



## FRUTALES MOMENTOS

YURY ESTHER ROMERO ROMERO  
JOSE ALFONSO MORALES ROMERO  
HUGO FABIAN MORALES VACA

## TRABAJO DE GRADO

### TUTOR

NESTOR G. ECHAVARRIA SALAMANCA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL (CUN)  
ESCUELA DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
OPCION DE GRADO  
BOGOTA  
2018

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCION .....</b>	<b>3</b>
<b>2. JUSTIFICACION.....</b>	<b>4</b>
<b>3. GRAFICA DE DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT.....</b>	<b>5</b>
<b>4. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT.....</b>	<b>6</b>
4.1. NECESIDADES / JOBS .....	6
4.2. BENEFICIOS /EXPECTATIVAS DE RESULTADO-KPI'S.....	6
4.3. SOLUCIONES ACTUALES .....	6
4.4. INCONFORMIDADES/FRUSTRACIONES/LIMITACIONES.....	7
4.5. MERCADEO .....	7
<b>5. ENCUESTAS .....</b>	<b>8</b>
5.1. IDENTIFICACION .....	8
5.2. CARACTERIZACION .....	9
<b>6. FRUTALES MOMENTOS .....</b>	<b>14</b>
6.1. LOGO .....	14
6.2. SLOGAN .....	15
6.3. PROTOTIPO. ....	15
<b>7. IDENTIDAD ESTRATÉGICA.....</b>	<b>15</b>
<b>7.1. RAZÓN DE SER DEL NEGOCIO .....</b>	<b>15</b>
7.1.1. Descripción de lo que hace.....	15
7.1.2. Grupo objetivo.....	16
7.1.3. Factor diferencial.....	16
7.1.4. Futuro preferido .....	16
<b>7.2. HORIZONTE .....</b>	<b>16</b>
7.2.1. Misión .....	16
7.2.2. Visión .....	17
7.2.3. Objetivo general .....	17
7.2.4. Objetivos específicos.....	17
<b>7.3. VALORES CORPORATIVOS.....</b>	<b>18</b>
<b>7.4. PESTEL.....</b>	<b>18</b>
<b>8. CONCLUSIONES.....</b>	<b>19</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>20</b>

## 1. INTRODUCCION

En la actualidad se ha visto en la sociedad la expansión de diferentes enfermedades asociadas a problemas de alimentación, ello debido a que el aumento en el ritmo de vida requiere mayor rapidez y practicidad al momento de consumir alimentos, por esta razón el auge de los restaurantes de comida rápida es notorio. Existe también una preocupación cada vez mayor por adquirir una alimentación saludable, ya que las sustancias químicas que contienen muchos de los alimentos que consumimos hoy en día resultan ser perjudiciales para la salud. Colombia por su parte, es uno de los países que cuenta con una gran variedad de productos naturales tales como frutas y verduras, que ayudan a solucionar estas preocupaciones mediante la extracción natural de los nutrientes que brindan diferentes beneficios al consumidor. Además, los costos de estos insumos en el país son muy favorables para el mercado de la industria de producción alimenticia.

La empresa FRUTALES MOMENTOS (delicias al compartir) busca satisfacer las necesidades del consumidor, brindándole un alimento energético y saludable a base de frutas, al lado de una buena compañía, con el cual los clientes puedan realizar actividades sociales. Ofreciendo una excelente calidad alimenticia a un bajo costo tanto en la producción como en la comercialización.

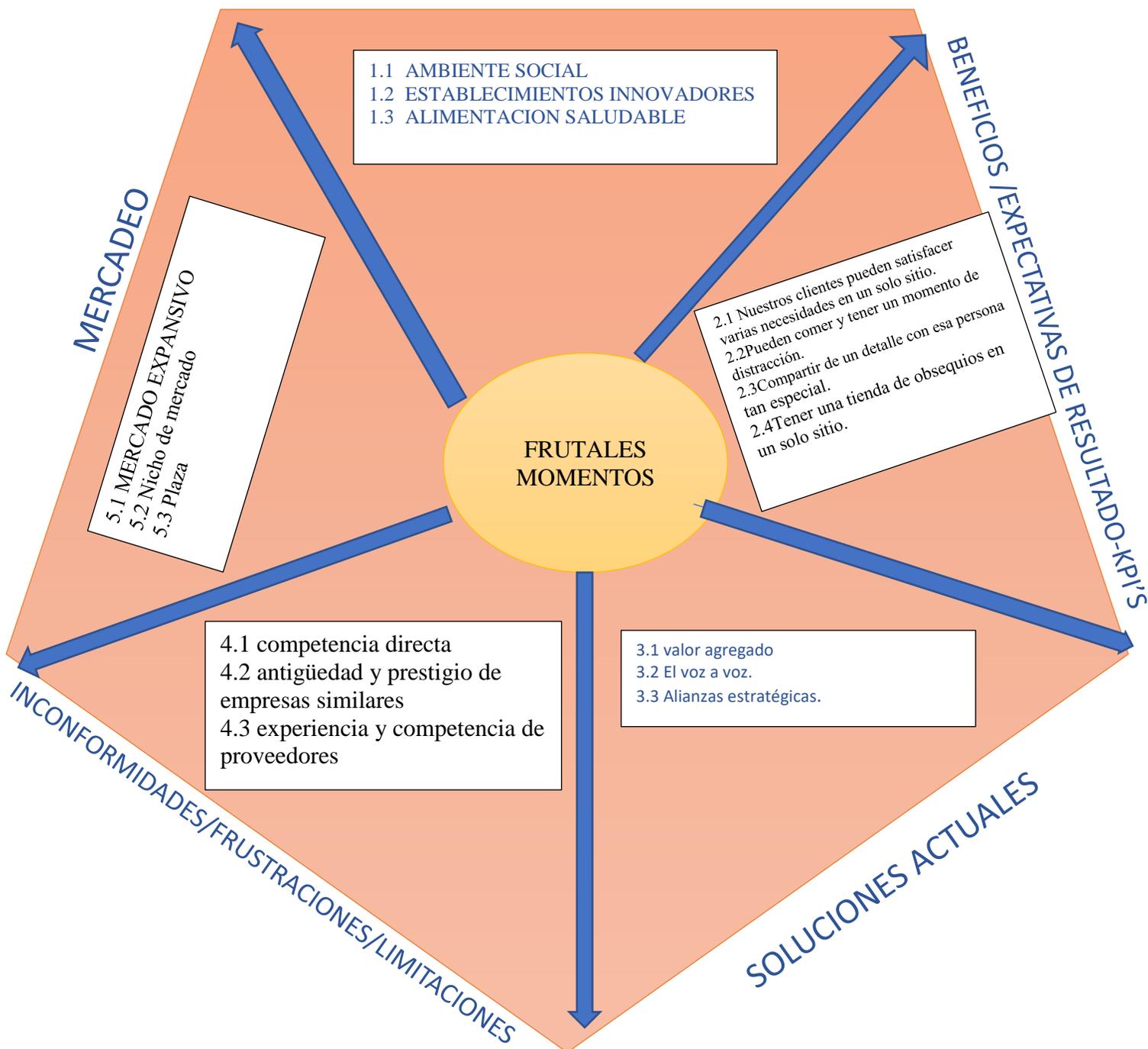
## 2. JUSTIFICACION

FRUTALES MOMENTOS (delicias al compartir) busca generar un espacio para compartir en familia con alimentos saludables a bajo costo y en un ambiente diferente. Actualmente se están generando muchas enfermedades comunes y sus síntomas frecuentemente pueden ser prevenidas o aliviadas con una buena nutrición.

Se realiza este proyecto con el fin de beneficiar a los consumidores teniendo en cuenta que se debe cuidar el medio ambiente reciclando y si es posible reutilizando los residuos orgánicos e inorgánicos evitando la contaminación.

### 3. GRAFICA DE DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT

#### NECESIDADES /JOBS



Gráfica 1. Matriz de perfilación de clientes

#### **4. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES - CUSTOMER DEVELOPMENT**

##### **4.1. NECESIDADES / JOBS**

- 4.1.1. Las personas que frecuentan las fruterías y heladerías no solo van por consumir el producto si no por compartir y disfrutar un ambiente distinto.
- 4.1.2. Unos de los principales motivos de poner en marcha esta idea de negocio es que las fruterías no han presentados cambios, son las mismas de siempre, no se han preocupado por brindar un servicio adicional, por evolucionar o innovar.
- 4.1.3 Una buena alimentación ayuda a mantener nuestro cuerpo sano además de saludable y mantener nuestro peso.

##### **4.2. BENEFICIOS /EXPECTATIVAS DE RESULTADO-KPI'S**

- 4.2.1. Nuestros clientes pueden satisfacer varias necesidades en un solo sitio, no solamente pueden llegar a comer sino también disfrutar de momentos muy especiales al lado de sus seres queridos.
- 4.2.2. Pueden comer y tener un momento de distracción., ofrecemos eventos en los cuales puedes demostrarle a tu ser querido cuanto lo aprecias.
- 4.2.3. Compartir de un detalle con esa persona tan especial mientras disfrutan de una deliciosa ensalada muy nutritiva.
- 4.2.4. Tener una tienda de obsequios en un solo sitio, además de comer rico y saludable puedes adquirir un lindo obsequio para entregar a esa persona preferida.

##### **4.3. SOLUCIONES ACTUALES**

- 4.3.1. El valor agregado que tenemos es que además de comer saludable disfrutamos de buena compañía, momentos especiales, un sitio donde encontraras todo lo que necesitas para pasar un momento delicioso al compartir.

4.3.2. Nuestros servicios de alta calidad generaran la voz a voz que será nuestro fuerte y de este modo atraeremos la clientela, basados en nuestro excelente servicio.

4.3.3. realizaremos alianzas estratégicas con proveedores reconocidos como cream helado para generar confianza y entregar productos de calidad.

#### **4.4. INCONFORMIDADES/FRUSTRACIONES/LIMITACIONES**

4.4.1. Diferentes fruterías y heladerías que se encuentran en la localidad de Fontibón, esta limitación es con nuestra competencia directa, ya que hay empresas que prestan este tipo de servicios y se convierten en competencia directa para nosotros.

4.4.2. Antigüedad y reconocimientos de este tipo de negocios, como son empresas que llevan gran trayectoria están posicionadas, tienen gran relevancia para los consumidores.

4.4.3. La experiencia Y conocimiento de los diferentes proveedores, nos hace limitarnos un poco ya que ellos tienen gran ventaja en el mercado y no queremos tener pérdidas.

#### **4.5. MERCADEO**

4.5.1. Las frutas son un alimento esencial para todo tipo de personas, nuestros helados son hechos para satisfacer todo clase de necesidad y de clientes.

4.5.2. Clientes potenciales son los adolescentes son personas que están en busca de nuevas cosas y su vida social es muy grande, están en la edad reconquistar e impresionar.

4.5.3. Plaza Fontibón es un sitio estratégico tenemos unos clientes con buen poder adquisitivo, muy alto flujo de personas, por su ubicación nos queda muy seca a la central de abastos y de esta manera nos podemos proveer de frutas.

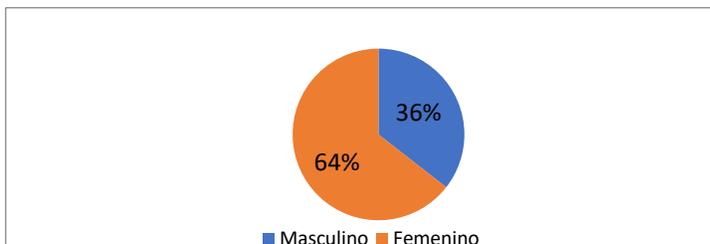
## 5. ENCUESTAS

Las encuestas se realizan con el fin de conocer las diferentes referencias que tienen las personas en cuanto a un mercado tan amplio como es el nuestro, Para la investigación de mercados, se diseñó la encuesta y se aplicó a un grupo de 45 personas, distribuidas de acuerdo al grupo objetivo de interés, es decir adolescentes, deportistas y padres de familia con hijos entre 2 y 10 años.

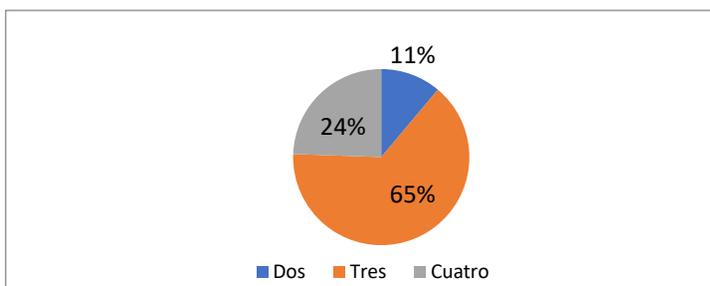
La encuesta arrojó los siguientes resultados:

### 5.1. IDENTIFICACION

Género	Masculino	Femenino
	16	29
	36%	64%

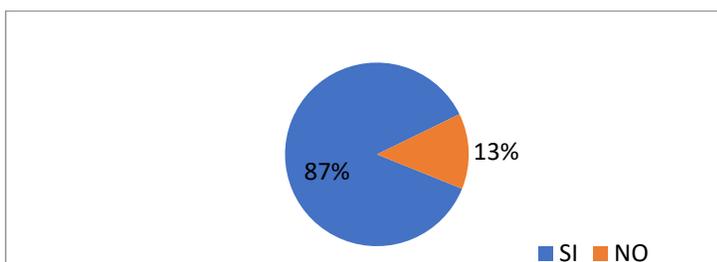


Estrato socioeconómico	Dos	Tres	Cuatro
	5	29	11
	11%	65%	24%

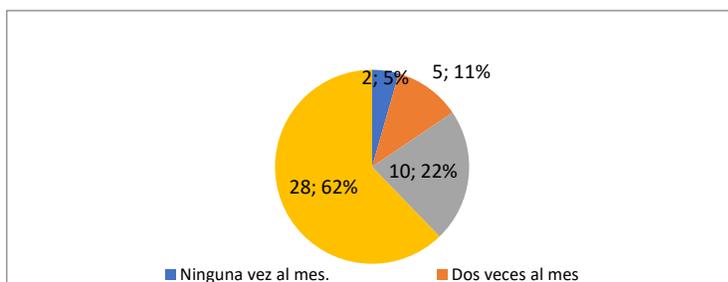


## 5.2. CARACTERIZACION

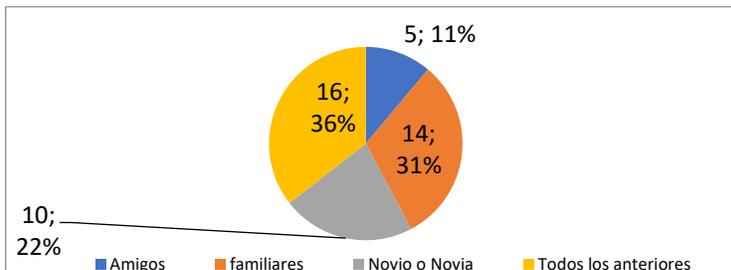
1-¿Te gusta frecuentar sitios donde puedas comer un delicioso helado y ensaladas de frutas?	SI	NO
	39	6
	87%	13%



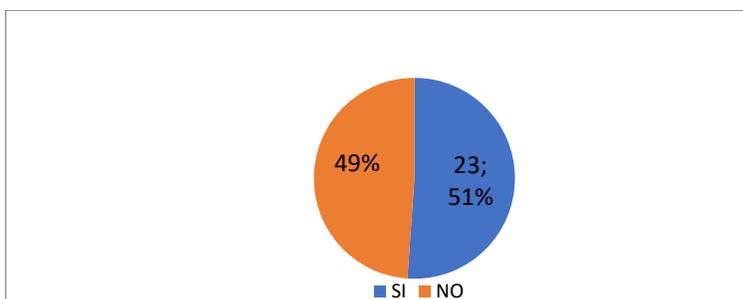
2-¿Cuántas veces al mes vas a una heladería frutería?	Ninguna vez al mes.	Dos veces al mes	Tres veces al mes	Más de tres veces al mes
	2	5	10	28
	5%	11%	22%	62%



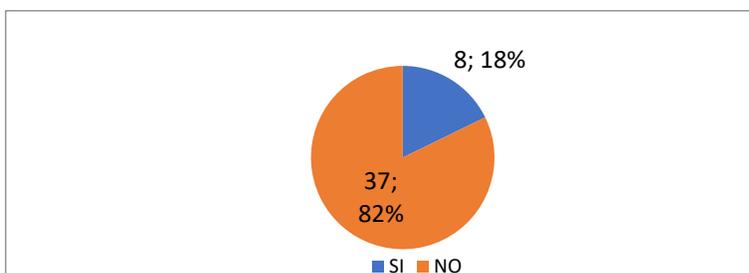
3-¿estos sitios los frecuentas con personas cómo?	Amigos	familiares	Novio o Novia	Todos los anteriores
	5	14	10	16
	11%	31%	22%	36%



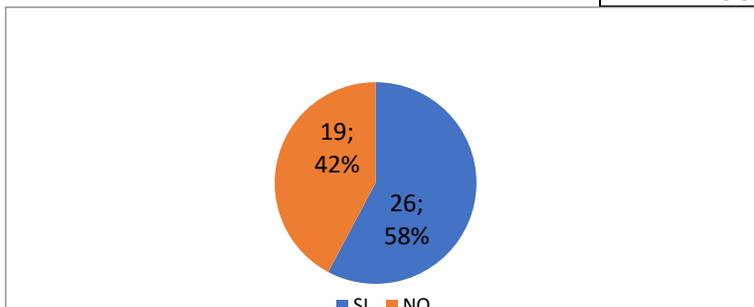
4-¿Encuentras los helados y ensaladas a tu gusto y de acuerdo a tu necesidades?	SI	NO
	23	22
	51%	49%



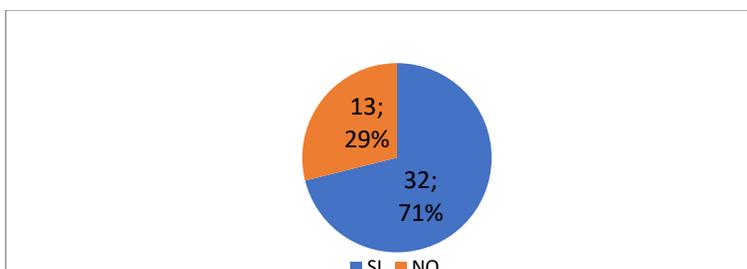
5-¿frecuentas las fruterías porque te gusta comer saludable?	SI	NO
	8	37
	18%	82%



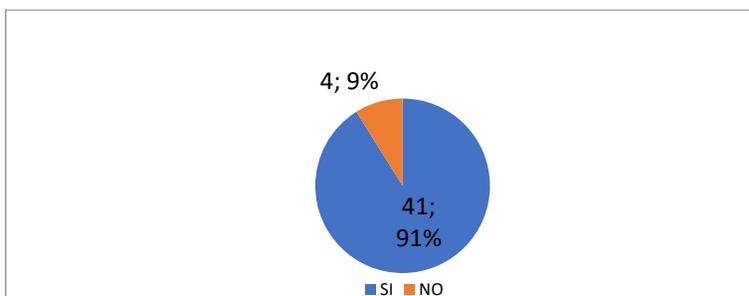
6-¿La frutería que frecuentas tiene un ambiente acogedor?	SI	NO
	26	19
	58%	42%



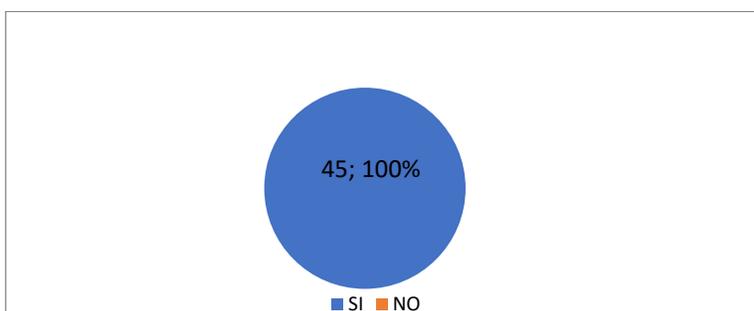
7-¿Te gustaría que en tu frutería heladería encontraras una tienda de detalles?	SI	NO
	32	13
	71%	29%



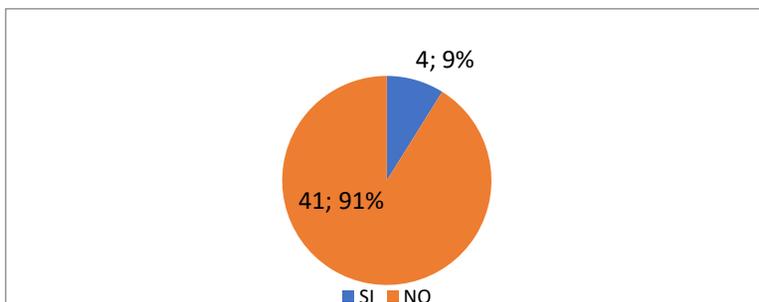
8-¿Si encontraras un sitio que además de comer un delicioso helado o ensalada de frutas pudieras tener un espacio de tertulia con la persona que vallas lo recomendarías?	SI	NO
	41	4
	91%	9%



9-¿Volverías y recomendarías una heladería y frutería que mientras estuvieras compartiendo en ese sitio pudieras escoger y escuchar tu música favorita?	SI	NO
	45	0
	100%	-



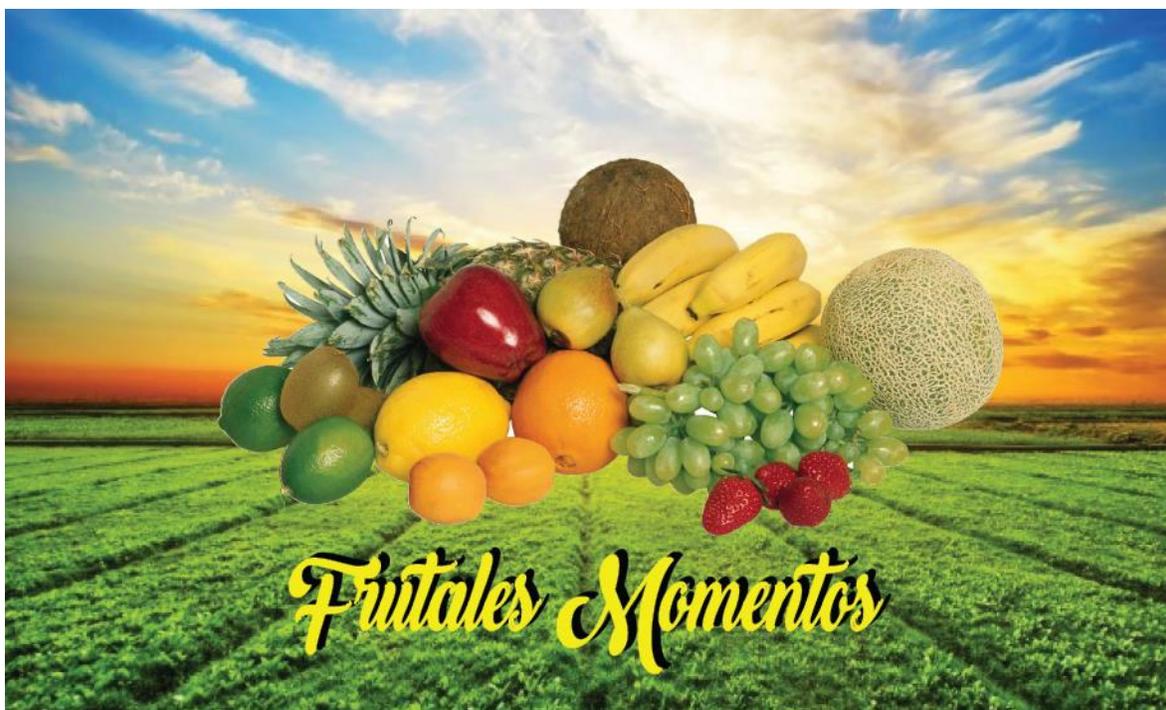
10-¿La frutería y heladería que frecuentas te ofrece algún servicio adicional o te da un valor agregado?	SI	NO
	4	41
	9%	91%



## 6. FRUTALES MOMENTOS

Es una frutería donde puedes encontrar una gran variedad de ensaladas de frutas, jugos, helados, pero además de eso puedes encontrar un lugar donde puedes compartir con tus familiares, amigos y seres queridos de lindos detalles como peluches, tarjetas, puedes dedicar canciones o simplemente escuchar tu música favorita y en nuestras pantallas podemos escribir mensajes de cariño para esa persona tan especial.

### 6.1. LOGO



## 6.2. SLOGAN

“Delicias al compartir”

## 6.3. PROTOTIPO.



## 7. IDENTIDAD ESTRATÉGICA

### 7.1. RAZÓN DE SER DEL NEGOCIO

#### 7.1.1. Descripción de lo que hace

Frutales momentos, es una compañía dedicada a ofrecer en un mismo lugar un espacio que remonta a los años 1.940 y 1.950 en donde las fuentes de soda se convirtieron en un lugar muy popular de encuentro para la gente, sin embargo incorporamos a este plan de negocio el diseño de un ambiente en el que encuentre la posibilidad de escuchar su música de preferencia, realizar dedicatorias a través de las pantallas y acceder al servicio de alimentación saludable a través de la venta de ensaladas de frutas, jugos, batidos, heladería que va desde la oferta de aquella con un alto contenido calórico hasta aquella que puede ser consumida por un

público con restricciones de salud y/o aquel que se preocupa por su estado físico y la comercialización de obsequios tales como tarjetas, peluches, entre otros.

### **7.1.2. Grupo objetivo**

El mercado que maneja el concepto del negocio es muy amplio, tiene cuatro ejes principales que son los adolescentes, los deportistas, la familia y los niños siendo un mercado excelente, teniendo en cuenta que los padres siempre buscan satisfacer sus necesidades y caprichos. Además, se espera por el concepto de plan de negocio que las personas que frecuenten el establecimiento vayan en búsqueda de vivir una experiencia diferente y no solo por el consumo de productos, sino también personas de diferentes edades que quieran dar un regalo.

### **7.1.3. Factor diferencial**

La materia prima de calidad (al acudir directamente a la plaza de abastos), la estupenda relación calidad precio y a la diferenciación del ambiente del establecimiento ubicado en un barrio popular en el que se encuentra no solo una gran variedad y diversidad de productos para consumo, sino también la posibilidad de adquirir un regalo y vivir una experiencia diferente.

### **7.1.4. Futuro preferido**

En el momento de realizar la apertura del establecimiento, se debe tener muy en cuenta el diseño del ambiente del lugar ya que es este uno de los factores diferenciadores, el logo y el posicionamiento de marca, esto constituye una gran debilidad de la competencia y se debe aprovechar y convertirla en una oportunidad. La imagen de la empresa debe potencializarse y ser atractiva, ya que debe generar impacto para que decidan entrar y no preferir otros lugares que ofertan los mismos servicios de manera individual. Por otra parte sería ideal realizar la apertura de un segundo establecimiento en otro barrio popular de Bogotá, los cuales constituyen una localización perfecta debido a su flujo de gente y a sus estadísticas en ventas.

## **7.2. HORIZONTE**

### **7.2.1. Misión**

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, así como también de nuestros trabajadores con el fin de maximizar la eficiencia y optimizar la rentabilidad a través de nuestra diferenciación en calidad de producto, servicio y precio

### **7.2.2. Visión**

En el 2022 ser líderes en la prestación de servicios de heladerías y fruterías que revolucione el mercado y función espacios de esparcimiento a todo tipo de público en un solo lugar, con innovación tecnológica, y excelencia en la prestación de nuestros servicios y calidad en nuestros productos

### **7.2.3. Objetivo general**

Crear una frutería, heladería, comercializadora de obsequios y la venta de una experiencia vivencial diferente e innovadora en el centro de Fontibón localidad 9, que garantice una experiencia diferente al consumidor, que se logre posicionar y solidificar en el mismo mediante la implementación de correctas estrategias financieras y de mercado.

### **7.2.4. Objetivos específicos**

Diseñar la distribución del espacio y ambientación del lugar de tal manera que se garantice que el público tiene a la vista todo pero que puede disfrutar de cada espacio de acuerdo a su elección y lograr generar recordación y necesidad de regresar.

Diseñar e implementar estrategias de mercadeo a través de herramientas tales como:

- ✓ comunicación (página web, redes sociales, pancartas “campaña de expectativa”, voz a voz)
- ✓ promoción (dirigido a puntos acumulables por consumo y redención por productos del mes)
- ✓ servicio al cliente (los vendedores tendrán una característica en común.
- ✓ distribución (la ambientación del local debe ser maravillosa)

Incrementar las ventas mes a mes en un 10%.

### **7.3. VALORES CORPORATIVOS**

La seriedad y el compromiso que nos permiten mantener la confianza de nuestros clientes y proveedores

Apuesta decidida por la calidad y mejora continua en nuestras instalaciones y procedimientos para anticiparnos a las necesidades del mercado

Compromiso del servicio de nuestro equipo humano para lograr con su esfuerzo constante la satisfacción del cliente

### **7.4. PESTEL**

**POLITICA:** Cambio de dirigentes los cuales puede afectar las diferentes políticas del país en relación a impuestos, apoyo al sector agro, restricciones; prohibición de compra de ciertos productos.

**ECONOMIA:** La inflación es un factor que puede afectar directamente e indirectamente con el incremento de precios de los productos ofrecidos por nuestros proveedores

**SOCIAL-CULTURAL:** Nuestra empresa abarcara un gran mercado ya que no se excluirán a nuestros clientes por su religión, creencia o cultura, prestando atención a las tendencias de la sociedad actual.

**TECNOLOGICO:** Somos una empresa que cuenta con herramientas como redes sociales, página web, esto con el fin de estar a la vanguardia y actualizados ante a las necesidades de nuestros clientes y así mismo conocer sus puntos de vista mediante estas herramientas digitales.

**ECOLOGICO:** Tendremos un control de residuos, el cambio climático, consumo energético, incremento de la contaminación.

**LEGAL:** Nos beneficiaran las Leyes antimonopolio.....

## **8. CONCLUSIONES.**

Frutales momentos es una empresa que cuenta con toda la capacidad, recurso humano y financiero, y un excelente producto que puede tener un enorme éxito en el mercado nacional e internacional.

Mediante la realización de este proyecto se logró detectar las oportunidades ofrecidas por el mercado actual en relación a las falencias presentadas por la competencia y de qué manera lograr suplir esas necesidades insatisfechas.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

Tormo. (2013). Pop-Up store: una nueva forma de atraer al cliente. En Tormo.com. Disponible en: <http://www.tormo.com/sectores/625/undefined>.

Gobierno en línea. Permiso sanitario para fabricación y venta de alimentos elaborados por microempresarios Gobiernoenlinea.com. Disponible en: <https://www.gobiernoenlinea.gov.co/tramite.aspx?traID=3872>.

La Candelaria observatorio de culturas. (2009), Diagnostico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos. En: sdp.gov.co. Disponible en: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/localidades/LaCandelaria.pdf>.

Invima. (Marzo2014). Tramites Invima. En: Invima.gov. Disponible en: [https://www.invima.gov.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=832&Itemid=257](https://www.invima.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=832&Itemid=257).