

Bonafide



Mercado

Bonafide es una empresa en continuo movimiento, que se adapta y anticipa a las demandas de los consumidores.

Creada en 1917 en la Argentina, es líder en la elaboración y comercialización de café, bombones, golosinas y chocolates.

Con 90 años en el mercado, ofrece más de 200 productos de la más alta calidad y los más ricos sabores.

Desde 2003 también cuenta con una gran cantidad de locales renovados para recibir a sus clientes bajo un concepto que reúne productos de calidad con un ambiente cálido y moderno donde poder disfrutarlos.

Logros

El mayor logro de Bonafide fue, desde sus inicios, ser pionera en la venta de café puerta a puerta en bicicleta (modalidad hoy conocida como delivery) y creció a través de un innovador sistema de franquicias hasta llegar a contar con 133 locales en todo el país, un local en Paraguay y próximas aperturas en Uruguay y Chile, todo esto a pesar de los avatares de la economía argentina y con un gran trabajo por parte del



personal que compone la familia Bonafide.

Bajo el lema "90 años junto a vos", la marca comunicó su aniversario en 2007 y festejó junto con clientes de todas las generaciones.

Historia

La historia de Bonafide comenzó en 1917, año en que Geraldo Trinks, hijo de importadores de café y con una amplia experiencia cafetera adquirida en Brasil, decidió abrir un kiosco en el Pasaje Güemes, en pleno centro porteño.

El espacio fue destinado a la venta de café y allí se instaló la primera máquina tostadora del país.

A poco de su apertura, el local se ganó la aprobación de la gente. Aquel café nuevo, entero, sin baño de azúcar y accesible a todos los bolsillos, se abrió camino y tal fue el éxito del emprendimiento que, para poder recibir a la gran cantidad de clientes que se congregaban, Trinks abrió otro local en la misma galería, al que le sumó la venta de caramelos.

Geraldo sintió la necesidad de darle un nombre a su marca, uno que fuera reflejo de tradición y confianza. Fue así como surgió Bonafide (buena fe), que ha sido desde

entonces símbolo y bandera de la empresa.

El crecimiento posterior de la marca se basó en el modelo de venta directa a los consumidores, mediante una exclusiva red de retail, y la venta puerta a puerta en bicicleta.

Luego, su gran crecimiento se debió a otra innovación en el mercado: la venta masiva de franquicias.

Producto

Con una fuerte presencia emotiva en la memoria del consumidor, Bonafide ha ido desarrollando una variedad de productos que por su calidad y exquisito sabor se ha ganado la aprobación de grandes y chicos.

Dentro de su portfolio se encuentra el café en grano torrado o tostado, los chocolates y bombones, las obleas y alfajores, por mencionar solamente algunos.

Marcas emblemáticas como Franja Blanca, Nugatón y Bocadito, que ya tienen más de 50 años, conviven con novedades como



la línea de tabletas Premium, compuesta por exquisitas tabletas de chocolate, novedosos lingotes en chocolate amargo y leche y sticks en los mismo sabores. La línea fue lanzada en 2006 para deleitar a los paladares más exigentes.

Desarrollos recientes

En el marco de las celebraciones por su 90 aniversario la firma inauguró un local en avenida Callao 1155, entre Santa Fe y Arenales, a través del cual inició un proceso de renovación de la imagen para toda su red.

La línea de este local, que cuenta con una destacada exhibición de productos, será el modelo a seguir por todos los espacios Bonafide. El carácter de Bonafide cobra mayor fuerza aún con la reciente propuesta de renovación de diseño de sus locales, en los que domina una inmensa variedad de productos emblemáticos dispuestos en vitrinas y elegantes exhibidores de madera.

Chocolates, bombones, bocaditos, nugatones y delicados caramelos se exponen como grandes



objetos de valor.

Además, un enorme mural cobra protagonismo y apela a la tradición y a la nostalgia de los clientes contando en imágenes reales la historia de estos 90 años de la marca.

Promoción

En julio de 2003, demostrando su capacidad de innovación, Bonafide lanzó al mercado un nuevo concepto que reúne lo mejor del café, bombones y chocolates tradicionales de la marca, con la gastronomía de una cafetería gourmet. Desde entonces, además de un lugar donde adquirir sus productos característicos, propone



un ambiente agradable y cálido donde disfrutar miles de momentos.

La aceptación de este nuevo formato por parte de consumidores y franquiciados resultó todo un éxito y dio inicio a un proceso de expansión nacional.

Durante 2007, además de continuar realizando nuevas aperturas en la Argentina, inició la expansión internacional con su primer desembarco en Paraguay y prontas inauguraciones en Uruguay y Chile.

Sin dudas, la marca representa un negocio sólido, rentable y perdurable en el tiempo. Ofrece a sus franquiciados su know how, adquirido durante nueve décadas, así como un fuerte apoyo en el área de marketing a través de promociones, degustaciones, estudios de mercado, campañas publicitarias y acciones promocionales en fechas claves.

Entre los beneficios que Bonafide ofrece a los franquiciados se encuentran el diseño del local y el equipamiento operacional (se pone a disposición un equipo de proveedores y arquitectos para asegurar un lay out atractivo), además de la provisión de productos acordes a los estándares de diseño y calidad de la compañía.

El equipamiento se entrega en comodato a cada franquicia, incluyendo materiales de decoración interior y elementos de trabajo como ser: molinos, máquinas de café y bomboneras.

Asimismo, se le brinda apoyo en la apertura con capacitación del personal en forma permanente, tanto en atención al cliente como en los aspectos relacionados a la comercialización de productos, con cursos específicos sobre calidad y venta sugestiva.

Además le facilita la presencia de un gerente con experiencia para que opere en el local durante las primeras semanas y proveedores homologados por la empresa.

El sistema dispone de un manual del franquiciado en el que se desarrolla toda la información para operar el negocio.

Bonafide entrega una "zona primaria de exclusividad", garantizando que todos los pedidos solicitados por clientes domiciliados en esa zona sean ventas de esa franquicia. Tal definición permite asegurar al franquiciado un mercado propio que será explotado exclusivamente por su gestión.

Todo este "saber hacer" se suma a la incorporación de un management altamente calificado y al



fuerte impulso inversor de sus accionistas, que garantiza que tanto la imagen de la marca como la operatoria del negocio sean sustentables en el tiempo.

Además, cuenta con un servicio de entrega de productos a domicilio sin cargo, realizado con personal capacitado que sigue permanentemente las necesidades de los clientes. A través de este sistema, el pedido que se recibe telefónicamente se deriva a la franquicia más cercana a la ubicación del cliente, para dar cumplimiento a su solicitud.

Asimismo, realiza la promoción de lanzamiento en la zona de exclusividad, degustaciones de producto en la vía pública, estudios de mercado (previos a la apertura de la franquicia), apoyo de la marca a través de publicidad en medios televisivos y gráficos, y acciones promocionales en fechas exclusivas, así como una fuerte acción de prensa.

Valores de la marca

Los valores claves de Bonafide son la tradición, la trayectoria, la artesanidad y la calidad, combinados con una innovación y evolución constantes. Además se caracteriza por crear productos únicos, riquísimos y emblemáticos, presentes desde siempre.

La venta al público a través de locales propios y de su red de franquicias es otro diferencial de Bonafide, así como también el servicio y la atención que brinda.

www.bonafide.com.ar

Lo que usted no sabía sobre
Bonafide

- Los locales de Bonafide venden 650 toneladas de café al año, de las cuales 300 son Franja Blanca.
- El café Cinta Azul surgió como resultado de una encuesta realizada durante varios meses por personal capacitado de Bonafide, sobre los gustos y opiniones acerca de los blends existentes.

