

Sweetly

Sweetly

Endulza tus sueños



UN

Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior



**SWEETY**

**LISETH DAYANNA ORTIZ GALINDO**

**CHRISTIAN CAMILO CHAVES MONTES**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR**

**OPCION DE GRADO I**

**10104**

**BOGOTA D.C.**

**2018**



*Endulza tus sueños*

## **JUSTIFICACION**

Con esta idea de negocio quiero llegar a satisfacer las necesidades del consumidor, por medio de innovaciones, buena publicidad, en donde nuestros clientes se sientan identificados y puedan suplir sus necesidades con nuestros productos, llegando a identificar por medio de la matriz de Customer Development y las entrevistas.

## MARCO TEORICO DE LA HELADERIA Y EL POSTRE

Desde los inicios de la humanidad siempre hemos tenido la tentación por comidas dulces, nuestra lengua reconoce bien estos sabores y le agradan, puesto que nuestro cerebro reconoce las buenas vibras y el relajo de un tentempié dulce. En la antigüedad los primeros postres consistieron en frutas y frutos secos mezclados con miel, aunque como muchas cosas, el azúcar fue un bien escaso y caro en aquellas épocas, lo que significó que la realeza y altas clases tuvieran acceso y degustación.



El origen de los helados es muy antiguo. Algunos sostienen que los antiguos romanos son los inventores del "sorbete", para lo cual utilizaban nieve, frutas y miel. Cuentan que el emperador Nerón hacía traer nieve de los Alpes para que le preparasen esta bebida helada. Otros, en cambio, señalan que los chinos, muchos siglos antes de Jesucristo, ya mezclaban la nieve de las montañas con miel y frutas. En la corte de Alejandro Magno, se enterraban en la nieve ánforas conteniendo



frutas mezcladas con miel para conservarlas mejor y se servían heladas. En el año 1660, el italiano Procopio inventó una máquina que homogeneizaba las frutas, el azúcar y el hielo, con lo que se obtenía una verdadera crema helada, similar a la que hoy conocemos. Procopio, abrió en París el "Café Procope", donde además de café se servían helados y así se popularizó. Esta palabra viene del francés dessert que a su vez deriva de desservir que significa limpiar la mesa. O sea nos

referimos al último plato servido antes de levantar la mesa. Con el pasar de los años y la masificación de diversidad en postres, este comenzó a tomar un lugar más "sencillo" en las comidas. (PP.) <http://www.imchef.org/la-evolucion-del-montaje-postres/>  
<https://www.heladosalonso.com/breve-historia-del-helado/>

## DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES- CUSTOMER DEVELOPMENT

- **STAKEHOLDER: Consumir Saludablemente**
- **Identificación de las necesidades del Stakeholder:** En esta identificación, nos basamos en la necesidad de consumir saludablemente ya que en esta época los consumidores quieren tener una vida saludable, comiendo bien, haciendo ejercicio para tener buenas defensas.
- **Identificación de Beneficios y Expectativas de resultado:** Los beneficios que se identifico es ofrece un buen servicio a nuestro clientes, que sientan que son nuestra prioridad, ofreciendo una buena presentación de postres en la cual tenga una excelente experiencia, en la cual sea acompañado con sus familia, en donde nuestro ambiente sea de su agrado, hacer que salga de nuestro negocios satisfechos con nuestro servicio.
- **Identificación de Soluciones Actuales:** Según la investigación que se realizó los clientes cuentan con otros negocios por dos razones, porque los precios son bastantes buenos para los consumidores ya para que los estratos que estamos investigando les hace muy difícil paga un postre que cueste maso menos \$20.000, por eso ellos buscan lugares donde sea asequible el precio y que vean nuevas innovaciones que se presente con los postres o malteadas.
- **Análisis de inconformidades, Frustraciones y Limitaciones:** Las inconformidades que se puedan presentar en el negocio sea, que los consumidores encuentre los mismos sabores de siempre, que el precio no sea asequible, que se aburran de ver las mismas presentaciones, que el negocio no cuente con el personal suficiente.
- **Mercado:** Sweety está enfocado en mostrar el producto en Engativá Pueblo de la ciudad de Bogotá, contamos con 883.319 Habitantes Aproximadamente, escogimos este sector ya que se representa los dos estrato que son 2 y 3 y además desde hay empezamos a crecer en nuestro negocio. Se representa con B2C (Bussines to Customer) enfoque del producto o servicio de empresas para personas, ya que nuestro producto se ofrecerá a niños, jóvenes y adultos, con el fin de satisfacer el gusto al paladar y consumir saludablemente.

## ENCUESTA

Por medio de la hipótesis comencé a investigar con las personas, se diseñó una herramienta llamada entrevista que presentaremos a continuación:

Sean bienvenidos a Sweety, mi empresa consiste en vender postres con helados, malteadas y jugos naturales, la cual será acompañados con fruta, ya que nos basaremos en la necesidad de consumir saludablemente, nuestras presentaciones se basan en los personajes de Marvel y Dc comics. A continuación lo invito a contestar la siguiente encuesta.

### 1. Sexo

Femenino     Masculino

### 2. ¿Usted en alguna ocasión especial suele comprar postres?

Siempre  
 Casi siempre  
 A veces  
 Nunca

### 3. ¿Con que frecuencia consume postres?

Todos los días                       Nunca  
 Fin de semana                       Otro: \_\_\_\_\_  
 Fechas Especiales  
 Esporádicamente

### 4. ¿Qué le llama la atención de los postres?

Precio  
 Diseño  
 Sabor  
 Otros (Por favor especifique)

\_\_\_\_\_

### 5. ¿El servicio que usted ha recibido en anteriores lugares es?

Excelente                       Bueno

Muy bueno

Regular

6. ¿Cuál es su postre favorito?

Tartas

Galletas

Waffles

Flan

Brownie

Otro (Por favor especifique)

---

7. ¿Le gustaría ver nuevas presentaciones de postres con helado?

SI

NO

8. ¿Sería de su agrado ver una heladería representada por comics?

---

9. ¿Sería de su agrado, de que nuestras presentaciones sean representado por los personajes como Marvel y Dc Comic (Superman, Capitán América, etc.?)

---

10. ¿De qué sabor es tu jugo favorito?

---

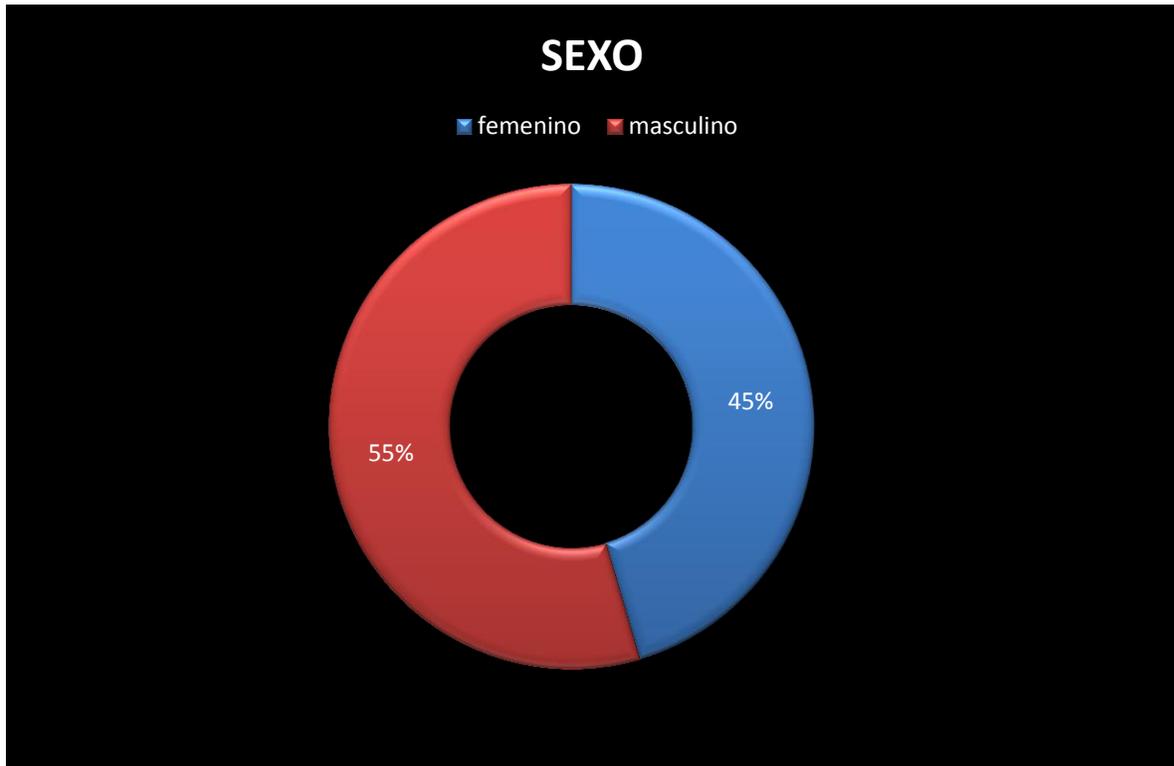
11. ¿De qué sabor es tu malteada favorita?

---

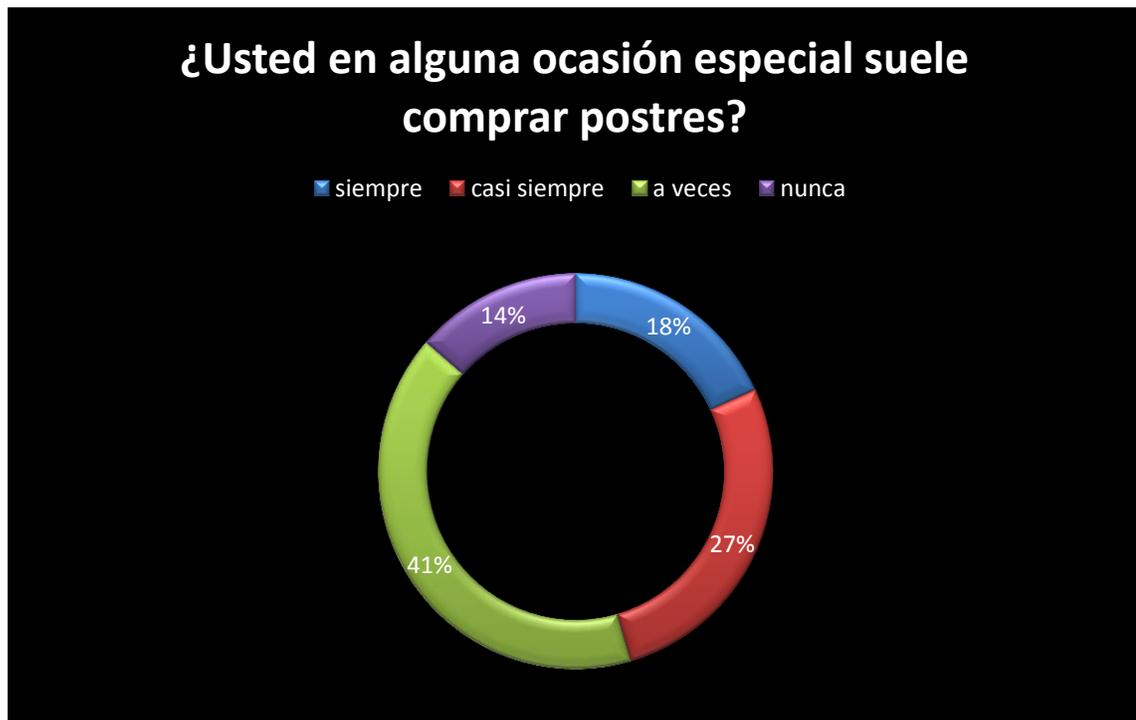
12. ¿Sería de su agrado, ver nuevas presentaciones de malteadas y jugos naturales?

---

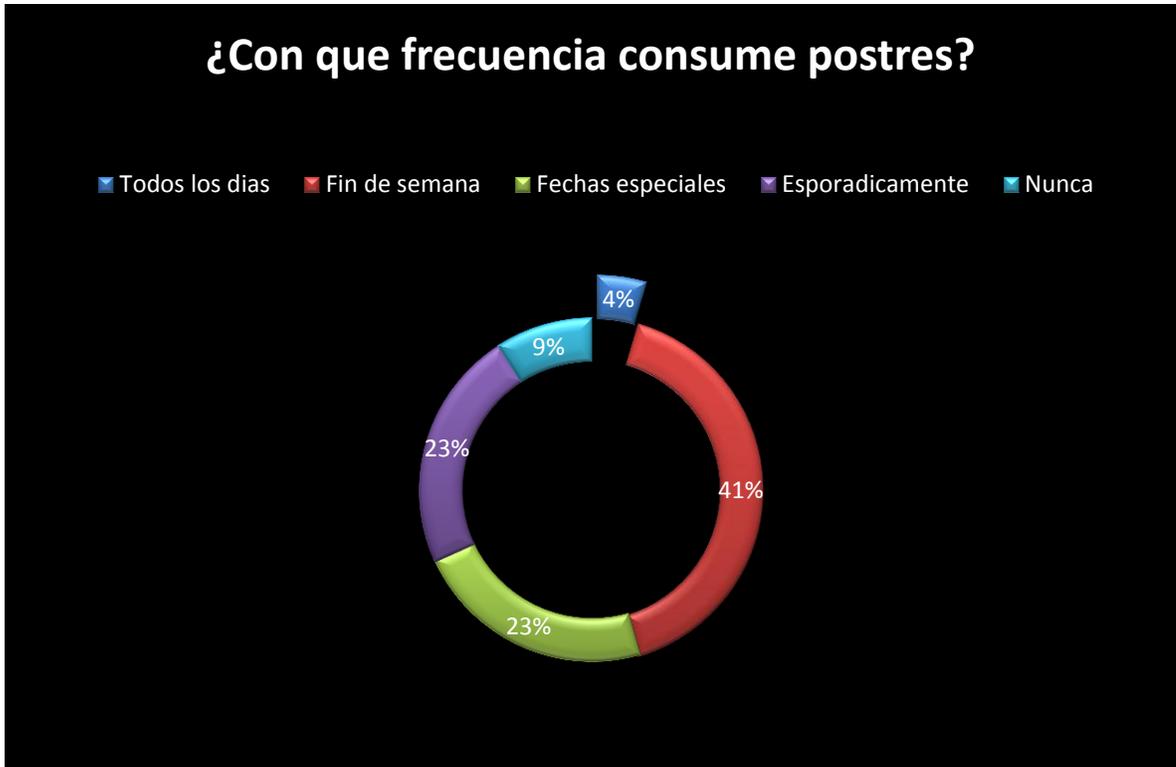
## ANALISIS DE RESULTADOS



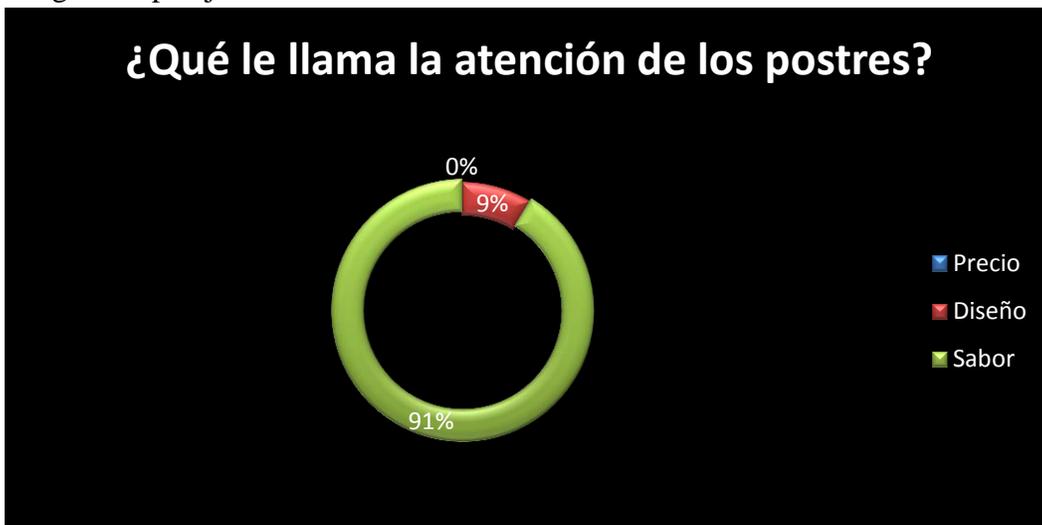
En esta encuesta es bastante destacados en donde podemos ver que el 55% de las encuestas las respondieron los hombre y el 45% las mujeres.



En este resultado nos explica que el 41% consume a veces los postres, en la cual para nosotros aparte de los postres podemos vender otros productos más innovadores como las malteadas y jugos naturales, ya que en todos los productos nos basaremos en la necesidad de consumir saludablemente.



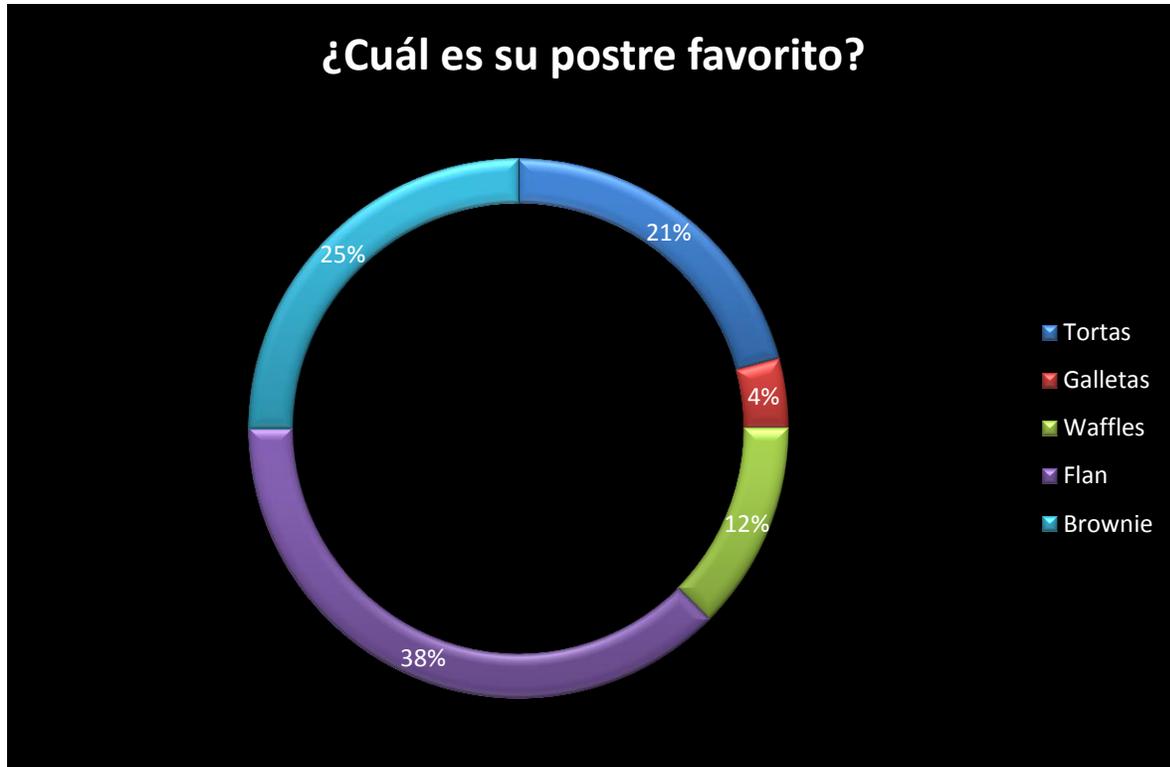
En este análisis podemos ver varios resultados, varia información en la que podemos demostrar que el consumidor, consume postres los fines de semana ya que puede satisfacer su necesidad de probar unos deliciosos postres acompañados de su familia, amigo o su pareja.



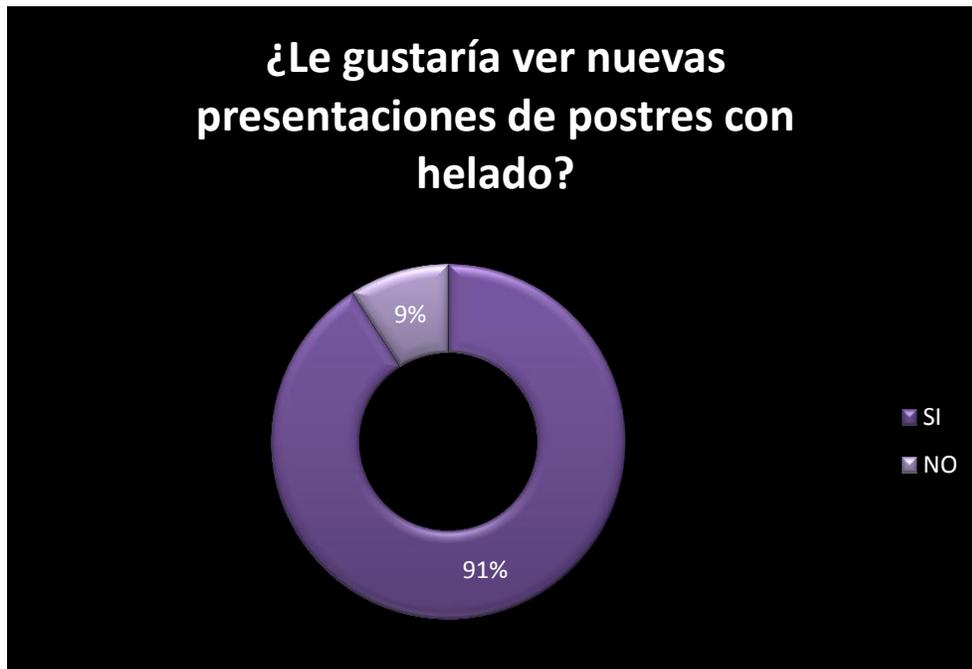
En la encuesta 4, nos da la oportunidad de saber que el 91% votaron que lo que más le llaman la atención es en el sabor, ya que los clientes tienen la satisfacción del gusto al paladar.



En la encuesta 5, nos da un resultado que en los lugares que han estado, no han tenido así como un excelente servicio, ya que se presenta que el servicio que ofrecen en algunos lugares, no se presenta un actitud de los empleados a los clientes en donde los hacen sentir incómodos, y en la cual se presente insatisfacción en ese negocio. Por eso el 70% se presenta que el servicio que han tenido no es tan bueno.



En la encuesta 6, nos da varios resultados, en donde nos da a entender los gustos a algunos productos, de ese resultado el 38% les gusta bastante el Flan, en donde nos podemos desempeñar en presentarlo con helado o con otro acompañamiento, aunque en los otros resultados nos explica los otros gusto hacia dichos postres, en donde se recolecta mucho información.



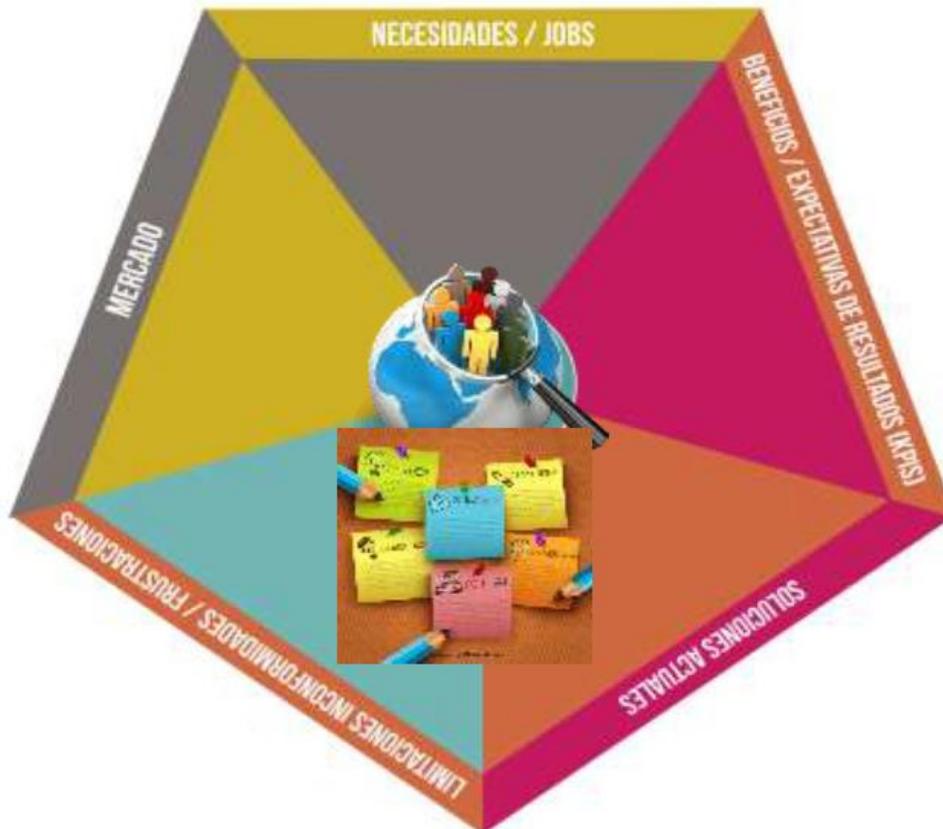


*Endulza tus sueños*

En la encuesta 7, nos da como resultado que el 91% vota por ver nuevas presentaciones en los postes con helado, en la cual nos da la oportunidad de presentar nuevas innovaciones de presentación en estos postres, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

En las preguntas abiertas nos da la oportunidad de saber lo que el consumidor espera del producto, de que sabores son sus favoritos tanto el helado como fruta, en conclusión a la encuesta realizada, se presenta mucha información de la cual uno no esperaba, ya que hay se realizaría varias hipótesis para seguir mejorando en los gustos del consumidor.

## VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES



- **SEGMENTOS:**
- Niños, adolescentes y adultos
- Estratos 2 y 3 del barrio Engativá pueblo
- Consumir saludablemente
- Buena atención y un buen servicio

### NECESIDADES:

- Consumir productos saludables
- Nuevas presentaciones

### BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS:

- Ofrecemos múltiples beneficios para la salud y el cuerpo
- Satisfacción con nuestra atención y servicio

- Disminución del estrés y el aumento de felicidad
- Gusto al paladar
- Nuevas experiencias
- Precios asequibles.

### SOLUCIONES ACTUALES:

- Glacee heladerías
- Shake Yard

### INCONFORMIDADES:

- Los mismos sabores
- Misma presentaciones con el producto
- Precio
- Mala atención y un mal servicio
- No contar con personal suficientes

### MERCADO

- **TAM:** Nos enfocamos en los estratos 2 y 3 de la localidad Engativá Pueblo
- **SAM:** Se realiza para todos
- **TM:** Sera para los Niños, jóvenes y adultos.

En los beneficios y expectativas de resultados kpis, Sweetty se representa con B2C (Bussines to Customer) enfoque del producto o servicio de empresas para personas, ya que nuestro producto se ofrecerá a niños, jóvenes y adultos, con el fin de satisfacer el gusto al paladar y consumir saludablemente.

### TECNICA DEL PROTOTIPO

### NUESTROS PRODUCTOS

Sweetty se representara con los siguientes productos:

- Smoothies: es un batido de fruta, Es una bebida cremosa preparada a base de trozos y zumos de fruta, congelados, mezclados tradicionalmente con productos lácteos, hielo y helado



- Milkshakes: es un batido elaborado a base de leche y helado y que va acompañado de frutas, chocolate, y diferentes topping al gusto.

- Parfait: se entiende como una combinación de crema batida, helado, puede ir acompañado de gelatina, granola, nueces, fruta fresca y entres más cosas.



- Brownieseria: uno de los productos más conocidos por su Brownie que va acompañado de helado y topping al gusto.

- Creps: conocido por sus deliciosos Waffles con helado, lo puedes acompañar con fruta, nutella y topping al gusto



## MI IDEA DE NEGOCIO

Mi idea de negocio consta en dos propuestas, en presentar estos deliciosos postres en helado y las malteadas y jugos naturales en insumos representados es los personajes

de marvel y DC cominc, y se destaca en realizar estos productos con un acompañamiento de frutas ya que me baso en



consumir saludablemente y en el que le cliente tenga una buena experiencia.

**FICHA**

**FICHA TECNICA**



 <i>Endulza tus sueños</i>	<p><b>FICHA TECNICA</b></p> <p><b>Sublimación de insumos para presentación con nuestros postres</b></p>
<p><b>COMPOSICION</b></p> <p>Preparación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Insumo (ya sea el vaso o el plato)</li> <li>- Diseño en el papel de sublimación</li> <li>- Máquina de sublimación para vasos y platos</li> <li>- Tiempo y temperatura para sublimarlo</li> </ul>	
<p><b>MODO DE PREPARACION</b></p> <p>Se calienta la maquina en unos 5 minutos</p> <p>Se coloca la temperatura del insumo y se le coloca el papel al vaso o al plato con cinta se sublimación</p> <p>Se coloca a la máquina y se deja un tiempo de 2 minutos hasta que suene</p> <p>Se retira el insumo de la máquina y se coloca otro vaso para que la maquina se enfrié</p> <p>Se retira la cinta y el papel del insumo y se deja secar la imagen</p>	



Endulza tus sueños

 <i>Endulza tus sueños</i>	<b>FICHA TECNICA</b>  MILKSHAKE DE MORANGO Para 2 porciones
<b>COMPOSICION</b>  Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"><li>- cubierta para helado.</li><li>- Helado en masa, varios sabores</li><li>- Leche integral (Larga vida)</li><li>- Frutas</li></ul>	
<b>MODO DE PREPARACION</b>  Bata en la licuadora el helado y la leche, Esparza en las paredes de un vaso alto la cubierta de fresa y vierta el golpe.  Sirva a continuación.  Puede añadir cortes de fruta a su agrado.	

 <i>Endulza tus sueños</i>	<b>FICHA TECNICA</b>  SMOOTHIES
<b>COMPOSICION</b>  Ingredientes: <ul style="list-style-type: none"><li>- Sandia</li><li>- Fresa</li><li>- Azúcar</li></ul>	

**MODO DE PREPARACION**

Bata en la licuadora la sandía y la fruta, puede añadir azúcar a su gusto

Servir en una copa o un vaso según su agrado

Puede adicionar cortes de fresa para decoración

**Conservación:** Debe ser almacenado en congelación a una temperatura mínima de 18°C

- No contiene alérgenos principales
- No contiene conservantes ni colorantes

 <i>Endulza tus sueños</i>	<p><b>FICHA TECNICA</b></p> <p>Parfait de Frutas con granola</p>
--	--

**COMPOSICION**

Ingredientes:

- Fresas
- Mango
- Crema de leche
- Leche condensada
- Granola

**MODO DE PREPARACION**

Corte en un recipiente las frutas

Agrega crema de leche al gusto

Agregar granola y por ultimo adicionar crema de leche

En estas fichas técnicas damos a entender los procedimientos que contienen nuestros productos y nuestro insumo. (pp.)

<https://cdn.websiteeditor.net/d80b463f4f5247c58eb11ecf685b47eb/files/uploaded/1sandy%20modificado.jpg>, <https://cozinhanet.com.br/receitas-ficha-tecnica/receita/2491-2491>.

## PLAN ESTRATEGICO

El plan estratégico en Sweety es muy importante, ya que se plantea mejoras en la empresa, de como un líder debe coordinar a su personal, como lo va hacer y con qué herramientas lo va a ejecutar. (pp.) <http://blog.pucp.edu.pe/blog/perfil/2010/01/07/importancia-del-plan-estrategico/>

A continuación presentaremos nuestro Plan Estratégico:

### 1. MISION

Sweety es una heladería, donde nos diferenciamos en dar el mejor servicio, atendiendo las solicitudes de nuestros clientes para dar la mejor comodidad, ofreciendo a nuestros clientes una experiencia única e inolvidable.

### 2. VISION

Ser reconocidos a nivel nacional como una heladería, comprometida brindando a nuestros clientes sensaciones agradables y momentos felices, por medio de un excelente servicio, con variedad de presentaciones.

### 3. OBJETIVO GENERAL

Crear una heladería, donde nos diferenciaremos en dar la mejor atención y un buen servicio, en donde nuestros clientes se sientan de su agrado.

### 4. VALORES CORPORATIVOS

- Respeto
- Trabajo en Equipo
- Calidad
- Responsabilidad
- Compromiso

### 5. OBJETIVO ESPECIFICO

Diseñar diferentes modelos tanto virtuales como en nuestras instalaciones, dando la mejor experiencia y comodidad. Incentivar tanto a nuestros trabajadores como clientes, dándoles la mejor atención, ya que son primordiales en nuestro negocio. Superar todas las barreras, mejorando día a día.

### 6. MARCO LEGAL

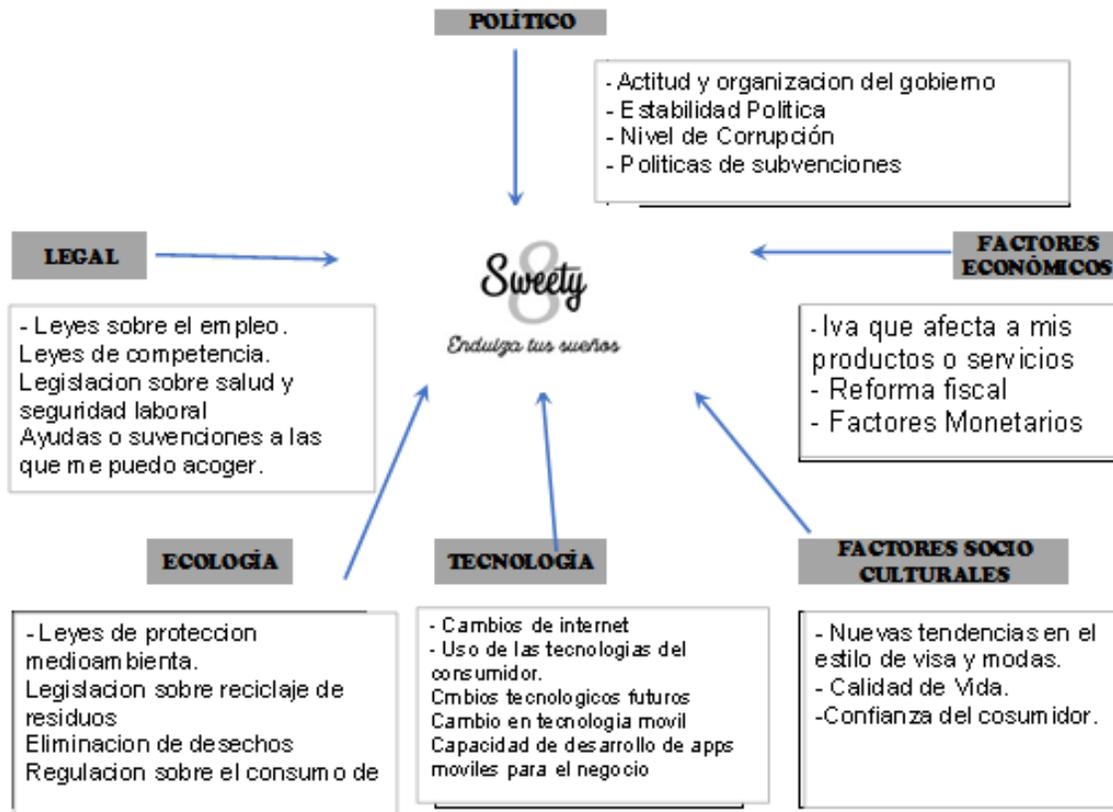
Nuestro marco legal consiste en:

- Resolución 17855 de 1984 Ministerio de Salud: Recomendaciones diarias de consumo de calorías y nutrientes.

- Decreto 612 de 2000 Ministerio de Salud: Reglamenta la expedición de registros sanitarios automáticos para alimentos, cosméticos y productos varios.

Resolución 3929 de 2013: por medio de la cual se establecen los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de éstos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. (pp.) <https://www.quiminet.com/articulos/normas-para-productos-alimenticios-invima-colombia-5335.htm>

### DIAGRAMA PESTEL





	<p><b>FORTALEZAS.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejores presentaciones del producto.</li> <li>- Sabores inusuales para la innovación de nuestros productos ofrecidos.</li> <li>- Excelente atención a los clientes.</li> <li>- Gran demanda de los clientes hacia nuestros productos.</li> <li>- Trabajo en Equipo</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de precios</li> <li>- Mal Servicio</li> <li>- Mala Coordinación con el personal.</li> <li>- Misma presentaciones</li> <li>- Pocas Ventas</li> <li>- No ser reconocidos</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer un producto diferente e importante, como “Productos para una vida saludable”</li> <li>- Atracción por parte de los nuevos productos lo que podría ser un factor clave de diferenciación a largo plazo.</li> <li>- Ofrecer un buen servicio y buena atención.</li> </ul>	<p><b>Max F- Max O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejores presentaciones del producto + Atracción por parte de los nuevos productos lo que podría ser un factor clave de diferenciación a largo plazo.</li> <li>✓ Sabores inusuales para la innovación de nuestros productos ofrecidos.</li> </ul>	<p><b>Min D- Max O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mal servicio + Ofrecer un buen servicio y buena atención.</li> <li>✓ Mismas Presentaciones + Ofrecer un producto diferente e importante, como “producto para una vida saludable.</li> </ul>

<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dejar de trabajar en equipo</li> <li>- Competencia.</li> <li>- Aceptación de las nuevas presentaciones.</li> <li>- Susceptible a la no aceptación por parte de los consumidores</li> <li>- Posible publicación negativa.</li> <li>- Falta de Popularidad</li> </ul>	<p><b>Max F-Min A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejores presentaciones del producto. - Aceptación de las nuevas presentaciones.</li> <li>✓ Gran demanda de los clientes hacia nuestros productos.- Susceptible a la no aceptación por parte de los consumidores.</li> <li>- Trabajo en Equipo - Dejar de trabajar en equipo</li> </ul>	<p><b>Min D- Min A</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No ser reconocidos</li> <li>- Falta de Popularidad</li> <li>✓ Pocas Ventas - Competencia.</li> <li>✓ Manejo de precios - Susceptible a la no aceptación por parte de los consumidores</li> <li>✓ Misma presentaciones - Aceptación de las nuevas presentaciones.</li> </ul>
---	---	---

## **CONCLUSION**

En este proyecto de la idea de negocio, se realizó varias hipótesis en la cual detectamos las necesidades de los consumidores en la vida diaria, en la que nosotros innovaremos varias propuestas para suplir esa necesidad, pero llegando a las encuestas, entrevistas, se llegó a la conclusión que se debe seguir mejorando ya que se recibió bastante información de lo que uno esperaba, que se encontraron varias necesidades que tiene el consumidor, mi idea de negocio se necesita más mejoras, para poder llegar a ser una buena idea de negocio.