Análisis de marca café Herencia de Altagracia

La marca tiene una base real y auténtica (productora de finca en Vereda Guavio, Fusagasugá) y un empaque con atributos interesantes (bolsa negra premium, válvula de desgasificación). Sin embargo, la identidad visual es inconsistente (dos etiquetas distintas en los mismos productos), la legibilidad y jerarquía de la información es débil y la presencia digital existe, pero es dispersa y con poco aprovechamiento comercial. Con una revisión de etiqueta (claridad, jerarquía, elementos obligatorios y storytelling) y una estrategia de redes + merchandising enfocado en "finca → taza" se puede posicionar el producto como café especial orgánico de origen trazable, generar ventas directas y mejorar percepción de valor para tiendas y ferias.

PRESENCIA ONLINE:

Hay una cuenta de Instagram bajo el usuario @herencia_de_altagracia con publicaciones y reels que muestran el producto, la finca y participación en ferias.

Hay publicaciones/reels que nombran explícitamente Finca Altagracia – Vereda Guavio (Fusagasugá) mostrando el origen del producto, lo cual es un activo narrativo importante.

Existen menciones públicas (por ejemplo, en Facebook) de la finca/propietaria (Maryanespinosa) que refuerzan la trazabilidad local, pero no aparece una web/tienda propia clara o una página de comercio robusta de la marca como tal. Recomiendo habilitar/centralizar en un link (Linktree / WhatsApp Business / landing page).

Conclusión digital: hay contenido auténtico (gran ventaja), pero requiere orden, frecuencia y un canal de venta directo y claro (catálogo WhatsApp/tienda simple o Instagram Shopping / link a landing).

ANÁLISIS DEL EMPAQUE Y ETIQUETA (SEGÚN LAS FOTOS)

Observaciones generales (nivel visual)

Bolsa: negra, mate/brillante (da sensación premium). Tiene válvula de desgasificación: correcto para café tostado.

Inconsistencia: hay al menos dos diseños distintos de etiqueta en los mismos lotes (una etiqueta con foto de la finca y texto grande "Café Especial Orgánico" y otra

etiqueta tipo escudo/verde con “Herencia Altagracia”). Esto confunde identidad de marca.

La información de contacto aparece, pero tipografías pequeñas y el contraste en algunas áreas impide lectura (especialmente el texto extenso del reverso).

Los códigos están impresos en el sellado: buena práctica (fecha de producción y expiración).

Frente (lo que comunica)

Fortalezas:

Mensaje “Café Especial / Orgánico” atrae público objetivo.

Color negro + etiqueta verde/ambar puede transmitir naturalidad y premium.

Debilidades:

Jerarquía tipográfica pobre: elementos importantes (origen, peso, roast date, modalidad: grano o molido) no están destacados.

El logo no es consistente entre bolsas (necesitan versión única y vectorizada).

Reverso (lo que debe mejorar)

Texto muy largo en párrafo pequeño — en envase de 500 g se recomienda texto más corto + elementos gráficos (tasting notes, notas de cata, altitud, variedad).

Falta de iconografía clara: peso neto, instrucciones de conservación, indicación “tostado”, “grado de molido” (si aplica), símbolo de origen (Colombia) y info de lote y fecha de tostión destacados.

No veo QR: sería excelente para contar la historia de la finca y permitir compra directa/registro de trazabilidad.

Calidad de impresión y materiales

La impresión de las etiquetas en las fotos parece con baja resolución y reflejos (posible problema de contraste y acabado). Recomiendo impresión profesional en etiqueta de papel couché mate o etiqueta laminada con barniz selectivo.

DOFA

Fortalezas: origen real y trazable; válvula en empaque; producto auténtico de finca; material visual (fotos de finca y feria).

Debilidades: identidad visual inconsistente; etiqueta poco legible; escasa presencia comercial digital; falta de elementos de trazabilidad en envase.

Oportunidades: mercado de café especial y orgánico; storytelling de finca (turismo, charlas, ferias); venta directa por redes y ferias.

Amenazas: competencia local con packaging más profesional; confusión por afirmaciones de orgánico sin certificación; baja percepción de valor si empaque parece amateur.

RECOMENDACIONES CONCRETAS (ETIQUETA Y EMPAQUE)

Objetivos de la nueva etiqueta

- Claridad y rapidez: que en 2–3 segundos el consumidor identifique nombre, origen, cantidad y fecha de tostión.
- Trazabilidad y confianza: incluir finca, variedad, altitud, roast date (fecha de tostión), lote y QR a la historia.
- Coherencia de marca: fijar logo, colores y tipografías.

Fotografías del empaque actual:

