



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**MODELO DE NEGOCIO**  
**NUTRI-FRUIT**  
**PLAN DE MARKETING**

Elaborado por:

**APOLINARIO BENITES YENNIFER PAOLA**

Tutoría por: Erika Taranto

**GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Administración de Empresas**

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2022


## 1 CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Yennifer Paola Apolinario Benites** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Nutri-Fruit: Plan de Marketing**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Nutri-Fruit**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes:

- **TATIANA PEÑA TABAREZ**
- **JENNIFER ZUÑIGA MASABANDA**
- **JULEXY BARREZUETA BARREZUETA**
- **MIGUEL SANCHEZ AGUIRRE**

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



---

**Yennifer Paola Apolinario Benites**

**0925829459**

Declaro que:

**Yo, Yennifer Apolinario Benites** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Nutri-Fruit: Plan de Marketing**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

**Yennifer Paola Apolinario Benites**

**0925829459**

## Índice

1	RESUMEN EJECUTIVO .....	VII
1.1	PALABRAS CLAVE .....	IX
1.2	CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	IX
2	PLAN DE MARKETING.....	11
2.1	Objetivo de marketing o comerciales.....	11
2.1.1	Objetivo General.....	11
2.2.1	Objetivos Específicos. ....	11
2.2	Estrategia Competitiva .....	11
2.3	Diferenciales.....	12
2.4	Posicionamiento .....	13
2.5	Mix de marketing.....	14
2.5.1	Producto / Servicio .....	14
	Ingredientes destacados: .....	16
	Ingredientes destacados: .....	18
	Ingredientes destacados: .....	19
	Ingredientes destacados: .....	21
	Ingredientes destacados: .....	23
2.6	Características básicas del producto.....	23
	Presentación y empaque .....	23

2.7	Estrategia .....	24
2.8	Servicio.....	24
2.9	Precio .....	25
	Características del precio:.....	26
2.10	Distribución .....	26
	Zonas específicas de ubicación del Food Truck en la Ciudad de Guayaquil .....	26
2.11	Promoción y Comunicación.....	27
2.12	Nombre de la empresa:.....	27
2.13	Slogan.....	28
	UNA BEBIDA NATURAL PARA TU ESTILO DE VIDA .....	28
2.14	Logotipo .....	28
	Descripción del logotipo .....	28
2.15	Promoción.....	29
2.16	Plan de Medios .....	30
	.....	30
2.17	Redes Sociales.....	31
2.18	Estrategias.....	33
2.19	Mención de Radio.....	33
	.....	34
	.....	34
3	PLAN DE VENTAS.....	34

.....	34
.....	34
.....	35
.....	35
4 RECOMENDACIONES .....	35
5 CONCLUSIÓN.....	36
6 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	36

## 2 RESUMEN EJECUTIVO

El modelo de negocio Nutri-fruit nace con la finalidad brindar a la sociedad la preparación de batidos adaptados a distintos perfiles o necesidad del cliente dependiendo de su estilo de vida, con la asesoría de una nutricionista y comercializado a través de un food truck en la ciudad de Guayaquil. Este negocio de alimentación sana responde a la falta de tiempo de las personas activas que trabajan o estudian, lo que los lleva a consumir cualquier tipo de alimento poco saludable en la calle generando como resultado sobrepeso, diabetes y otros problemas de salud. Se realizó el análisis de las 5 C`s de marketing, partiendo del estudio del contexto mediante el análisis PEST que permite determinar el entorno político, legal, económico, social y tecnológico del Ecuador, identificando las barreras o ventajas que se podrían presentar al modelo de negocio nutri-fruit. Adicionalmente mediante el FODA se examinaron internamente las fortalezas, evaluando las amenazas y debilidades en las que se deberá trabajar y mejorar, y de manera externa las oportunidades que debemos de aprovechar como negocio.

Para el estudio de la competencia se empleó el análisis de las 5 Fuerzas de Porter, identificando que existe un gran nivel de competencia y una demanda de producto sustituto muy elevada; que el poder de negociación de los proveedores es bajo, debido que la materia prima, las frutas, son producidas en el Ecuador con un gran número de proveedores, y por último, identificamos que el poder de negociación de los cliente es alto debido que existe un aumento de la competencia en forma de diferentes tipo de bebida en el sector guayaquileño. Para determinar la aceptación de nutri-fruit en el mercado, se utilizaron varias técnicas de investigación: entrevista a profundidad, grupo focales, encuesta, las cuales nos permitieron conocer mejor nuestro mercado y conocer los insights, necesidades para tomar una decisión sobre el producto que vamos a ofrecer y mejorar nuestro servicio para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

Con la información obtenida de la investigación de mercado, se desarrolló el Plan de Marketing con sus 4P de marketing para realizar el mix de la estrategia a utilizar en la comercialización y los medios de comunicación que vamos a emplear, para dar a conocer nuestro producto a los consumidores.

En el estudio administrativo presentamos nuestra misión, visión y valores de la empresa. El organigrama está compuesto por un Gerente General, asesoría nutricionista externa, contador, personal y adquisición de materia prima. Todos los cargos mencionados poseen una propuesta de indicadores de gestión para asegurar el cumplimiento de sus funciones acorde a lo que el modelo de negocio requiere y finalmente como parte de la estrategia de responsabilidad social empresarial, se realizarán campañas nutricionales en centros educativos, gimnasios, centro de salud, espacios públicos.

También se consideraron aspectos operacionales para garantizar un mayor nivel de eficiencia en cuanto a los recursos y el tiempo de preparación del producto, determinando la capacidad productiva del negocio y los estándares de calidad en el servicio y en el producto que ofrecemos a los clientes.

Con el fin de conocer la viabilidad de la implementación del negocio de bebidas en un food truck se realizaron todos los estudios correspondientes, tales como estudio descriptivo, el análisis de mercado, análisis del producto y los aspectos relacionados a la producción. Se realizó un estudio de tipo descriptivo para determinar la viabilidad a partir del estudio del mercado, el análisis del producto se concluye respecto a, la definición de los aspectos técnicos para la su producción; y por último un análisis financiero que analiza el comportamiento contable del negocio, el cual fue proyectado a 5 años.

Se elaboró la proyección financiera del negocio en donde se consideró el funcionamiento, inversión, mantenimiento y utilidades que incurren en la creación y puesta en marcha del negocio. Teniendo en cuenta lo anterior, las proyecciones realizadas determinaron que si es viable la creación del negocio para la producción de batidos de frutas 100% sin



procesar. La creación del negocio será posible gracias a la alianza con los proveedores de materia prima, los precios que se van a manejar y los canales por los cuales el negocio se va a promocionar.

Con todos estos antecedentes se logrará establecer un VAN de \$63,383.58 y un TIR de 70% los cuales representan viabilidad para el negocio y con la obtención de la recuperación de la inversión inicial durante los primeros 5 años.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de alumnos de la Universidad Casa Grande, de la modalidad profesionalizantes Miguel Sánchez Aguirre, Jeniffer Elizabeth Zúñiga, Julexy Barrezueta Barrezueta, Tatiana Peña Tabares Yennifer Apolinario Benites y explica el Plan de Negocios del Proyecto denominado "Nutri-fruit"; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

## **2.1 PALABRAS CLAVE**

Alimentación sana, jugos, frutas, batidos, food truck, Salud, nutrición, estilo de vida.

## **2.2 CONSIDERACIONES ÉTICAS**

El proceso investigativo para la elaboración del modelo de negocio "Nutri-fruit" desde un comienzo ha pasado por un proceso de investigación y observación, se procedió en el desarrollo de batidos nutritivos y saludables, según el estilo de vida o necesidad del consumidor. Dentro del plan de negocios "Nutri-fruit" fue realizado por los estudiantes de la Universidad Casa Grande, manteniendo la parte ética asumiendo la responsabilidad y compromiso de cada integrante al proyecto, dentro del modelo de negocio podemos encontrar evidencias y argumentos de otros autores, para dar crédito y validez a lo investigado, cabe mencionar que la idea surgió debido a la falta de tiempo para el cuidado

personal de la salud y la alimentación, le dedicamos tanto tiempo al trabajo o al estudio que terminamos consumiendo cualquier tipo de alimento rápido y poco saludable.

### 3 PLAN DE MARKETING

#### 3.1 Objetivo de marketing o comerciales

##### 3.1.1 *Objetivo General*

Comercializar en un Food truck batidos naturales elaborados de acuerdo a determinados estilos de vida de los consumidores, bajo la asesoría de un profesional en nutrición, a precios justos y competitivos.

##### 3.2.1 *Objetivos Específicos.*

**Producto:** Diseñar batidos de frutas con gran aporte nutricional ajustado a cada necesidad del consumidor.

**Precio:** Equilibrar la calidad de los batidos y el servicio que se brinda con un precio atractivo y accesible para los consumidores sin afectar la rentabilidad de la empresa.

**Plaza:** Distribuir el producto de forma rápida mediante un food Truck que se movilizará a los diferentes lugares de la ciudad de Guayaquil para comodidad del cliente, se proyecta a corto plazo adquirir más vehículos para optimizar las ventas y satisfacer la demanda.

**Promociones:** Diseñar una publicidad llamativa, tips nutricionales para colocar en las redes sociales de la empresa, negociar con varios influencers de la ciudad para dar a conocer las diferentes promociones, descuentos, etc.

#### 3.2 Estrategia Competitiva

La estrategia competitiva que se ha considerado para el presente proyecto es la genérica de diferenciación, debido a que el centro de esta estrategia competitiva de Porter consiste en que una empresa destaque de forma significativa a través de sus acciones, sus servicios y sus productos.

Nutri-fruit se caracterizará por elaborar un producto que se alinea al estilo de vida de determinados perfiles de clientes, ofreciendo varias opciones de batidos que aporten beneficios a la salud, por lo cual se consideran como una nueva alternativa de bebida saludable, sustituto de las gaseosas y los jugos procesados.

También se considera como una estrategia, la forma de comercializar nuestro producto, esto es por medio de un Food truck, el cual permitirá la movilización a varios puntos de la ciudad de Guayaquil y llegar hasta nuestro cliente objetivo.

Como valor agregado y para diferenciarnos de otro negocio será la implementación de la asesoría de un nutricionista que dará soporte a nuestros clientes, en un determinado día, sobre el tipo de batidos que puede consumir de acuerdo con su necesidad.

### **3.3 Diferenciales**

Los diferenciales que Nutri-fruit ofrecerá de acuerdo con los productos que existen en el mercado actual, serán:

- Desarrollo continuo de batidos naturales: Ofrecer al consumidor opciones de batidos naturales según su estilo de vida o necesidad, en donde cada bimestre se identificarán nuevas necesidades o estilos y se desarrollarán batidos nutritivos para estos nuevos segmentos o perfiles.
- Generar una experiencia atractiva de consumo a través de la comercialización del producto en un Food Truck, el cual nos permita abarcar diferentes puntos estratégicos de la ciudad.
- Asesorar a los clientes con un nutricionista, en un determinado tiempo que se comunicará a nuestros clientes mediante las redes sociales, quien le ayudará a

elegir el producto correcto proporcionándole información importante de acuerdo con su estilo de vida.

Entre otros servicios importantes con los que se cuentan están:

- Atención personalizada a todos los clientes, se colocará el nombre del cliente en su envase para luego llamar cuando su pedido esté listo.
- El envase será de plástico reciclable transparente, biodegradable, siendo beneficioso para la salud del consumidor, puesto que suelen estar elaborados con materiales naturales menos alergénicos.
- Personal altamente capacitado y correctamente uniformado con el distintivo del negocio, cumpliendo con las normas de seguridad e higiene proporcionando un servicio de alta calidad y calidez en todo momento.
- Se utilizará códigos QR en el catálogo de los productos para agilizar los pedidos y encontrar información sobre el valor nutricional de cada uno de los productos.
- Diferentes métodos de pagos que facilitaran y agilizaran el proceso de cobro.

### **3.4 Posicionamiento**

Desarrollar batidos naturales adaptados a estilos de vida de los consumidores.

Comercializar los batidos en un Food truck, permitirá que nuestros productos estén al alcance de los clientes sin causar incomodidades para adquirirlos, nos ubicaremos en puntos estratégicos, iniciaremos en el centro de la ciudad de Guayaquil, en la calle de 9 de octubre y Rumichaca y sus alrededores, luego avanzaremos al norte.

Con esto queremos llegar a todo nuestro público objetivo y darle los servicios que la competencia ha ignorado, de tal manera que el cliente se sienta satisfecho y poder fidelizarlo en Nutri-Fruit.

### **3.5 Mix de marketing**

#### **2.5.1. Producto / Servicio**

Nutri-fruit ofrecerá batidos naturales ricos en nutrientes aptos para el público en general, de excelente calidad, esto se debe a la cuidadosa selección de ingredientes que serán utilizados en su elaboración; así como también se cuenta con un personal capacitado para realizar los procesos de preparación artesanal.

Nutri-fruit se presenta al mercado con 7 batidos naturales de excelente calidad y de exquisito sabor que son:

- Batido Spot: Ideal para deportistas, sus ingredientes ayudan a ganar masa muscular.
- Batido Energy: Creado para personas con alto desgaste físico y mental cansancio por trabajo o actividades diversas.
- Batido View: Ayuda a mejorar la visión.
- Batido skin: Ayuda a mejorar la piel.
- Batido Détox: También conocidos como batidos verdes o diuréticos, ideales para eliminar toxinas del cuerpo.
- Batido Multifruta: Batido refrescante.

Los principales ingredientes que se utilizarán para la elaboración son los siguientes:

- Fruta fresca, hielo.
- Leche: semidescremada, deslactosada, descremada, almendras, soya.

- Esteviol (Stevia -No calórico), Miel de abeja (Edulcorante calórico)
- Inulina (Suplemento, Fuente de fibra)
- Beneficios del producto:
- Batido con alto valor nutricional libre de azúcar procesada, grasa saturada, colorantes, saborizantes y sin lactosa.
- Batido con ingredientes naturales sin conservantes y sin azúcar procesada que reduce el riesgo de sobrepeso y obesidad.
- Se les agregara inulina a los batidos, pues, además de ser fuente de fibra ayuda a regular el peso, dando una sensación de plenitud y control del apetito, promueve un mejor entorno digestivo, se ha relacionado con la mejora de la sangre (colesterol y glucosa) y potencialmente tiene efectos anticancerígenos y antidiabéticos.

Es esencial que el producto refleje calidad. Por ello la materia prima se seleccionará en base a su estado de maduración para lograr tener un buen sabor en los batidos, ofreciendo un producto de calidad con valor nutricional al consumidor.

### **Batido para ganar masa muscular**

*Figura  
Batido Sopt*

1



**Nombre del Batido:** Batido Spot

**Objetivo.** - Encargado de restaurar el glucógeno muscular y ayuda a reparar las fibras musculares y en la creación del músculo

**Segmento de cliente.** - Es una alternativa que se brinda a los deportistas para recuperar el músculo cuando ha sido sometido a un estrés fuerte después de haber hecho ejercicio o cualquier tipo de deporte.

Vitamina que contiene: D, B, C.

**Fruta para elegir:** aguacate, manzana, kiwi, Banano, arándanos, mora.

**Fruto seco para elegir:** almendras, cacahuetes, nueces, pasa.

**Hortaliza para elegir:** espinaca, remolacha.

**Indicación:** Además de personas deportistas, los adultos mayores también lo pueden consumir, pues debido a su edad, su masa ósea disminuye de una forma notable y necesitan un aporte más grande de vitamina D especialmente para fortalecer los huesos.

***Ingredientes destacados:***

**Banana:** aporta vitaminas A, C, B1, B2, B6, B9 -ácido fólico- y E. Por otra parte, en cuanto a los minerales, se encuentran el potasio, magnesio, hierro, selenio, zinc y calcio. contiene 3,4 gramos de fibra dietética total por cada 100 gramos, para el aumento de masa muscular.

**Kiwi:** contiene nutrientes y fotoquímicos asociados relacionados con el bienestar del sistema inmune, como son la vitamina C, E y K, folatos, carotenoides, buena fuente de potasio y muy rica en fibras para ganar masa muscular.



**Almendras:** Son beneficiosas para deportistas, al igual que las ciruelas o los albaricoques secos. Son ricas en potasio, esencial en el equilibrio ácido-base. Además, favorecen la actividad neuromuscular.

**Avena:** La avena contiene tiamina (vitamina B1) y vitamina B6, además de hierro, fósforo y magnesio favorece la formación de tejidos nuevos en nuestro cuerpo y ayuda a aumentar la masa muscular.

### Batidos energizantes

Figura 2  
Batido Energy



**Nombre del Batido:** Batido Energy.

**Objetivo.** - Encargados de brindar energía para el desarrollo de las actividades.

**Segmento de cliente.** Es una alternativa que brindamos a los estudiantes universitarios para que se mantengan activos durante el desarrollo de sus clases.

Vitaminas que contiene: B2, B6, B12

**Fruta para elegir:** plátano, arándanos, higos, chirimoya, Cereza, Guanábana.

**Fruto seco para elegir:** almendras, cacahuetes, nueces, pasa

**Hortaliza para elegir:** Espinaca

**Contamos también:** Soya, quinua, maca y habas

***Ingredientes destacados:***

**Cereza:** Tiene un alto contenido en potasio, fibra, vitamina A, vitaminas B1, B3 y B6, vitamina C, vitamina D y E, ácido fólico, betacaroteno o provitamina A, Uno de los beneficios de las cerezas es que dan energía y frescor por su alto nivel de agua y potasio

**Arándanos:** cuenta con varias vitaminas del grupo B, fundamentales aportes de energía, y es rico en magnesio, responsable también de nuestra vitalidad.

**Batido para la visión**

*Figura 3*  
*Batido para la visión*



**Nombre del Batido:** Batido View

**Objetivo.** - Encargado de brindar nutrientes y vitaminas beneficiosos para la salud ocular y proteger y disminuir enfermedades oculares.

**Segmento de cliente.** - Este producto está enfocado en personas que tienen problemas en la visión o requieren energía debido al desgaste mental y físico por las distintas actividades laborales o personales.

Vitamina que contiene: A y C

**Frutas para elegir:** Las frutas verdes, naranjas, fresas, melón son beneficiosas para la salud ocular.

**Frutos secos para elegir:** almendras, las nueces o las avellanas

**Hortaliza que elegir:** zanahoria, Espinaca

***Ingredientes destacados:***

**Zanahoria:** La vitamina A y la visión son grandes aliados. La zanahoria contiene grandes cantidades de betacaroteno y vitamina A, los cuales pueden mejorar la salud de nuestros ojos y ofrecernos una fantástica fuente de vitaminas para evitar la degeneración macular y las cataratas.

**Fresa:** Contienen vitamina C ayudar a demorar la aparición de cataratas y proporcionarnos las vitaminas que el ojo necesita para impedir la degeneración macular.

**Almendras:** Contienen un alto contenido de riboflavina (vitamina B2, E<sup>4</sup>) que ayuda a mejorar la salud visual combatiendo el estrés oxidativo y ayudando a reducir las posibilidades de padecer cataratas.

**Batido para la Piel**

Figura  
Batido para la piel



**Nombre del Batido:** Batido skin

**Objetivo.** - Encargados de brindar proporcionar al organismo los nutrientes necesarios para una piel sana y radiante

**Segmento de cliente.** - Es una alternativa que brindamos a las mujeres para restaurar el colágeno en la piel generando una piel suave y un rostro sin acné y sin grasa y más juvenil sin la necesidad de comprar y utilizar productos de belleza.

Vitamina que contiene: C, B

**Frutas para elegir:** Las frutas coco, fresa, pitahaya, mango, chía

**Hortaliza para elegir:** zanahoria

#### **Ingredientes destacados:**

**Coco:** es una fruta con propiedades de la vitamina E de importante acción antioxidante sobre la piel y es ideal para las personas que se encuentran con debilidad.

**Fresa:** son ricas en vitamina C, lo que ayuda a nuestros cuerpos a producir colágeno.

**Canela.** - Contiene de hierro, calcio, fibra, vitaminas C y B1 y selenio. Aporta sabor al batido sin necesidad de añadir azúcar, cuyo exceso resta luminosidad a la piel y acelera el envejecimiento y la flacidez cutánea.

**Chía.** - Contiene omega 3 lo que las hace ideales frente a problemas de piel como las arrugas o la sequedad.

## Batido para Adelgazar

Figura 5  
Batido para adelgazar



**Nombre del Batido:** Batido Détox

**Objetivo.** - Encargados de limpiar el organismo, eliminar toxinas y ayudarte a perder peso.

**Segmento de cliente.** - Es una alternativa que brindamos a hombres y mujeres que sufren el problema de obesidad y sobrepeso con el objetivo de perder peso y tener un vientre plano adicionalmente tendrá la asesoría de nuestro nutricionista para mejorar su hábito de alimentación. Nuestra propuesta de valor será ofrecer los siguientes productos:

Vitamina para adelgazar: Fruta y hortaliza, tiamina, niacina, piridoxina

**Frutas para elegir:** Piña, papaya, manzana verde, chía, Uva, Pera, Coco

**Hortaliza para elegir:** Apio, remolacha, perejil, zanahoria.

### ***Ingredientes destacados:***

**Piña:** Contiene una enzima llamada bromelina que ayuda a metabolizar las proteínas. Esas proteínas, al mismo tiempo, nos ayudarán a reducir la grasa abdominal y a suprimir el apetito, debido a la sensación de llenado que produce y que puede durar varias horas en el organismo.

**Manzana Verde:** Es hidratante y saciante, a la par que laxante y diurética. Muy rica en agua, y baja en calorías y fructosa. Aporta fibra (4,4g /100 g), especialmente pectina, y niacina vitamina buena para reducir el colesterol malo y controlar el azúcar en sangre.

**Espinaca:** Contiene fibra tanto soluble como insoluble. La primera es conocida por su capacidad para reducir la grasa abdominal y perder peso, mientras la grasa insoluble funciona muy bien con el tránsito intestinal y el sistema digestivo.

### Batido de Vitamina

*Figura 6*  
*Batido de Vitamina*



**Nombre del Batido:** Batido Multi fruta.

**Objetivo.** - Encargados de aportar vitaminas a nuestro organismo.

**Segmento de cliente.** -Es una alternativa muy rica con un sabor dulce naturalmente que brindamos a los niños y adultos para subir sus defensas y también son muy buenos para sus cuerpos y mentes en crecimiento por su aporta nutrientes y también ayudará a combatir el calor del verano.

Vitamina que contiene: C

**Frutas para elegir:** Sandía, melón, Durazno, fresa frambuesa, cereza.

**Frutas para elegir:** kiwi, Arándanos, plátano.

**Ingredientes destacados:**

**Kiwi:** contiene nutrientes y fitoquímicos asociados relacionados con el bienestar del sistema inmune, como son la vitamina C, E y K, folatos, carotenoides, potasio y polifenoles, según diversos estudios la respuesta es el kiwi. El kiwi es el número uno en contenido de nutrientes en comparación con otras frutas. Contiene el doble de vitamina C que las naranjas y 8 veces más nutrientes que las manzanas.

**Banana:** aporta vitaminas A, C, B1, B2, B6, B9 -ácido fólico- y E. Por otra parte, en cuanto a los minerales, se encuentran el potasio, magnesio, hierro, selenio, zinc y calcio.

**Arándanos:** son ricos en vitamina C, que nos ayuda a prevenir el exceso de sudoración además aporta vitamina C, potasio y fibra, asimismo, el consumo de este fruto fortalece el sistema inmunitario.

**3.6 Características básicas del producto****Presentación y empaque**

Para la introducción del producto en el mercado, se tiene prevista que la presentación del envase será de plástico reciclable demostrando al cliente la frescura del producto en donde se mostrará el logo. Estos envases serán elaborados a base de celulosa que reemplazan en un 100% al plástico y pueden ser considerados empaques biodegradables, siendo amigables con el medio ambiente y saludables para el consumidor, se contará con 3 tipos de envases, ideal, medio litro y de un litro.

*Figura 7*  
*Envases presentación 200 ml*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Equipo Nutri-fruit

*Figura 8*  
*Diseño del envase de batido 200ml.*



**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Equipo Nutri-fruit

### **3.7 Estrategia**

Se realizará un control antes, durante y después del proceso de elaboración de los batidos de frutas para analizar la materia prima y su estado, verificando que cumplan los estándares de calidad que se han establecido. De tal manera que se pueda brindar un batido de buena calidad para el consumidor.

### **3.8 Servicio**

Se brindará el servicio de asesoría de un nutricionista en fechas determinadas para que los clientes puedan asistir y solicitar la recomendación de los batidos que puede consumir y



que ingredientes puede utilizar para elaborar su bebida de acuerdo con su estilo de vida, con la finalidad de alcanzar sus objetivos propuestos disfrutando de un delicioso batido de Nutri-Fruit.

La atención al cliente será personalizada, amable y cálida, tendremos a disposición una cartilla con las opciones de batidos que están a la venta, en donde constará el valor nutricional de cada uno de ellos.

El asesoramiento de un especialista en nutrición es muy importante, pues nace de acuerdo con la necesidad de muchas personas, tales como deportistas o personas con problemas de salud, que necesitan seguir una dieta estricta y quieren incorporar energizantes, adelgazantes y suplementos vitamínicos.

### 3.9 Precio

Para determinar el precio de cada una de las presentaciones se tuvo en cuenta el costo de sus ingredientes, desperdicios; y la percepción de valor por parte del cliente, dato obtenido a través de las encuestas realizadas.

Para fijar el precio se lo determino por medio de la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil en donde se detectó que los consumidores están dispuestos a pagar por el contenido de 200ml los siguientes valores, de acuerdo con el batido que soliciten.

*Tabla 1*  
*Precios de Batidos*

<b>Batidos</b>	<b>Valores</b>
Batido Spot	\$2,70
Batido Energy	\$2,30
Batido View	\$2,50
Batido skin	\$2,50
Batido Détox	\$2,25
Batido Multifruta	\$2,40

**Características del precio:**

Competitivo.

Por debajo de la competencia.

Atractivo para el segmento al que va dirigido.

**3.10 Distribución**

El Concejo Municipal de Guayaquil aprobó en el primer debate la Ordenanza Regulatoria para el funcionamiento de vehículos móviles de expendio de alimentos conocidos como food trucks, el día 13 de octubre de 2021. En sesión ordinaria, la alcaldesa Cynthia Viteri, abrió el debate y los concejales presentaron aportes al proyecto de Ordenanza regulatoria que busca estimular el emprendimiento y la reactivación económica de la ciudad.

Nutri-fruit ofrecerá variedades de batidos por medio de un food truck, utilizando un canal de distribución directo, sin intermediarios. Ubicado en lugares estratégicos de la ciudad de Guayaquil, donde se puede evidenciar que hay mucha afluencia de personas de todos los niveles socioeconómicos.

El diseño externo será basado en los colores elegidos para el logo y llevará su respectivo nombre en las partes más visibles del food Truck.

Se manejará con un formulario sencillo donde el cliente pondrá su nivel de satisfacción o insatisfacción del servicio que ofrecemos y su opinión acerca del negocio.

**Zonas específicas de ubicación del Food Truck en la Ciudad de Guayaquil**

Tabla 2  
Ubicación del Food Truck

<b>Batidos que se preparan de acuerdo con la ubicación</b>	
<b>Lugares</b>	<b>Tipo de Batidos</b>
Escuelas	Batidos normales
Centros de salud	Batidos energizantes y vitamínicos
Gimnasios	Batidos energizantes, adelgazantes, detox.
Empresas y oficinas	Batidos energizantes, normales y vitamínicos
Lugares de recreación y ocio	Batidos normales y vitamínicos

### **3.11 Promoción y Comunicación**

Para la comercialización efectiva de los batidos saludables, se crea la imagen de Nutri-Fruit y su eslogan pensando en el impacto que este dará para captar la atención inmediata de los clientes.

Se trabajará para ofrecer un excelente servicio, de tal manera que los mismo clientes atraigan más clientes a través de su publicidad de boca a boca.

### **3.12 Nombre de la empresa:**

NUTRI-FRUIT

La finalidad del nombre de la empresa es generar en la mente de los posibles clientes, una asociación inmediata de salud y nutrición al incorporar los batidos de excelente valor nutricional en su alimentación cotidiana.

### 3.13 Slogan

#### **UNA BEBIDA NATURAL PARA TU ESTILO DE VIDA**

El objetivo de este slogan es impactar con una frase de manera directa y llamativa, para que se asocie a la idea de negocio como resultado de una alimentación sana; se intenta satisfacer las necesidades del cliente, así como superar sus expectativas.

### 3.14 Logotipo



**Fuente:** Los Autores

#### ***Descripción del logotipo***

Reconocer el significado de los colores en la comunicación es un elemento muy importante, esto nos permite conocer las características que tiene nuestro producto, no solo con palabras, si no, de una manera más visual y llamativa en el cual el cliente se puede identificar con el producto y el beneficio que le brinda.

El tipo de letra que se utilizó para el nombre del negocio es Showcard Gothic que se adapta al diseño de la imagen del food truck que representa donde vamos a ofrecer nuestros batidos al cliente y en la parte de arriba las variedades de fruta con el envase.

El color utilizado para este diseño es el verde que representa energía, naturaleza, salud y alimentos orgánicos, esta tonalidad es perfecta para conectar con el cliente con nuestra idea de negocio en ofrecer un producto natural y nutritivo.

### 3.15 Promoción

Al ser nuevos en el mercado guayaquileño es importante observar a la competencia que ha logrado posicionarse en el mercado de los batidos naturales para poder crear estrategias para aportar con la mejora de la salud de los clientes y lograr posicionarnos dentro de este segmento de mercado.

Las estrategias que se ejecutarán serán las siguientes:

*Tabla 3  
Estrategias de Marketing*

<b>Estrategias</b>	<b>Tie mpo</b>	<b>Recursos</b>	<b>Valore s Mensuales</b>
Realizar promociones en fechas festivas o eventos especiales, como pueden ser las fiestas Julianas, San Valentín, Navidad y otras.	De enero a diciembre	Volantes publicitarios de las promociones -Anuncios en redes sociales	<b>\$70</b>
Realizar campañas publicitarias que impacten y queden grabadas en la mente de los consumidores	Ca da 3 meses	Redes Sociales, invitaciones y Volantes	\$150
Realizar degustaciones del producto una vez al mes	De enero a junio	Pizarras con el menú del día -Banners -Impulsadores (as)	Depen derá de costos de producción
Realizar programas de fidelización, como pueden ser tarjetas para los clientes frecuentes lo cual les permitirá acceder a descuentos o promociones, también tarjetas perforadas o cupones de "llévate el segundo gratis"	De enero a diciembre	Tarjetas Cupones	\$100
Invitar a un influencers una vez al mes para que sea embajador de un diferente tipo de batido.	1 veces al mes	Redes sociales	canje

Se harán menciones cortas en la radio donde se destacará la marca para lograr posesionarnos en la mente del consumidor	4 veces al mes	Radio	\$150
--	----------------	-------	-------

**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.16 Plan de Medios

Con el fin de dar a conocer los batidos, en la actualidad, todas las personas disponen de redes sociales por lo cual es más fácil llegar al consumidor, desde las plataformas como tik tok, Facebook, YouTube, Twitter o Instagram. Se está consciente de que todo lo bueno se reproduce y al ofrecer una calidad de producto, muy pronto tendrá acogida, igual se usará medios tradicionales con el fin de dar a conocer los beneficios y promociones de los batidos que ofrece Nutri-fruit.

*Figura 9*  
*Página Web*



**Fuente:** Los Autores

El objetivo principal de la página web es dar a conocer al usuario los productos que ofrecemos, así como también ofrecerles un espacio para consultas, quejas y comentarios donde el usuario tiene la oportunidad de expresar y enviar sus comentarios y aclarar dudas sobre los productos y el servicio, mediante un formulario predeterminado para tal fin.

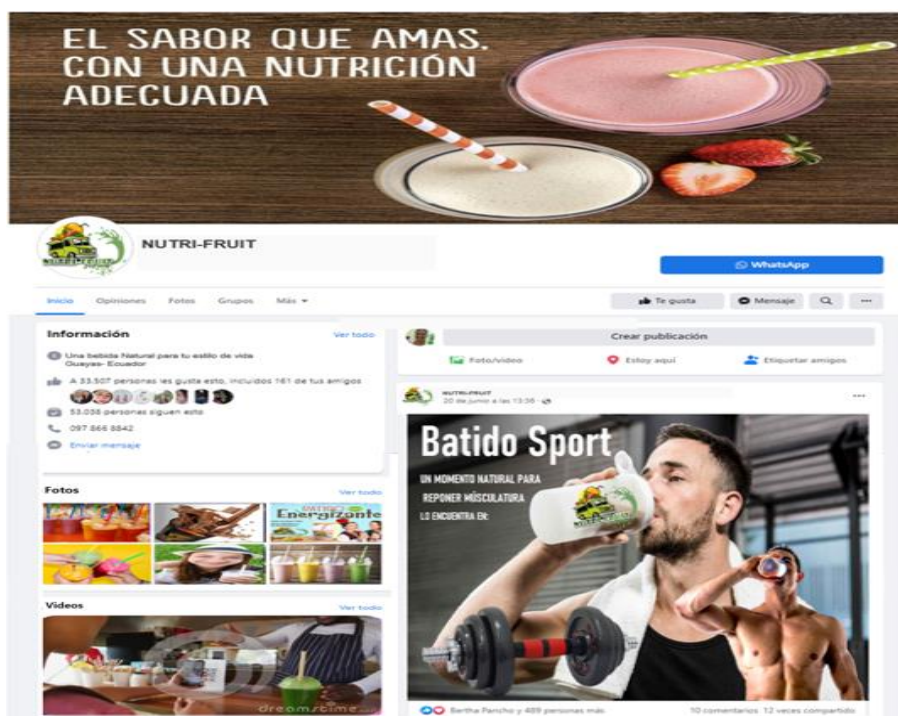
Adicionalmente, puede realizar pedidos por medio de contactos de WhatsApp y para mayor comodidad y retirar en local luego del pago.

### 3.17 Redes Sociales

Las redes sociales que vamos a utilizar como medio de comunicación según los resultados de las encuestas donde los consumidores, tienen preferencia en recibir información por medio de distintos medios de estos sobresalen: con el 58,57% Facebook, Instagram con el 26,57%.

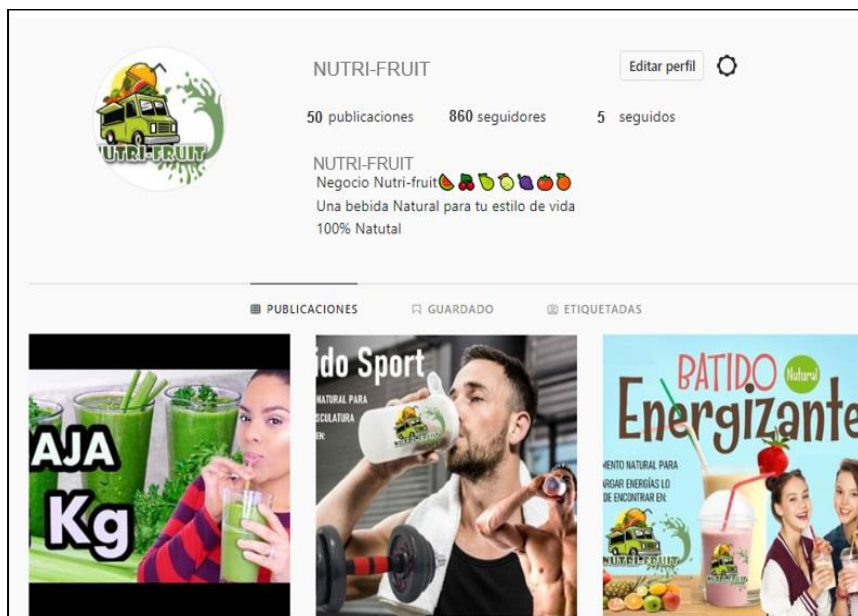
Estos datos permiten utilizará estas redes sociales para promocionar nuestros batidos, además de crear un espacio donde los clientes nos puedan dar sugerencias de mejoramiento.

Figura 10  
Facebook



Fuente: Los autores

Figura 11  
Instagram



Fuente: Los autores



Figura 12  
Instagram1



### 3.18 Estrategias

Se realizarán juegos aleatorios en Facebook y en Instagram donde se den combos de batidos gratis, tomándose una foto mientras consumen un batido y contando su experiencia con el #Nutri-fruit, la foto que tenga más likes se lleva un combo de su elección gratis.

### 3.19 Mención de Radio

Se realizarán menciones cortas en las radios con más sintonía en donde se destacará la marca para lograr un posicionamiento en el mercado.

Algunas de las menciones podrían ser las siguientes:

- Toma nutri-fruit en tu desayuno.
- Nutri-fruit nutritivo y saludable.
- El batido más sabroso para tu paladar Nutri-fruit.

Figura 14  
Radio1



Figura 13  
Radio2



#### 4 PLAN DE VENTAS

Tabla 4  
Plan de Ventas

VENTAS EN UNIDADES	Batido Sport		Batido Energy		Batido Viem		Batidos Skin		Batidos Detox		Batidos Multifruta		VENTAS EN UNIDADE	VENTAS EN UNIDADES MENSUALES
	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual		
Enero	15	450	18	540	8	240	8	240	15	450	20	600	84	2520
Febrero	15	428	18	514	8	228	8	228	15	428	20	571	86	2399
Marzo	16	468	19	562	8	250	8	250	16	468	21	624	87	2622
Abril	16	478	19	573	8	255	8	255	16	478	21	637	89	2674
Mayo	16	487	19	585	9	260	9	260	16	487	22	649	91	2728
Junio	17	497	20	596	9	265	9	265	17	497	22	662	93	2782
Julio	17	507	20	608	9	270	9	270	17	507	23	676	95	2838
Agosto	17	517	21	620	9	276	9	276	17	517	23	689	96	2895
Septiembre	18	543	22	651	10	289	10	289	18	543	24	724	101	3039
Octubre	19	570	23	684	10	304	10	304	19	570	25	760	106	3191
Noviembre	20	598	24	718	11	319	11	319	20	598	27	798	112	3351
Diciembre	21	628	25	754	11	335	11	335	21	628	28	838	117	3519
<b>Total Anual</b>													<b>34558</b>	

VENTAS EN TERMINOS MONETARIOS	Batido Sport \$ 2,70		Batidos Energy \$ 2,30		Batidos Viem \$ 2,50		Batidos Skim \$ 2,50		Batidos Detox (para la piel) \$ 2,25		Batidos Multifruta (para la piel) \$ 2,40		Ventas en terminos monetario Diarias	Ventas en terminos monetario Mensuales
	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual	Cant. Diaria	Cant. Mensual		
Enero	\$ 40,50	\$ 1.215,00	\$ 41,40	\$1.242,00	\$ 20,00	\$ 600,00	\$ 20,00	\$ 600,00	\$ 33,75	\$1.012,50	\$ 48,00	\$1.440,00	\$ 203,65	\$ 6.109,50
Febrero	\$ 41,31	\$ 1.156,68	\$ 42,23	\$1.182,38	\$ 20,40	\$ 571,20	\$ 20,40	\$ 571,20	\$ 34,43	\$ 963,90	\$ 48,96	\$1.370,88	\$ 207,72	\$ 5.816,24
Marzo	\$ 42,14	\$ 1.264,09	\$ 43,07	\$1.292,18	\$ 20,81	\$ 624,24	\$ 20,81	\$ 624,24	\$ 35,11	\$1.053,41	\$ 49,94	\$1.498,18	\$ 211,88	\$ 6.356,32
Abril	\$ 42,98	\$ 1.289,37	\$ 43,93	\$1.318,02	\$ 21,22	\$ 636,72	\$ 21,22	\$ 636,72	\$ 35,82	\$1.074,47	\$ 50,94	\$1.528,14	\$ 216,12	\$ 6.483,45
Mayo	\$ 43,84	\$ 1.315,16	\$ 44,81	\$1.344,38	\$ 21,65	\$ 649,46	\$ 21,65	\$ 649,46	\$ 36,53	\$1.095,96	\$ 51,96	\$1.558,70	\$ 220,44	\$ 6.613,12
Junio	\$ 44,72	\$ 1.341,46	\$ 45,71	\$1.371,27	\$ 22,08	\$ 662,45	\$ 22,08	\$ 662,45	\$ 37,26	\$1.117,88	\$ 53,00	\$1.589,88	\$ 224,85	\$ 6.745,38
Julio	\$ 45,61	\$ 1.368,29	\$ 46,62	\$1.398,69	\$ 22,52	\$ 675,70	\$ 22,52	\$ 675,70	\$ 38,01	\$1.140,24	\$ 54,06	\$1.621,67	\$ 229,34	\$ 6.880,29
Agosto	\$ 46,52	\$ 1.395,65	\$ 47,56	\$1.426,67	\$ 22,97	\$ 689,21	\$ 22,97	\$ 689,21	\$ 38,77	\$1.163,04	\$ 55,14	\$1.654,11	\$ 233,93	\$ 7.017,90
Septiembre	\$ 48,85	\$ 1.465,44	\$ 49,93	\$1.498,00	\$ 24,12	\$ 723,67	\$ 24,12	\$ 723,67	\$ 40,71	\$1.221,20	\$ 57,89	\$1.736,81	\$ 245,63	\$ 7.368,79
Octubre	\$ 51,29	\$ 1.538,71	\$ 52,43	\$1.572,90	\$ 25,33	\$ 759,86	\$ 25,33	\$ 759,86	\$ 42,74	\$1.282,26	\$ 60,79	\$1.823,65	\$ 257,91	\$ 7.737,23
Noviembre	\$ 53,85	\$ 1.615,64	\$ 55,05	\$1.651,55	\$ 26,59	\$ 797,85	\$ 26,59	\$ 797,85	\$ 44,88	\$1.346,37	\$ 63,83	\$1.914,84	\$ 270,80	\$ 8.124,09
Diciembre	\$ 56,55	\$ 1.696,43	\$ 57,80	\$1.734,12	\$ 27,92	\$ 837,74	\$ 27,92	\$ 837,74	\$ 47,12	\$1.413,69	\$ 67,02	\$2.010,58	\$ 284,34	\$ 8.530,30
<b>Total anual</b>													<b>\$ 83.782,61</b>	

Tabla 5  
Ventas por año

	<b>VENTAS</b>	
	<b>Unidades</b>	<b>Monetarias</b>
<b>Año 1</b>	34558	\$ 83.782,61
<b>Año 2</b>	38014	\$ 92.160,87
<b>Año 3</b>	41815	\$ 101.376,96
<b>Año 4</b>	48087	\$ 116.583,50
<b>Año 5</b>	55301	\$ 134.071,03

## 5 RECOMENDACIONES

Reconociendo la importancia que tiene este plan de marketing y en función a los resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas, se realizan las siguientes recomendaciones.

Considerar los resultados obtenidos porque en él se reflejan las necesidades de los clientes, para lo cual se deberá aplicar las estrategias de comercialización mencionadas para captar el mayor número de clientes.

Los equipos, maquinarias e insumos a utilizar para la elaboración de las bebidas deberían ser de excelente calidad para salvaguardar la salud de los clientes.

## 6 CONCLUSIÓN

La elaboración del plan de marketing se realiza con datos recabados luego de un arduo trabajo de investigación de mercado con el objetivo de presentar al mercado guayaquileño un producto que aporta beneficios nutritivos para su salud sin generar cambios en su estilo de vida.

El plan de marketing y publicidad será agresivo en las redes sociales y en todos los canales mencionados para posicionar en el mercado la marca Nutri-Fuit como una bebida importante para completar la alimentación saludable y correcta de los guayaquileños.

## 7 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Karimen León, & Juan Pablo Arguello. (s/f). Nutrición y actividad física durante el COVID19.

Obtenido de Unicef: <https://www.unicef.org/lac/efectos-de-la-pandemia-por-la-covid-19-en-la-nutricion-y-actividad-fisica-de-adolescentes-y-jovenes>.

Pérez. (2015). Diseño de un plan estratégico de marketing para la empresa Dingo Print. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Valverde Obando, A. (2019). Bebidas azucaradas y su importancia en la legislación ecuatoriana. Obtenido de Universidad Politécnica Estatal del Carchi: <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/872/946>.