

PRESENTADO POR:
MAYERLI LOZANO BRICEÑO

PRACTICA SOCIAL
FACULTAD DE MERCADERO

¡ Alimentate Bien !

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS DE COLOMBIA

2018

Contenido

Planteamiento del problema	3
Pregunta problema	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Especificos.....	5
Justificacion.....	6
Descripcion de la Empresa (¿Quines Somos?)	7
Mision, Vision y Valores	7
Organigrama	8
Antecedentes Historicos	9
Descripcion de la oferta de valor	10
Analisis de la Situacion.....	13
Analisis del entorno externo	13
Analisis del entorno interno.....	15
Analisis de la competencia	15
Analisis del consumidor	16
Diagnostico de la situacion (DOFA).....	17
Estrategias de Marca	18
Conclusiones	25
Bibliografias	26
Anexos..	Error! Bookmark not defined. 7

Planteamiento del problema

Hoy en día el consumidor ha evolucionado, su deseo por verse y sentirse mejor consigo mismo respecto a su imagen, salud y bienestar, esto se ha incrementado con el paso del tiempo y con la llegada de nuevas tendencias al mercado colombiano; Por lo cual ha optado por establecer un estilo de vida fitness que implica la reducción en el consumo de azúcar y calorías para generar así un estado positivo de salud tanto físico y psicológico para la persona. (Fenalco, 20195).

Según el fondo de las Naciones Unidas y al analizar muchas de las enfermedades en la mayoría tanto en niños como mujeres como los principales, recomendaban el consumo de frutos secos o deshidratados ya que son alimentos muy energéticos, ricos en grasas, en proteínas, así como en oligoelementos. (Oficina Comercial del Ecuador en Nueva York EE. UU & Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2011).

Se pueden distinguir dos grandes grupos de frutos secos; Frutos secos que vienen rodeados por una cáscara dura. Ej.: almendra, avellanas, macadamia, nueces, nueves de anacardo, tocte, piñones, pistacho, semillas de girasol, cacahuates, entre otros. Los provenientes de frutas desecadas o deshidratadas, tales como las uvas pasas, las ciruelas desecadas, los orejones de albaricoque, dátiles, higos, banano, mango, piña, etc. (Oficina Comercial del Ecuador en Nueva York EE. UU & Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2011).

En estudios realizados por el Centro para la Promoción de las Exportaciones desde países en vías de desarrollo-CIB, (2014).

Las principales tendencias son productos sanos (naturales), la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa (RSC), la seguridad alimentaria y la escasez de materias primas. Condiciones previas para entrar en el mercado son la profesionalidad y la innovación.

El estilo de vida de las nuevas generaciones no se basa en contar cada caloría que se consume, pero sí de ser responsable y consciente de la composición de los alimentos que sean mucho más naturales para disfrutar de una salud adecuada.

Esta nueva tendencia de frutos secos y la deshidratación de los mismos permitirá que se prolongue por mucho más tiempo el consumo permitiendo disfrutar del sabor natural, logrando una mejor conservación de los mismos y adicional los costes de aprovechamiento es mucho más económico.

¿Porque consumir frutos secos?

Son considerados los snacks más saludables y nutritivos que se pueden elegir. Siempre se han vinculado con colesterol bajo, mejoras en la salud, control de peso entre otros beneficios. Para mejorar los hábitos alimenticios y tener hábitos saludables y una dieta balanceada. Aportan proteínas, fibra, grasas insaturadas y minerales importantes.

Pregunta Problema

¿De qué manera un adecuado desarrollo de marca y las estrategias comerciales ayudarán a comercializar el producto de **SOLO GRANITOS**, una empresa especializada en frutos secos y fruta deshidratada?

Objetivo General

Desarrollar la imagen de marca para empresa Solo Granitos, analizando la viabilidad de dar solución al emprendedor a través de la innovación y recordación de marca de los frutos secos que incentiva el consumo saludable y un estilo de vida natural.

Objetivos Específicos

1. Reconocimiento de la empresa
2. Diagnostico de la empresa
3. Generar propuestas de marca

Justificación

Solo Granitos es dedicado a la comercialización en el sector de chía , la cual hace productos a granel y en diferentes presentaciones personales , para hacer de estos alimentos un consumo diario y asequible para los clientes.

Por esto, el emprendedor quiere complacer a las nuevas tendencias de la sociedad para proporcionarle al mercado alto nivel de satisfacción a través de una experiencia diferencial y saludable en forma de snacks una manera práctica y sencilla para que el consumidor lo lleve a todo lado donde vaya.

Dentro de esto es fundamental ayudar al emprendedor para fortalecer su imagen de marca y obtener mayor recordación en la mente de los consumidores ya que con su imagen actual no logra captar la atención del significado de Solo granitos y lo asocian con granos de abarrote.

Es importante que la empresa logre concentrar y potencializar el valor de su marca, dentro de este objetivo importante como la construcción mensaje visual y grafico de la marca, esta el trabajo de explicar los distintos atributos del producto, garantizando su buen uso de la imagen y satisfaciendo esta necesidad con la presencia de un documento funcional como el ‘Manual de marca’

Dentro de esta justificación la elaboración y aplicación del manual de marca se establecen ciertos parámetros que ayudaran a una correcta aplicación de la identidad visual donde se especifica colores, tamaños, tipografías. Esto con el fin de la identidad de la marca sea visualizada y entendida a la perfección por los clientes después de una muy buena investigación, estrategia y diseño.

Descripción de la empresa



Solo granitos es una empresa especializada en venta de frutos secos y fruta deshidratada en presentaciones personales. Cuenta con diferentes opciones para que puedan conocer más sobre la tendencia de consumir este tipo de alimentos y pueda tener una alimentación más saludable.

Misión (PROPUESTA)

Generar valor a nuestros clientes de manera sostenible, comercializando frutos secos saludables y de la mejor calidad mediante el desarrollo en diferentes mercados y en los hogares del país.

Visión (PROPUESTA)

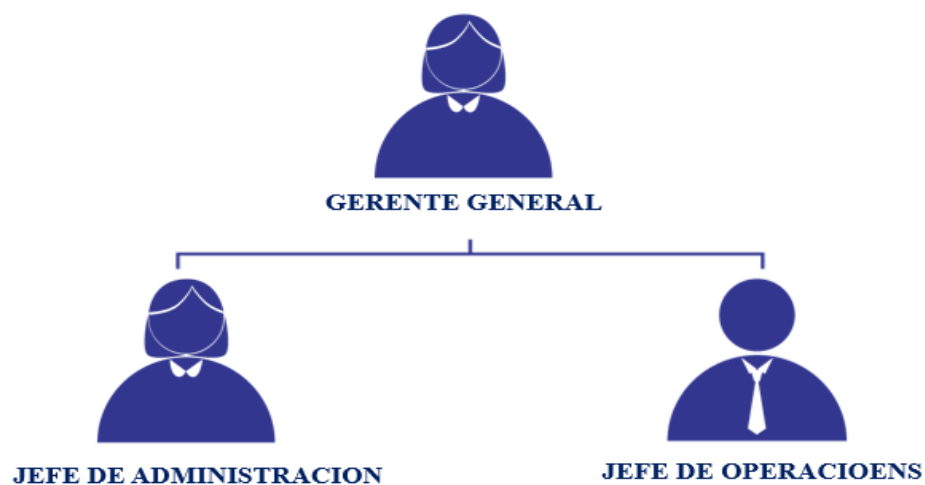
Para el año 2023 seremos líderes en la comercialización de frutos secos a través de la innovación partiendo que el consumo de frutos secos es fundamental en los hábitos de consumo de las personas.

Valores (PROPUESTA)

Solo Granitos vive los valores en 5

- Innovación: generando nuevas propuestas de combinaciones a los clientes explorando nuevos frutos secos
- Seguridad: asegurando que la higiene es en excelencia
- Protección: usando los mejores empaques
- Confianza: dándoles mejor costo-beneficio a los clientes
- Trabajo: el apoyo en equipo.

Organigrama



Antecedentes Históricos

Solo Granitos inicio en el año 2016 , haciendo empacados y vendiéndolos a un mercado natural , tuvieron una oportunidad de asistir a una feria en Corferias en el mes de Diciembre , los clientes empezaron a gustarles sus empacados y adicional preguntándoles que si no vendían estos productos individualmente por ende decidieron empezar a vender cada uno de estos por peso la cual fue un gran éxito , luego de esta feria empezaron a ver otras oportunidades de canales de distribución , como centros comerciales y empezar ampliar un poco más el portafolio.

En el año 2017 en el mes de abril iniciaron en el centro comercial **FONTANAR** colocando una isla hasta el mes de septiembre, luego de esto se trasladaron en el mes de agosto para el centro comercial **FLORESTA**. En cada uno de estos puntos aproximadamente duraron un tiempo de 6 meses ya que después de este tiempo comenzaban a bajar las ventas y los gastos fijos no les estaba dando. Desde ahí hasta el momento actual solo están trabajando en las ferias de **CHIA EMPRENDE** el cual pues ha sido bastante productivo mientras tienen en proyecto aun en abrir nuevamente una isla en otro centro comercial como es el PORTAL 80 y el cual aún están en proceso.

Descripción de la oferta de valor

Los frutos secos son semillas cubiertas por una cáscara más o menos dura, según las especies.

¿Cuáles son?:

Almendras, anacardos, avellanas, cacahuets (también llamado maní), nueces, pistaches, semillas de Girasol, semillas de sésamo, piñones, castañas, semillas de calabaza, frutas disecadas como orejones de algunas frutas, dátiles e higos secos, entre otros.

Características:

- Estos frutos contienen menos del 50% de agua
- Alimentos muy energéticos, ricos en grasas, proteínas, así como en oligoelementos,
- Mayor aportación de vitaminas.

Beneficios:

- Ayudan al control del colesterol, la circulación sanguínea y salud del corazón.
- Previene problemas vasculares.
- Brindan vitaminas E y B evitando enfermedades degenerativas como el cáncer.
- Ricos en calcio hasta el punto de llegar a sustituir la leche
- Para la gente joven ayuda a fortalecer sus huesos y favorece el crecimiento
- El consumo de frutos secos evita la aparición de enfermedades intestinales.

Marca:

- Solo granitos buscan en los productos que sean saludables para una mejor alimentación.

Calidad:

- Frutos secos comprados a sus fabricantes que aseguran su calidad y economía.

Variedad:

- Ofrecen una gran cantidad que ofrecer a los clientes en sus distintos días de la semana.



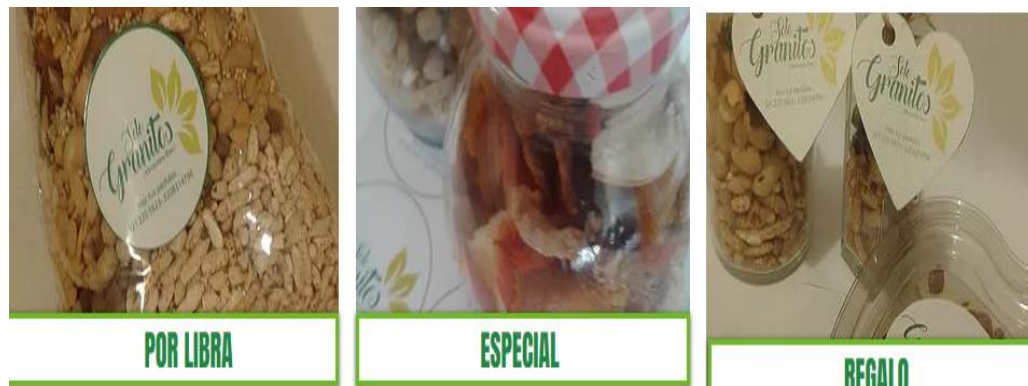
✚ **Seminario:** Mezcla de diferentes frutos secos, algunos con fruta deshidratada.

✚ **Personal:** La porción ideal para llevar a cualquier lugar.

✚ **Lonchera:** Para los niños en la lonchera o en las onces puede ser un buen acompañamiento alimenticio combinado con algún yogurt bajo en azúcar.

Adicional Solo Granitos pensando en los clientes han logrado tener más variedad de productos para ofrecer. Sin embargo, piensan en que los productos sean prácticos para los

clientes y así poder garantizar que en cualquier momento del día puedan ser una buena opción para consumirlos.



- ✚ **Por libra:** Este producto es para nuestros clientes que prefieren una mayor cantidad de frutos secos en mismo lugar y a cualquier hora.
- ✚ **Especial:** Producto dedicado a los clientes consentidos, pues algunos prefieren solo un fruto seco especial. Nosotros también pensamos en darle gusto a todos.
- ✚ **Regalo:** Estamos en la tendencia de dar regalos saludables y por qué no pensar en alguno con frutos secos. Podemos acompañar tu sorpresa, sorprendiendo.

Empaque:

- Venta a granel y el cual el cliente tiene la posibilidad de armar sus propias mezclas según sus gustos.



Análisis de la situación

▪ Análisis del entorno externo

El consumo de frutas deshidratada en Colombia se limitaba hasta hace muy pocos años (2008 aproximadamente) a la uva, el banano y a la ciruela pasa, los cuales se destinaban en gran parte para la panadería y recetas culinarias. Sin embargo, con el alto grado de concientización en la alimentación saludable y la cultura Fitness principalmente en las zonas urbanas, se puede ver que el consumo de alimentos saludables son una necesidad que debe ser suplida produciendo alimentos naturales, orgánicos y en general que cumplan con las siguientes exigencias fundamentales: Que sean ecológicos, nutritivos, fortificados, light/dietéticos; productos de alta calidad: gourmet, frescos, valor agregado;

alimentos seguros y sanos, y alimentos listos para consumir: pre cocidos, pre cortados, condimentados, snacks (pasabocas), chips.

Este comportamiento se ve reflejado principalmente en los estratos 4, 5 y 6. Es tan importante este aspecto que dos de cada cinco personas en estos estratos realizan constantemente actividades físicas y llevan una dieta controlada.

se puede observar una gran oportunidad de negocio supliendo dichas necesidades con productos a base de las frutas como son las frutas deshidratadas debido a su alto valor nutricional, su origen natural, su facilidad para el almacenamiento y consumo. La fruta deshidratada se ha clasificada y catalogada por todos los medios y por todas las Compañías productoras como uno de los productos más sanos, prácticos y nutritivos, ideales para familias, niños, deportistas y ejecutivos. Se considera un pasaboca ideal que puede ser consumido en el desayuno, entre comidas o mientras está de viaje.

En Colombia hay 10 principales compañías de productos a base de fruta deshidratada. Los cuales son: Andiequip, TropicKit, Frutireyes, Caribbean Exotics, Tomacol, Fruta Fresca Verona, Signa Grain, Ocati, Andes ExportCompany, TheHealty Snack, Frutar Limitada y Alimentos Naranja Verde.

Adicionalmente enfocándose en Bogotá, según las directivas de Frutar LTDA el mercado cuenta con un alto potencial y los consumidores de la capital del país han venido adquiriendo y reconociendo la calidad de estos productos. Las ventas en Bogotá han sido exitosas además porque en la capital del país existe una cultura de consumo de esta clase

de frutas procesadas. En eventos y ferias como la Alimentec se observó la gran aceptación que poseen estos productos. (intellectum.unisabana.edu.co)

- **Análisis del entorno Interno**

Dentro un diagnostico que se realizó con el emprendedor esta es una empresa conformada por dos personas (Mama e Hija) que aunque no sea muy grande son unas emprendedoras que con su venta a granel ofrecen unos productos saludables acomodándose a la necesidad del cliente tanto en gustos como económicamente pero que así mismo deberán mejorar aquellas falencias para un mejor posicionamiento de la empresa.

- **Análisis de la competencia.**

EL MERCADO DE LOS FRUTOS SECOS

El negocio de los frutos secos en Colombia ha venido creciendo de manera sostenida en los últimos años. Hacen parte de la categoría de los ‘snacks’

El negocio de los **frutos secos** en Colombia ha venido creciendo de manera sostenida en los últimos años. Hacen parte de la categoría de los ‘**snacks**’ que incluyen cereales, caramelos, nueces surtidas, frutas deshidratadas o el maní que es el más común.

Tiene un promedio de crecimiento anual del ocho por ciento. Por ejemplo, se estima que solo en maní y nueces se venden cerca de 70 mil millones de pesos al año en las grandes superficies (Lea también: Compañía de dulces Aldor le apuesta a posicionarse en el exterior).

En el mercado aparecen jugadores grandes como La Especial, que es una marca de Nacional de Chocolates, otros más pequeños como Del Alba, muy enfocados en las nueces, y Manitoba que ha crecido de manera considerable. (Mañanas BluRadio 2016).

▪ **Análisis del consumidor**

Como bien vemos, el consumidor puede ser cualquiera, desde niños hasta adultos, excluyendo a los bebés, el cual quieran cambiar sus hábitos alimenticios muchos más saludables.

Según una fuente ‘recomiendan su inclusión en la dieta, tanto en adultos como en niños. Pero hay que tener cuidado. Los frutos secos entrañan algunos peligros para los más pequeños, y en particular para los bebés, ya que puede existir el riesgo de atragantamiento y/o la posibilidad de una alergia. Por lo tanto, deberá evitarse el consumo de frutos secos enteros en los menores de cinco años para evitar estos riesgos.

(faros.hsjdbcn.org/es/recomendacion/videoreceta-frutos-secos-grandes-aliados-nuestra-salud-cardiovascular).

Diagnóstico de la situación (DOFA)

DEBILIDADES • Manejo de redes sociales • Falta de puntos fijos y estratégicos para aumentar la venta. • No cuentan con un local propio para sus productos • La marca no es muy reconocida.	OPORTUNIDADES • Creciente tendencia por el consumo de productos saludables • Posibilidad de nueva Isla en el centro comercial portal 80 • Ferias en chía el cual les da un mejor valor agregado • Mayor numero de personas buscan productos saludables y naturales con un valor asequible para el bolsillo.
FORTALEZAS • Productos naturales sin conservantes. • Frutos Secos que contienen y mantienen sus nutrientes y vitaminas. • Alimentos de consumo diario y a cualquier hora del día. • Empaque a granel de forma práctica, fácil y a gusto de cada uno de los consumidores.	AMENAZAS • Perdida de la Isla en varios centros comerciales debido a su reducción en ventas. • Empresas grandes en distribución de frutos secos y deshidratados han empezado a exponerlas en sus propias tiendas (Minimercados, Tiendas naturistas entre otros)

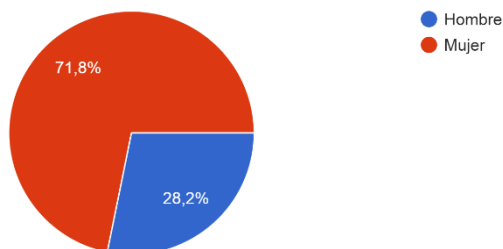
Estrategia de Marca

Dentro de la estrategia de marca se realizará un manual de marca y unas propuestas de cambio de imagen y nombre, ya que para la empresa SOLO GRANITOS aún no ha sido posible ser reconocida 100% ya que su nombre en la mente del consumidor lo relaciona con otro tipo de producto diferente a los frutos secos.

Para esto realizamos una encuesta online y el cual los resultados permitirán poderle implementar a la empresa confianza y credibilidad a la marca de cara al mercado al momento de ser posicionado en cualquier canal de distribución al que el emprendedor quiera dirigirse.

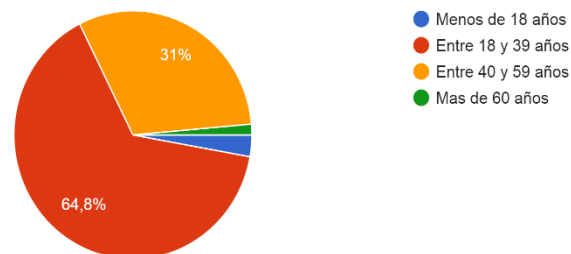
Sexo

71 respuestas



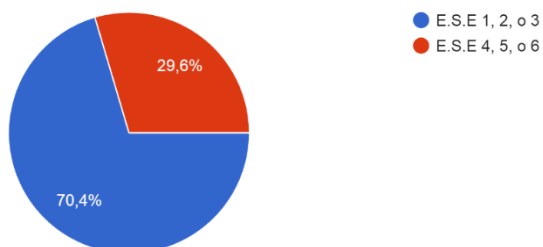
En que rango de edad se encuentra

71 respuestas



Cual es su estrato socio-económico

71 respuestas

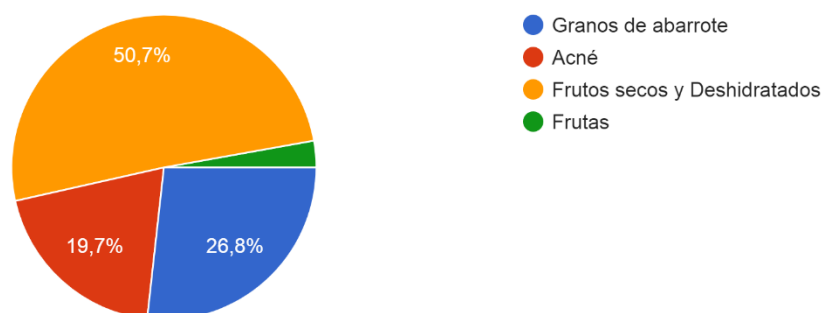


La encuesta fue realizada en un rango de personas mayores de edad a partir de los 18 hasta mas de 60 años tanto hombres como mujeres y en su mayoría con un estrato socio económico de 1,2,o 3.

Figura N.1 , 2 Y 3/ Fuente Propia 2018.

Con que concepto lo relaciona la palabra Solo Granitos

71 respuestas

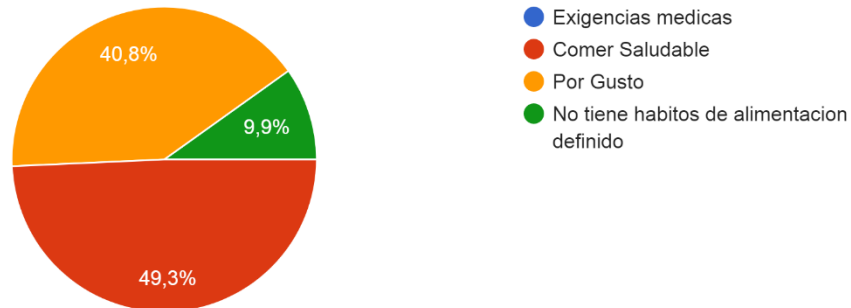


Según los encuestados, el 50,7% identifica el nombre de Solo Granitos con Frutos secos y deshidratados, contra un 26,6 % que los identifican con granos de abarrote como lo son (arveja, lenteja, garbanzo entre otros) y el cual nos define que Solo granitos en su estructura no tiene tan bajo reconocimiento del significado al momento de ser visto frente a sus consumidores.

Figura N.4 / Fuente Propia 2018.

Que le motiva a consumir Snacks (Frutos secos)

71 respuestas

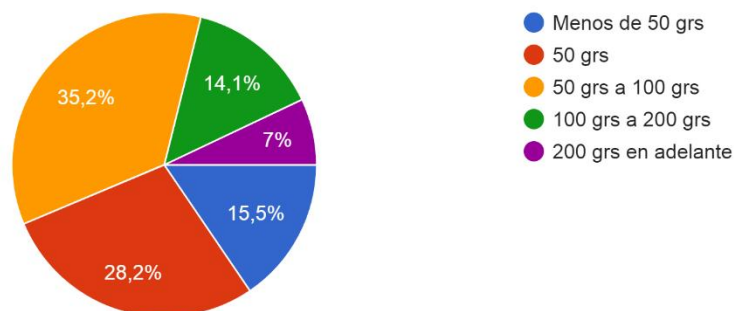


El 49,3% y en su mayoría las mujeres compran snacks porque las motivan a comer saludable, mientras que el 40,8% señalan que en su consumo los impulsa a comer snacks por gusto y porque realmente disfrutan comer de estos productos sin razón alguna.

Figura N.5 / Fuente Propia 2018.

Que formato compra Snacks (Frutos secos)

71 respuestas



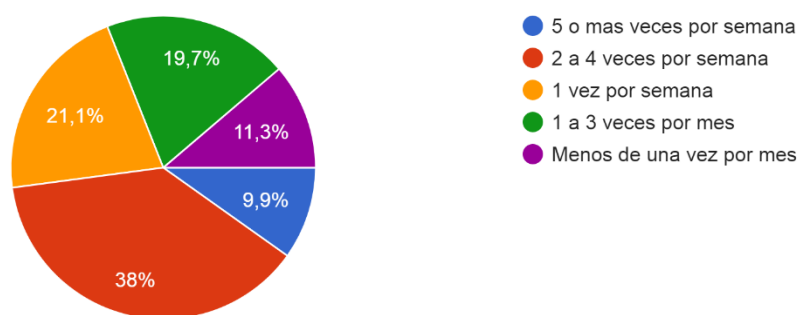
Dentro del consumo practico y ligero tenemos que el 35,2% adquieren formatos entre 50 grs a 100 grs , esto quiere decir que tanto hombres como mujeres al momento de comprar estos snacks y en esos tamaños lo hacen pensando en consumir una porción proporcionada para picar en el momento.

Ahora bien si miramos el porcentaje mas bajo que es de 7% el cual es el formato de 200 gr en adelante no es tan poco llamativo frente a los consumidores por ende la empresa de solo granitos maneja sus productos de manera Granel y los consumidores puedan elegir acorde a su necesidad, claramente la empresa también maneja empacados ya grandes para su consumo dentro de sus hogares bien sea en el desayuno o cualquiera de sus meriendas.

Figura N.6 / Fuente Propia 2018.

Con que frecuencia consume snacks (Frutos secos)

71 respuestas

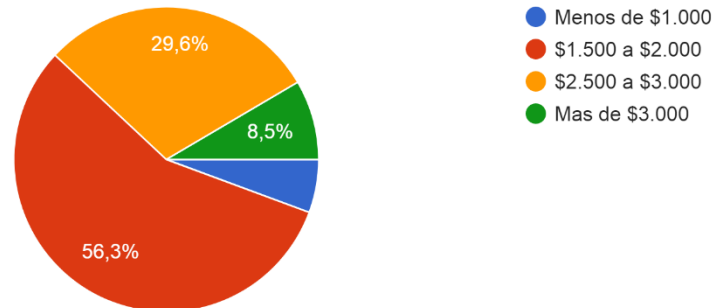


Dentro de esta pregunta tenemos que los consumidores tienen bastante frecuencia de consumo de 2 a 4 veces por semana y el cual esto nos hace entender que el consumidor percibe este tipo de productos una compra conveniente y nutritiva para ellos.

Figura N.7 / Fuente Propia 2018.

Cuanto estaría a pagar por una porción

71 respuestas

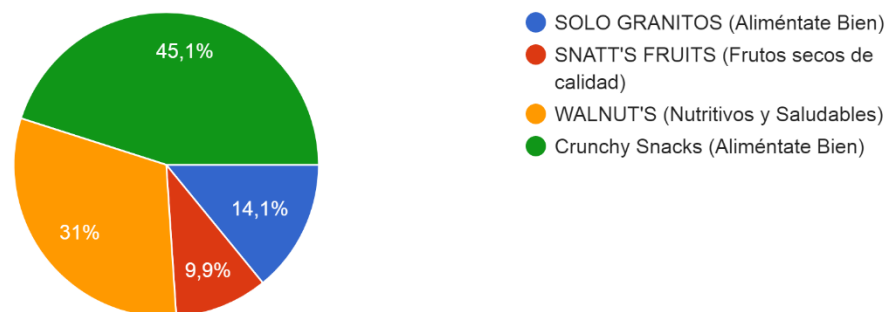


De cara al consumidor, el 58,3% de ellos esta dispuesto a pagar en un rango de \$1.500 a \$2.000 por una porción de snacks contra un 29,6% que estaría a pagar por una porción de \$2.500 a \$3.000 , son precios asequibles que en su mayoría estaría dispuestos a comprar casi que diario por una porción de frutos secos.

Figura N.8 / Fuente Propia 2018.

Cual de los siguientes nombres con su respectivo logo preferiría para la empresa de frutos secos?

71 respuestas

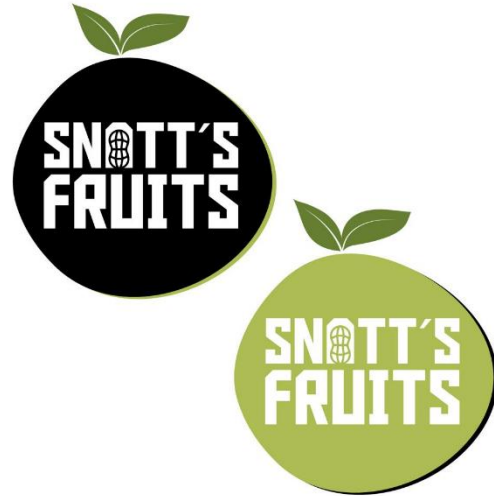


Dentro de esta encuesta , decidimos implementar una estrategia de marca adicional al manual de marca (Nombre y logo) el cual nos permitiría identificar que tan bien vista estaba el nombre solo granitos y como los consumidores percibían esta marca con el simple hecho de verla y si el cual era bastante llamativo para ellos, decidimos crear 3 marcas diferentes con su respectivo logo y slogan en comparación con la actual , esto con el fin de que el emprendedor pueda definir ya que manifestaba que SOLO GRANITOS muchos de sus clientes al escucharlo lo asociaban con ACNE O GRANOS DE ABARROTE para esto en la encuesta numero 4 realizamos esta pregunta y el cual pueda analizar que la marca en su mayoría si es asociada con frutos secos y deshidratados.

El 45,1% señalo que la marca CRUNCHY SNACKS es mucho mas llamativo por sus colores, su imagen , su slogan y le da mucho más recordación a lo que son los productos de frutos secos contra un 31% que señalo que les gustaba mas WALNUT'S porque era un poco con un contraste mas fuerte y que según los fondos se manejaron los colores pero que le diera un poco mas de glamour a los productos.

Figura N.9 / Fuente Propia 2018.

Logos (PROPUESTA)



Conclusiones

Los objetivos planteados al principio de esta investigación en la practica han sido cumplidos en su totalidad , SOLO GRANITOS hoy entiende la necesidad que tienen los clientes al consumir snacks, con esto tienen un poco mas de claridad y seguridad al saber que su segmento son todo tipo de personas que les gusta consumir frutos secos en especial los adultos y que hoy en día en la tendencia aparte de consumir nutritivo es portar productos ligeros que puedan consumir en todo momento de su cotidianidad.

Solo granitos en su experiencia es una marca que llena de amor a los clientes dándoles gusto y con un valor adquisitivo proporcionado a lo que ellos buscan.

Junto con la emprendedora Sandra se realizo un excelente trabajo, apoyándome con toda la información necesaria, con todos los aportes que dentro de este trabajo pude realizar y que dentro de esto me aporoto que todos los elementos del marketing son fundamentales dentro de una empresa para la elaboración de estrategias que permiten que la empresa mejore constantemente y sepamos entender lo que realmente busca el mercado hoy en día y como finalmente perciben la marca.

Bibliografías

- <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/8174/N%C3%89STOR%20CONTRERAS%20%28T%29%20Final.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- (Fenalco, 20195).
- (Oficina Comercial del Ecuador en Nueva York EE. UU & Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2011).
- (Mañanas BluRadio 2016).
- (faros.hsjdbcn.org/es/recomendacion/videoreceta-frutos-secos-grandes-aliados-nuestra-salud-cardiovascular).
- Sandra Carolina Panche Jaramillo (Emprendedora)
- <http://sologranitos.wixsite.com/sologranitos/nosotros>

Anexos



