



DON FRAPPE:

La Historia de un Joven Emprendedor

RESUMEN

Don Frappé surgió en el año 2009. Hoy en día está incorporado bajo el nombre de Charlotte's Sweets & Frappé. El negocio surgió por la necesidad económica de la llegada de la hija del dueño, Edwin Tirado, siendo aún estudiante universitario. En 2010 se estableció en un carretón que obtuvieron con la ayuda de su abuela donde vendían frappés, pinchos y bizcochos, entre otros. Fue entonces, cuando comenzó su auge por el aclamado Frappé de Nutella. En el mes de diciembre del 2010 recibieron unos fondos del gobierno federal destinados para ayudar a PYMES, por la cantidad de \$14,000. En mayo del 2011 Don Frappé abre sus puertas en su nueva localización, cerca de un McDonald's, pero en diciembre del mismo año, los negocio vecinos, incluyendo la cadena antes mencionada, se quejaron por el volumen de autos mal estacionados que había en el área y le cerraron el negocio, por falta de unos permisos. En ese momento perdieron todo el inventario que tenían. En febrero del año 2012, luego de varios sucesos, abrieron en su nueva localización, donde aún se encuentran, y han tenido un crecimiento exponencial a través de los años.

Dra. Moraima De Hoyos-Ruperto & Dr. José Vega-Torres

Mini-Caso desarrollado para el curso subgraduado: Estrategias de Cambio y Crecimiento de la Universidad de Puerto Rico-Recinto de Mayagüez; con el apoyo financiero del Citibank y la Fundación Comunitaria de Puerto Rico.

Historia y Trasfondo Empresa Don Frappé



El joven Edwin Tirado es el propietario de la corporación Charlotte's Sweets & Frappe, Inc. mejor conocida por *Don Frappé* el cual actualmente se encuentra ubicado en la Carretera #2, una de las vías principales del municipio de Añasco, Puerto Rico (P.R.). Edwin desde niño tuvo la ventaja de tener un padre dueño de un supermercado y un abuelo involucrado en la crianza del ganado. Estando en su tercer año de Ingeniería en la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Mayagüez (UPRM); Edwin tuvo la necesidad de idearse un medio de generar ingresos por la inesperada llegada de una hija. Fue entonces que para el 2009, Edwin con la edad de 22 y su entonces novia, se mudaron para el municipio de Naranjito y continuaron estudios en la UPR, Recinto de Bayamón, para estar más cerca de sus respectivas familias. En ese momento formaron *Charlotte's Sweets* en Naranjito, el cual se dedicaba principalmente a la venta de dulces de pastelería y bizcochos. En el 2010 Edwin regresa a estudiar en la UPRM, razón por la cual se reubican en el municipio de Añasco.

Con la ayuda de su abuela, quien les regalo \$1,000 para utilizar de “petty cash” y les ayudó a comprar su primer carretón, Edwin estableció su negocio en la carretera que conecta los municipios de Añasco y Rincón en P.R. Es allí donde decide añadir a sus opciones el frappé¹, el cual pronto se convirtió en su producto principal. La idea de añadir frappés, entre sus opciones, le surgió al observar negocios como McDonald's y pensar que cadenas como estas debían haber realizado un estudio de oportunidad de producto al incluir frappés en su menú. Lo cual la cadena había hecho muy reciente a esa fecha. Sin embargo, los diferentes sabores de frappés fueron evolucionando y comenzaron a incluir sabores modernos, como los de Oreo y Cameo. Por sugerencia de un cliente, un niño, crearon el frappé de Nutella, el cual pasó a ser su producto más exitoso y por el cual aún siguen siendo reconocidos. Es en ese momento es que decide nombrar el establecimiento como *Don Frappé*, ya que “Don”, para el dueño quien fue criado en un campo de P.R., implica experiencia y sabiduría. Edwin Tirado, propietario de *Don Frappé*, entiende que se requiere ser un “Don” para ser reconocidos como los mejores haciendo frappés en Puerto Rico.

Dado al éxito del frappé de Nutella, la popularidad de su negocio creció, continuaron creando nuevas recetas, decidieron expandir su negocio y comenzaron a participar de actividades culturales de algunos municipios. Una estrategia peculiar lo fue unirse a las

¹ Es una bebida hecha con hielo licuado que su sabor depende de los ingredientes con que se mezcle.

Historia y Trasfondo Empresa Don Frappé



escuelas en sus procesos de recaudación de fondos, para *Don Frappé*, por su parte poder lidiar con el tiempo muerto del negocio. Es en ese momento que se crea “El Don Llega a las Escuelas”, donde con una camioneta preparada con neveras se llevan pre-ordenes de frappés, ya listos, a las escuelas y universidades para que las organizaciones estudiantiles los vendan y puedan recaudar fondos para sus causas particulares.

Como el crecimiento fue tan rápido a finales del 2010 redactaron una propuesta con la ayuda del Centro de Desarrollo de Negocios de la UPRM, el cual los hizo elegibles para participar de un programa de fondos federales para Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) donde exitosamente recibieron \$14,000 para invertir en su negocio. Según el joven empresario “este evento fue que cambió todo”, y con el objetivo de crear un negocio diferente e innovador, procede a comprar un vagón y lo prepara para poder ofrecer mayor variedad de sus productos. A finales de Mayo del 2011, *Don Frappé* abre sus puertas cerca del McDonald’s de Añasco, con una excelente acogida. El negocio continuó creciendo, y para finales del año 2011, vecinos del área comenzaron a quejarse por el volumen de personas que había en el área, la cantidad de autos mal estacionados, entre otras molestias por la multitud de clientes y esto desató una demanda en contra de *Don Frappé*, lo que causó el cierre del negocio. Luego de tres meses de lucha y perder la misma, Edwin decide buscar un nuevo lugar para establecerse y continuar con su negocio. Es en ese momento que luego de negociaciones logra obtener el alquiler de su actual localización en la Carr. #2 en Añasco, una de las principales vías del país. Decidió re-abrir el negocio en esta localización debido a que cerca de 80 mil carros pasan a diario por esta carretera. Una vez establecidos, la acogida fue aún más impresionante, razón por la cual el joven Edwin Tirado decide postergar sus estudios para poder dedicarse tiempo completo a su negocio.

Desde ese momento, el joven empresario Edwin Tirado, ha sido reconocido con varios premios, entre los que se encuentran el premio Sam Walton, otorgado al comerciante local destacado del año entre los más de 50,000 comerciantes de la Isla. *Don Frappé* también fue elegido por la Cámara de Comercio como el comerciante destacado del área oeste, entre otros.

La pasión de Edwin Tirado por su negocio, junto con su visión, inmensa creatividad, dedicación y ansias de progreso han sido aspectos clave para su éxito, según el mismo indica. “El éxito y popularidad de *Don Frappé*, a pesar de los obstáculos, es digno ejemplo de a donde se puede llegar con pasión y esfuerzo de lucha por lo que se desea.” expresó Edwin Tirado en

Historia y Trasfondo Empresa Don Frappé



una entrevista realizada a su persona. La gran variedad de sabores de su producto, el ambiente familiar que ofrece el establecimiento, el servicio, calidad y costo del producto son algunos de los factores que diferencian a *Don Frappé* de cualquier otro establecimiento parecido. Al día de hoy podemos decir que *Don Frappé* se estableció como líder del mercado al ver que otros establecimientos comenzaron a imitar sus estrategias.

En el 2014, la experiencia de *Don Frappé* incluyó un restaurante de comida criolla selecta llamado *Don Maceta*. El mismo tiene el concepto de “traer el viejo San Juan ²al oeste”, por lo cual representa un ambiente sumamente puertorriqueño y único. Posteriormente, el joven empresario ha continuado trabajando en la construcción de otras áreas como la de comida ligera o tapas a la cual ha llamado *Pica Con El Don*. En un futuro, la visión del joven Edwin Tirado incluye el que *Don Frappé* sea la imagen de un pequeño pueblito rodeado por establecimientos vendedores de productos artesanales, donde las familias puertorriqueñas y visitantes puedan a ir a disfrutar juntos.



Situación Interna Actual de la Empresa

Don Frappé pasó de ser sólo una empresa dedicada a los frappes de frutas, nutella y otros sabores, para convertirse en un complejo comercial que ofrece variedad de áreas de comidas y áreas recreativas para toda la familia. Las áreas recreativas incluyen: un mini zipline llamado la torre del esbocao, área de go-karts, trampolines, casas de brincos, áreas para escalar, entre otras diversiones. Las áreas de comidas incluye: el restaurante *Don Maceta*, el área de comida liviana llamada *Pica con el Don*, y un “Food Truck” de pizzas de Cono. Además, cuenta con áreas de ventas de artesanías y otros productos misceláneos. Es relevante mencionar, que los servicios ofrecidos en las áreas recreativas, las mesas de ventas y el “Food Truck” no son manejados por la gerencia de *Don Frappé* ya que son áreas rentadas a otros empresarios. El joven Edwin Tirado no es propietario del terreno donde ha construido todas las facilidades de *Don Frappé* y sus expansiones y aunque ha hecho gestiones para comprarlo, los dueños del terreno no han accedido.

Basado en entrevistas realizadas al dueño y personal gerencial, podemos decir que *Don Frappé* cuenta con un buen sistema de contabilidad y manejo de los recursos humanos, ya que los empleados tienen tiempo trabajando para la empresa y muestran lealtad al negocio. Sin embargo, en el área gerencial hay espacio para mejorar. Entre los retos encontrados está el que

² El Viejo San Juan, es un icono de Puerto Rico y centro principal de atracción turística

Historia y Trasfondo Empresa Don Frappé



el Sr. Edwin Tirado es la persona que toma la mayor parte de las decisiones importantes de la empresa, por lo cual los demás gerentes dependen principalmente de él para su toma de decisiones. En cuanto al mercadeo depende principalmente de las promociones por las redes sociales, particularmente “Facebook” donde tiene más de 129,000 seguidores.

Con esta situación actual una de las decisiones que el Sr. Edwin Tirado está evaluando es la posibilidad de expandirse a través de localizaciones en otras partes de la isla de Puerto Rico y/o inclusive en la Florida, USA. Usted como estrategia de PYME como contestaría las preguntas siguientes :

1. ¿Qué estrategias de crecimiento usted puede identificar que han sido utilizadas por el propietario de *Don Frappé* hasta este momento? Explique sus respuestas.
2. ¿Qué estrategias usted le recomendaría al Sr. Tirado que debiera considerar para seguir creciendo? Explique y fundamente sus recomendaciones.
3. ¿Qué usted le recomendaría referente a las alternativas que el dueño está ponderando de localizarse en otras partes de P.R. y/o en la Florida, USA?

Fotos de la Actualidad





Nota aclaratoria:

El desarrollo de este caso de estudio ha sido posible gracias al apoyo financiero del **Citibank y la Fundación Comunitaria de Puerto Rico** con el propósito de aumentar los recursos didácticos al alcance de empresarios, educadores y promotores del desarrollo económico comunitario en la Isla.

Este caso educativo fue redactado con el permiso del Sr. Edwin Tirado. Los datos del caso se obtuvieron primordialmente a través de una entrevista hecha por la Dra. Moraima De Hoyos-Ruperto al Sr. Edwin Tirado, realizada el 26 de septiembre de 2014. Este mismo día se tomó el video que fue posteriormente editado para acortar el tiempo de exposición y puntualizar los detalles necesarios para el video-caso. Otros recursos utilizados fueron artículos publicados en El Nuevo Día, la página oficial de Don Frappé y la página oficial de Facebook de Don Frappé y Don Maceta. Las imágenes se obtuvieron de la página oficial y las páginas de Facebook, además de fotos tomadas durante la entrevista. La línea de tiempo y algunos otros detalles y fotos fueron tomados del escrito realizado por Diego Garriga, Sofía Rodríguez, Fernando Torres y Marina Vega como parte del proyecto “Entrevista a un Empresario” del Curso ADMI 3155: Creatividad e Innovación en el 2013. Haniel Cordero, estudiante graduado de ADEM-RUM estuvo a cargo de la edición del video caso y Jorge Colón de la edición final del escrito.

La versión en video cuenta con 7 minutos de grabación editada y está disponible a solicitud directa a la autora de este caso al correo electrónico: moraima.dehoyos1@upr.edu.



Notas para el Educador:

El tema a discutirse a través de este caso son las alternativas de estrategias de cambio y crecimiento disponibles para una Pequeña y Mediana Empresa (PYME). Para contextualizarse con las 14 estrategias de crecimiento que pueden ser consideradas en este caso puede leer el material en línea del Seminario de Teoría Administrativa de la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, Facultad de Ciencias y Administración del Programa de Administración de Empresas. Profesor Germán Albeiro Castaño Duque.

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo5/Pages/5.1/51Objetivos.htm>

Para tener más información de la empresa pueden acceder los siguientes enlaces:

- ▶ <http://www.donfrappe-pr.com/>
- ▶ <https://www.facebook.com/pages/Don-Frapp%C3%A9/401962866502799>
- ▶ <https://www.facebook.com/DonMaceta>
- ▶ <http://www.elnuevodia.com/emprendenconempenoyperseverancia-1261154.html>
- ▶ <http://www.elnuevodia.com/elviejosanjuansemudaalareaoeste-1730195.html>

Resumen

El joven Edwin Tirado es el propietario de la corporación Charlotte's Sweets & Frappe, Inc. mejor conocida por *Don Frappé* el cual actualmente se encuentra ubicado en una de las carreteras principales del pueblo de Añasco, Puerto Rico. Estando en su tercer año en la Universidad de Puerto Rico (UPR)-Recinto de Mayagüez, Edwin tuvo la necesidad de idear un medio de generar ingresos por la inesperada llegada de una hija. Fue entonces que nació Charlotte's Sweets & Frappe, Inc., en el 2009. En ese momento Edwin Tirado y su entonces novia, se mudaron para el municipio de Naranjito, para continuar estudios en la UPR, Recinto de Bayamón y estar más cerca de sus respectivas familias. Charlotte's Sweets se dedicaba principalmente a la venta de dulces de pastelería y bizcochos. En el 2010, Edwin regresa a estudiar en la UPR-Mayagüez, razón por la cual se reubican en el pueblo de Añasco. Con la ayuda de su abuela, compró su primer carretón pequeño. En este tiempo, se decide añadir los frappés como producto principal para vender. Sin embargo, los diferentes sabores de frappé fueron evolucionando y comenzaron a incluir sabores modernos, como los de Oreo y Cameo. Por sugerencia de un cliente (un niño) crearon el frappé de Nutella, el cual pasó a ser su

Historia y Trasfondo Empresa Don Frappé



producto más exitoso y por el cual aún siguen siendo reconocidos y diferenciados. En el mes de diciembre del 2010 recibieron unos fondos del gobierno federal destinado para ayudar a PYMES por la cantidad de \$14,000. En mayo del 2011 Don Frappé abre sus puertas en su nueva localización, cerca de un McDonald's. En el mes de diciembre del mismo año, los vecinos del área los demandaron por el volumen de personas que había en el área y les cerraron el negocio, perdiendo así todo el inventario que tenían. En febrero del año 2012 abrieron en una nueva localización, en una carretera principal de Puerto Rico, la cual es su localización actual. Se decide por el nombre de Don Frappé, porque entiende que un "Don" implica experiencia y sabiduría y eso es lo que el ofrece haciendo los mejores frappés. Luego para el año 2014 el empresario Edwin Tirado decidió expandir su negocio y estableció un restaurante conocido actualmente como Don Maceta. En este momento también está trabajando en la implementación de un área de comida más liviana de Tapas o Picadera que ha nombrado *Pica Con El Don*. En un futuro, la visión del Sr. Edwin Tirado incluye el que *Don Frappé* sea la imagen de un pequeño pueblito rodeado por establecimientos vendedores de productos artesanales, donde las familias puedan ir a disfrutar juntos.

Misión de Don Frappé

Brindarles la mejor gastronomía, al mejor precio, en el mejor ambiente familiar con mucha diversión para que toda la familia de Puerto Rico pueda vivir la experiencia del Pueblito del Don.

Visión de Don Frappé

La visión de Don Frappé consiste en ofrecer la mejor gastronomía, excelente servicio y mucha diversión, con amor, y sobre todo accesible a todos nuestros visitantes.

Situación Interna Actual de la Empresa

Don Frappé pasó de ser solo una empresa dedicada a los frappes de frutas, nutella y otros sabores, para convertirse en un complejo comercial que ofrece variedad de áreas de comidas y áreas recreativas para toda la familia. Las áreas recreativas incluyen: un mini zipline llamado la torre del esbocao, área de go-karts, trampolines, casas de brincos, áreas para escalar, entre otras diversiones. Las áreas de comidas incluye: el restaurante *Don Maceta*, el área de comida liviana llamada *Pica con el Don*, y un "Food Truck" de pizzas de Cono. Además, cuenta con áreas de ventas de artesanías y otros productos misceláneos. Es relevante mencionar, que los

Historia y Trasfondo Empresa Don Frappé



servicios ofrecidos en las áreas recreativas, las mesas de ventas y el “Food Truck” no son manejados por la gerencia de *Don Frappé* ya que son áreas rentadas a otros empresarios. El joven Edwin Tirado no es propietario del terreno donde ha construido todas las facilidades de *Don Frappé* y sus expansiones. Aunque ha hecho gestiones para comprarlo los dueños del terreno no han accedido.

Basado en entrevistas realizadas al dueño y personal gerencial, podemos decir que *Don Frappé* cuenta con un buen sistema de contabilidad y manejo de los recursos humanos, ya que los empleados tienen tiempo trabajando para la empresa y muestran lealtad al negocio. Sin embargo, en el área gerencial hay espacio para mejorar. Entre los retos encontrados está el que el Sr. Edwin Tirado es la persona que toma la mayor parte de las decisiones importantes de la empresa, por lo cual los demás gerentes dependen principalmente de él para su toma de decisiones. En cuanto al mercadeo depende principalmente de las promociones por las redes sociales, particularmente “Facebook” donde tiene más de 129,000 seguidores.

Con esta situación actual una de las decisiones que el Sr. Edwin Tirado está evaluando es la posibilidad de expandirse a través de localizaciones en otras partes de la isla de Puerto Rico y/o inclusive en la Florida, USA. Usted como estratega de PYME:

1. ¿Qué estrategias de crecimiento usted puede identificar que han sido utilizadas por el propietario de *Don Frappé* hasta este momento? Explique sus respuestas.
2. ¿Qué estrategias usted le recomendaría al Sr. Tirado que debiera considerar para seguir creciendo? Explique y fundamente sus recomendaciones.
3. ¿Qué usted le recomendaría referente a las alternativas que el dueño está ponderando de localizarse en otras partes de P.R. y/o en la Florida, USA?



Diapositivas para la discusión del Caso:



1

Agradecimientos

- ▶ El desarrollo de este caso de estudio ha sido posible gracias al apoyo financiero del Citibank y la Fundación Comunitaria de Puerto Rico con el propósito de aumentar los recursos didácticos al alcance de empresarios, educadores y promotores del desarrollo económico comunitario en la Isla.
- ▶ La colaboración de los estudiantes graduados Haniel Cordero quien se encargó de la edición del video caso y Jorge Colón quien colaboró en la edición del escrito.
- ▶ La colaboración del Sr. Edwin Tirado, propietario de Don Frappe quien muy amablemente sacó de su muy valioso tiempo para dialogar con nosotros.

2

Descripción de Don Frappe



- Es un pequeño negocio puertorriqueño que se dedica a confeccionar deliciosos “frappes” de frutas y de dulces
- Su misión es brindar calidad y satisfacción al cliente mediante una rica bebida refrescante en un ambiente familiar
- Es catalogado como uno de los mejores lugares o el mejor actualmente de ofrecer Frappe en toda la isla

3

Resumen de la Historia

Historia



4

Fotos de las Facilidades y el Empresario en la Actualidad

5

6



Estrategias de crecimiento

- ▶ Hay 14 alternativas de estrategias por las cuales una empresa pudiera optar.
- ▶ Dichas opciones estratégicas se definen o clasifican en 4 grupos importantes

7

8



Cont. Diapositivas

4 Grupos de Estrategias

1. **INTENSIVAS:** Penetración en el mercado, desarrollo del mercado y desarrollo del producto.
2. **INTEGRATIVAS:** Integración hacia delante, integración hacia atrás e integración horizontal.
3. **DIVERSIFICADAS:** Diversificación concéntrica, diversificación de conglomerado y diversificación horizontal.
4. **OTRAS:** Asociaciones, reducción, desposeimiento, liquidación y combinación.

9

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN
INTENSIVAS:	
Desarrollo de mercado	Introducción de productos actuales a nuevas áreas geográficas.
Desarrollo de producto	Buscar mayores ventas mejorando o modificando (desarrollando) el producto actual.
Penetración en el mercado	Buscar mayor participación en el mercado para los productos actuales en los mercados existentes, mediante mayores esfuerzos de mercadeo.

10

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN
INTEGRATIVAS:	
Integración hacia atrás	Buscar la propiedad o un mayor control sobre proveedores.
Integración horizontal	Buscar la propiedad o mayor control de los competidores.
Integración hacia adelante	Ganar la propiedad o un mayor control sobre distribuidores o detallistas.

11

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN
DIVERSIFICADAS:	
Diversificación de conglomerados	Añadir nuevos productos no relacionados.
Diversificación horizontal	Añadir productos nuevos no relacionados para clientes actuales.
Diversificación concéntrica	Añadir nuevos productos pero relacionados

12

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN
OTRAS:	
Reducción	Una empresa que se reestructura mediante reducción de costos y de activos para disminuir declinación en ventas.
Desposeimiento	Venta de una división o parte de una organización.
Liquidación	Venta de todos los activos de la empresa, por partes, por su valor tangible.
Combinación	Una organización que sigue dos o más estrategias simultáneamente.
Asociaciones	Una empresa que trabaja con otra en un proyecto especial.

13

Actividad Grupal

14

Instrucciones:

- ▶ De la lista adjunta identifique con una X las estrategias de crecimiento que usted puede identificar que ha utilizado el propietario de Don Frappé.
- ▶ Luego marque con un * aquellas estrategias que usted le recomendaría debiera considerar para seguir creciendo.
- ▶ Durante la discusión grupal deberá explicar el porqué de sus recomendaciones.

15

Hoja de Trabajo

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN
INTEGRATIVAS:	
Integración hacia atrás	Buscar un mayor control sobre proveedores.
Integración hacia adelante	Ganar un mayor control sobre distribuidores o detallistas.
Integración horizontal	Buscar mayor control de los competidores.
INTENSIVAS:	
Desarrollo de mercado	Introducción de productos actuales a nuevas áreas geográficas.
Penetración en el mercado	Buscar mayor participación en el mercado para los productos actuales en los mercados existentes, mediante mayores esfuerzos de mercadeo.
Desarrollo de producto	Buscar mayores ventas mejorando o modificando (desarrollando) el producto actual.
DIVERSIFICADAS:	
Diversificación concéntrica	Añadir nuevos productos pero relacionados
Diversificación de conglomerados	Añadir nuevos productos no relacionados.
Diversificación horizontal	Añadir productos nuevos no relacionados para clientes actuales.
OTRAS:	
Reducción	Una empresa que se reestructura mediante reducción de costos y de activos para disminuir declinación en ventas.
Desposeimiento	Venta de una división o parte de una organización.
Liquidación	Venta de todos los activos de la empresa, por partes, por su valor tangible.
Combinación	Una organización que sigue dos o más estrategias simultáneamente.
Asociaciones	Una empresa que trabaja con otra en un proyecto especial.

16



Cont. Diapositivas

17

Discusión en Grupo de los Resultados

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN
Integración hacia adelante	Ganar la propiedad o un mayor control sobre distribuidores o detallistas.
Integración hacia atrás	Buscar la propiedad o un mayor control sobre proveedores.
Integración horizontal	Buscar la propiedad o mayor control de los competidores.
Penetración en el mercado	Buscar mayor participación en el mercado para los productos actuales en los mercados existentes, mediante mayores esfuerzos de mercadeo.
Desarrollo de mercado	Introducción de productos actuales a nuevas áreas geográficas.
Desarrollo de producto	Buscar mayores ventas mejorando o modificando (desarrollando) el producto actual.
Diversificación concéntrica	Añadir nuevos productos pero relacionados.
Diversificación de conglomerados	Añadir nuevos productos no relacionados.
Diversificación horizontal	Añadir productos nuevos no relacionados para clientes actuales.
Asociaciones	Una empresa que trabaja con otra en un proyecto especial.
Reducción	Una empresa que se reestructura mediante reducción de costos y de activos para disminuir declinación en ventas.
Desposeimiento	Venta de una división o parte de una organización.
Liquidación	Venta de todos los activos de la empresa, por partes, por su valor tangible.
Combinación	Una organización que sigue dos o más estrategias simultáneamente.

18

19

Referencias

- ▶ Entrevista realizada por la Dra. Moraima De Hoyos-Ruperto al Sr. Edwin Tirado el 26 de septiembre de 2014.
- ▶ <http://www.donfrappe-pr.com/>
- ▶ <https://www.facebook.com/pages/Don-Frapp%C3%A9/401962866502799>
- ▶ <https://www.facebook.com/DonMaceta>
- ▶ Material en línea del Seminario de Teoría Administrativa de la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales, Facultad de Ciencias y Administración del Programa de Administración de Empresas. Profesor Germán Albeiro Castaño Duque.
- ▶ <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo5/Pages/5.1/51Objetivos.htm>



Actividad Grupal para la Ejecución y Discusión en Salón de Clases:

De la lista adjunta identifique con una **X** las estrategias de crecimiento que usted puede identificar que ha utilizado el propietario de *Don Frappé*. Luego marque con un ***** aquellas estrategias que usted le recomendaría debiera considerar para seguir creciendo. Durante la discusión grupal deberá explicar el porqué de su recomendación.

Estrategias Alternativas de Crecimiento Definidas:

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	
INTEGRATIVAS:		
Integración hacia atrás	Buscar un mayor control sobre proveedores.	
Integración hacia adelante	Ganar un mayor control sobre distribuidores o detallistas.	
Integración horizontal	Buscar mayor control de los competidores.	
INTENSIVAS:		
Desarrollo de mercado	Introducción de productos actuales a nuevas áreas geográficas.	
Penetración en el mercado	Buscar mayor participación en el mercado para los productos actuales en los mercados existentes, mediante mayores esfuerzos de mercadeo.	
Desarrollo de producto	Buscar mayores ventas mejorando o modificando (desarrollando) el producto actual.	
DIVERSIFICADAS:		
Diversificación concéntrica	Añadir nuevos productos pero relacionados	
Diversificación de conglomerados	Añadir nuevos productos no relacionados.	
Diversificación horizontal	Añadir productos nuevos no relacionados para clientes actuales.	
OTRAS:		
Reducción	Una empresa que se reestructura mediante reducción de costos y de activos para disminuir declinación en ventas.	
Desposeimiento	Venta de una división o parte de una organización.	
Liquidación	Venta de todos los activos de la empresa, por partes, por su valor tangible.	
Combinación	Una organización que sigue dos o más estrategias simultáneamente.	
Asociaciones	Una empresa que trabaja con otra en un proyecto especial.	



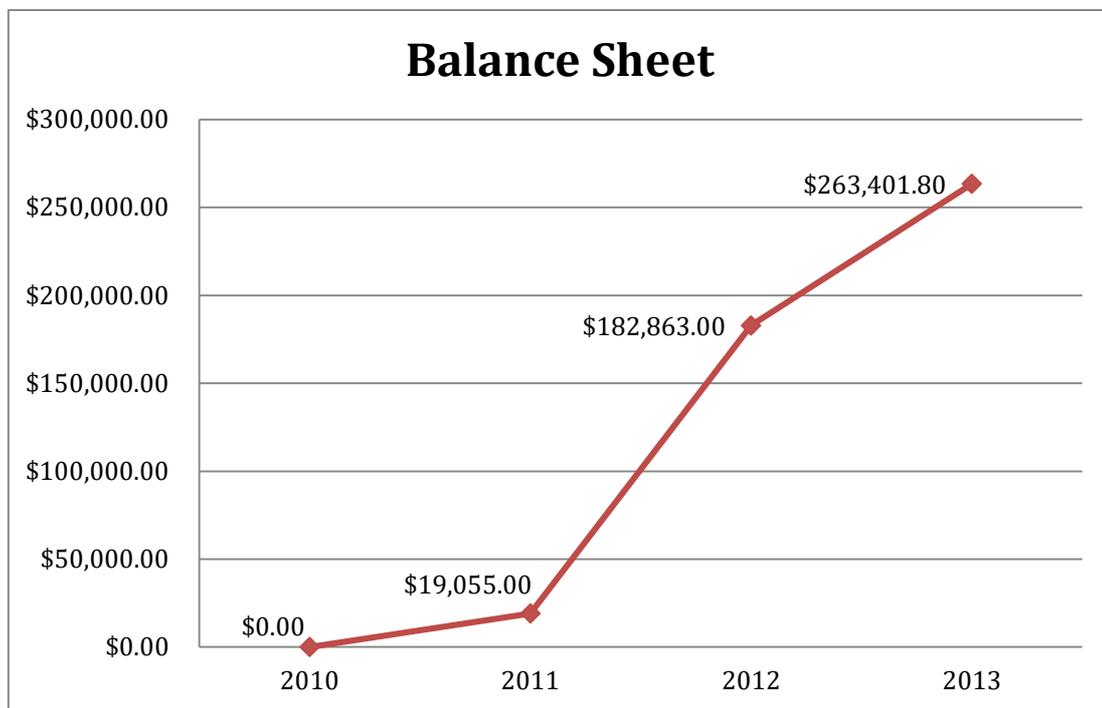
ANEJOS DE INFORMACIÓN ADICIONAL DE LA EMPRESA

A. Información de Corporación – Radicaciones Anuales

Charlotte's Sweets & Frappe, INC. - Don Frappé

Balance Sheet (Total assets and Total Liabilities and Stockholder's Equity)

2013	2012	2011	2010
\$263,401.80	\$182,863.00	\$19,055.00	\$0.00



https://prcorpfilings.f1hst.com/CorpInfo/CorpInfoAnnualFilings.aspx?SELECTED_ITEM=SUMMARY



B. Registros de Marcas y Nombres Comerciales


Estado Libre Asociado de Puerto Rico

[Inicio](#) | [PR.DOS](#) | [Contacto](#) |  [English](#) |  [Ayuda](#) | [Número de Referencia](#)

Registro de Marcas y Nombres Comerciales

Bienvenido(a) **Invitado** [[Iniciar sesión](#)]

Inicio
Buscar
Iniciar sesión

[Regresar a resultados de búsqueda](#)
 Con el propósito de someter una presentación, iniciar sesión es requerido. Si usted no ha iniciado la sesión el sistema lo enviará a la página de Iniciar Sesión. Seleccione del listado a continuación y presione el botón de 'Siguiente' para continuar.

Solicito presentar lo siguiente: Seleccione Transacción, Certificado, Período de Gracia o Prórroga Siguiente

Resumen de Marca - Número de Presentación 77983

Marca	
Tipo de Solicitud	Marca
Tipo de Marca	Diseño
Marca	
Estatus	En Evaluación
Elementos Literales	
Idioma de Traducción	
Traducción de componente(s) de la marca	
Descripción	Silüeta de una fresa color verde y roja con una especie de mordida y puntos rojos en el centro. Palabra don color dorada con le
Reclamo de Colores	N/A
Renuncia de elementos no registrable(s)	N/A
Misceláneos	
Número de Presentación	77983
Fecha de Presentación	23-sep-2011 08:37 p.m.
Fecha de Expiración	
Número de Registro	
Fecha de Última Actualización	14-mar-2014 04:51 p.m.
Bienes y Servicios	
Clase	Clase 43
Bienes y Servicios	Restaurant services featuring {frappes, shakes and food}
Base de Uso	En uso
Usada en el Comercio Desde	01-jul-2011
Descripción del Espécimen	
Archivo de Espécimen	
Dueño(s)	
Nombre	CHARLOTTE'S SWEETS & FRAPPE INC

Cancelar
Ver Detalles



<https://prtmfiling.f1hst.com/TrademarkSearch/Details?tm=93595&fn=77983>

HISTORIA



2009

- Embarazo
- Charlotte's Sweets, Naranjito

Frappé de Nutella



Mayo 2011

- Abre Don Frappe en Añasco



Febrero 2012

- Don Frappe abre en nueva localización en Añasco



Agosto 2010
• Establece carrito Charlotte's Sweets en Rincón con ayuda de abuela

Diciembre 2010
• \$14,000 fondos ARRA

Diciembre 2011
• Vecinos del área demandan y cierra establecimiento

2014
• Don Maceta

