de vida muy atareado.
- Transmiten de forma clara los beneficios de cada uno de sus shots desde todos sus puntos de contacto.



Es una mezcla original de deliciosos jugos de frutas, extractos botánicos y agua sin gas. Diseñado para ayudar a las personas a aprovechar al máximo la vida naturalmente.



Generalidades

- Bebidas botánicas revitalizantes, de agua sin gas y jugo de frutas.
- "Productos botánicos activos para la combinación perfecta de sabor y refresco"
- Son bebidas mezcladas con un toque de espíritu, diseñadas para que las personas se relajen y disfruten.



Portafolio de productos

- Las bebidas botánicas revitalizantes están elaboradas por expertos a partir de agua sin gas.
- Bebidas libres de azúcar, sin colorantes, ni conservantes y veganas.
- Tienen siete bebidas diferentes dentro de las que se encuentran: Melocotón y té verde, Kiwi, lima y menta, limón, lima y jengibre.



Comunicación

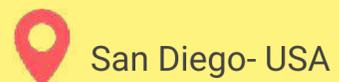
- En su página web les enseñan a los usuarios recetas, ya sea para tomarla pura o a hacer un coctel con ella.
- Es una marca que a través del color se refleja alegre, fresca y energética. Utiliza un color característico para diferenciar cada una de sus bebidas.
- Utiliza ilustraciones referentes al contenido de la bebida, que muestran cada uno de los ingredientes y hacen que sus productos se vean con un look botánico.

¿Qué nos inspira?

- El uso del contraste y las ilustraciones, se toman el empaque por completo sin verse saturado.
- Son bebidas refrescantes versátiles desde su comunicación, se pueden tomar puras o crear cocteles con ellas.



Son las primeras bebidas orgánicas con filtración de luz, que embotellan sus productos en vidrio para lograr una mayor pureza y sabor en sus productos.



Generalidades

- Sol-ti se basa en la pasión por una vida saludable y la sostenibilidad. Están comprometidos a ayudar a las personas a brillar a través de líquidos de vitalidad.
- Creen que encontrar bebidas frescas y naturales debería ser fácil.
- "Cada uno de nosotros tenemos una luz interior. En Sol-ti, te permitimos brillar más a través de líquidos de vitalidad"



Portafolio de productos

- Utilizan solo productos orgánicos de la más alta calidad, superalimentos, hierbas y té, crudos, veganos y no transgénicos.
- Cada bebida es una alquimia de ingredientes frescos con beneficios muy reales para el bienestar: energía, positividad y salud.
- Utilizan un proceso de filtración de luz, que usa los rayos de luz para preservar nuestro líquido sin pasteurizarlo.



Comunicación

- Tienen una sala de degustación de bebidas orgánicas, donde además se puede pedir comida vegana y disfrutar de clases de yoga.
- Su empaque es de vidrio, tiene un estilo sencillo y moderno, logra generar contraste entre la etiqueta y el contenido de cada bebida que es lo que le da un color diferente a cada referencia.
- Es una marca muy fresca, que comunica de forma transparente sus ingredientes y procesos de fabricación.

¿Qué nos inspira?

- Es coherente en todos sus puntos de contacto, desde su empaque de vidrio hasta su tienda.
- Mezclas innovadoras de ingredientes y utilizan un proceso de filtración de luz para preservar naturalmente la bebida.

¿Qué tienen en común estas marcas?



- Sus productos son hechos de manera artesanal, su producción y selección de ingredientes es de granjas locales.



- Su estilo simple, tiene como herramienta principal el color que permite reflejar las marcas alegres, frescas y enérgicas.



- En el empaque se listan los ingredientes del producto y a su vez se colocan los claims que hablan del contenido.



- Son marcas con pasión por una vida saludable y la sostenibilidad.

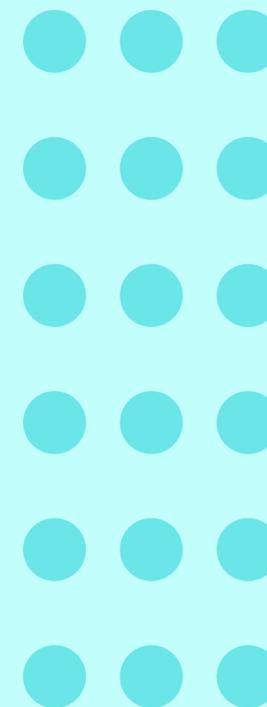


- Están comprometidos a ayudar a las personas a brillar a través de líquidos de vitalidad, que aportan vida a las personas



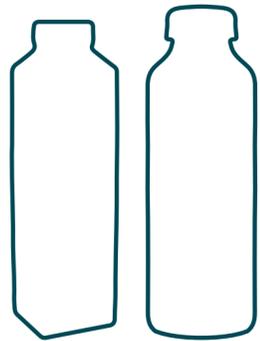
- Creen que encontrar bebidas frescas y naturales debería ser fácil, por lo que sus soluciones son rápidas, saludables y funcionales.

Conclusiones Finales



[@grupoimasd](#)

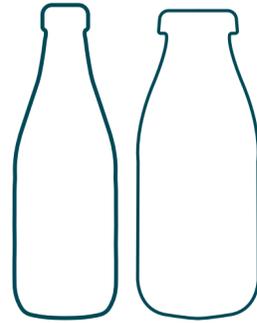
Glosario de formas



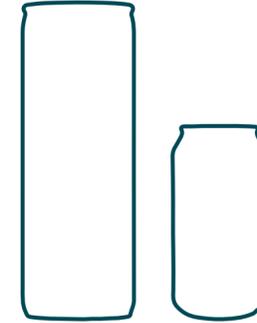
- Estructura alargada y delgada
- Línea continua
- Aristas definidas
- Pet
- Formato personal



- Estructura estilizada
- Línea continua
- Hombros redondeados
- Pet y vidrio
- Formato personal



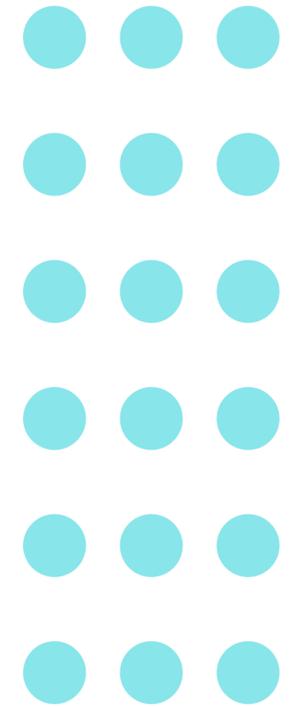
- Estructuras clásicas
- Hombros suavizados y bajos
- Líneas suaves
- Vidrio
- Formato personal



- Lata
- Cuerpo lineal y alargado
- Formato personal



- Tetrapack
- Tapa en la parte superior
- Cambios de superficie
- Formato familiar y personal



- Estructuras robustas
- Líneas continuas y curvas suaves
- Hombros redondeados
- Formato familiar
- Pet y vidrio



- Estructuras y formas orgánicas
- Cuerpo con curvas y cambios de superficie
- Hombros redondeados
- Formato familiar y personal
- Pet



- Shots
- Contenido pequeño, gran concentración
- Pet y vidrio



- Cuchareables
- Cuerpo plástico + Foil + tapa
- Formas lineales y sencillas
- Formato personal

Claims

Contenido nutricional

COLLAGEN PROTEIN

8g PLANT-BASED PROTEIN

50% More Calcium than Milk*
Now with Vitamin B12

PLANT **12g** PROTEIN

15g PROTEIN

70 CALORIES PER 12 FL OZ SERVING

5 CALORIES PER 8oz SERVING

20g PROTEIN 32% DV*

50% More Calcium than Milk*
Now with Vitamin B12

15MG HEMP CBD

+PROBIOTIC

1 BILLION PROBIOTIC CFUs PER SERVING

20 BILLION PROBIOTIC CULTURES PER SERVING

THE PUREST PLANT PROTEIN ON EARTH
rippstein

Ingredientes y beneficios

GRASS-FED BUTTER

BRAIN OCTANE® OIL

ANTIOXIDANT INFUSION®

Hemp Infused Hydration

a bold, full bodied blend of smooth black teas

REAL BREWED TEA

Mallow • Vegetal

Cucumber
Celery
Kale
Spinach
Romaine
Lemon
Blue-Green Algae

Ética

ORGANIC

ETHICALLY SOURCED

DIRECT TRADE
BETTER COFFEE FOR ALL™

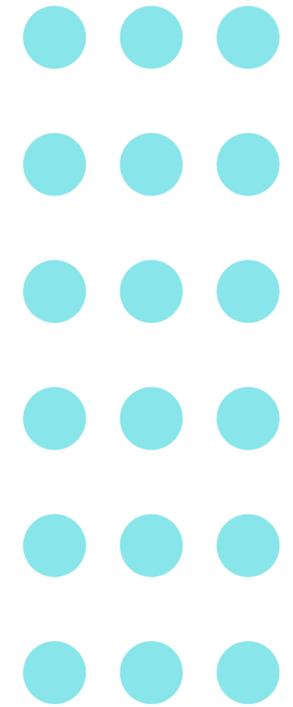
REVITALISING BOTANICAL DRINKS

PLANT-BASED

Light Filtered™
Glass Bottled
Living Beverage

100% RECYCLED BOTTLE

PLANT POWERED
MICROBIOME APPROVED



Claims

Libre de / Bajo en



Beneficios



Sellos y certificaciones



- Existe una tendencia marcada y en crecimiento a declarar abierta y visiblemente los ingredientes.
- Los sellos y certificaciones son elementos cada vez más utilizados para dar seguridad y garantía a los consumidores.
- La transparencia y las declaraciones abiertas sobre trazabilidad, contenido e ingredientes se vuelve cada vez mas popular e importante.

Ingredientes

Los más populares



Cúrcuma



Menta



Jengibre



Limón



Café



Miel



Cacao

Superalimentos



Maca



CBD



Hemp



MCT oil

Otros



Almendras



Nuez de brasil



Semillas



Dátiles



Arvejas



Garbanzos

Frutas y verduras



Piña



Fresa



Banano



Arándanos



Durazno



Apio



Espinaca



Remolacha



Coco



Manzana



Naranja



Kiwi



Mora



Cereza



Zanahoria



Pepino

Plantas y hierbas



Lavanda



Té chai



Té verde



Té negro



Té blanco



Matcha



Manzanilla



Yerba mate



Hibisco

- Aunque las frutas continúan siendo las protagonistas, el mundo de las bebidas comienza a adoptar en mayor medida vegetales, superalimentos, hierbas, etc. Con el fin de aumentar sus beneficios y funciones.

Estrategia e identidad de marca
Prospectiva de marca
e identidad de marca Estrategia
tiva de marca Prospe
egia e identidad de marca Estr
de marca Prospectiva

@grupoimasd

imast

¿Cuál es tu reto? ¡Estamos listos!

 www.grupoimasd.com

 hola@grupoimasd.com

 [@grupoimasd](https://www.instagram.com/grupoimasd)

+(57)(4) 366 26 28