

YAM YAM!

BEBE FELIZ

PRESENTADO POR: GONZALEZ CARVAJALINO NACARI -

JIMENEZ CASTAÑEDA LIESEL PAOLA -

MORALES URUETA GERARD JASON

3° Semestre de Administración de Empresas Agroindustriales

PRESENTADO A:

GERMAN STIVEN SARMIENTO

CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

REGIONAL MAGDALENA

2020 B

Yam Yam!
Yam Yam!
Bebé feliz

TABLA DE CONTENIDO.

	Paginas
RESUMEN EJECUTIVO	4
COMPROMISOS DE AUTOR	5
INTRODUCCIÓN	8
OBJETIVOS	9
CLAVE PARA EL ÉXITO	10
ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO	11
PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	11
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	12
TEORÍA DE VALOR COMPARTIDO	13
ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO	14
Político	14
Económico, Social, Tecnológicos, Ecológico, Legal	15
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	16
ÁRBOL PROBLEMA	17
ÁRBOL DE OBJETIVOS	17
PREGUNTA PROBLEMA	18
PIRÁMIDE MASLOW	19
TÉCNICA DE IDEACIÓN	20
ESTRUCTURA DE LA IDEA	21
COMPETENCIA	23
¿En Qué Se Parecen?	23
¿En Qué Nos Diferenciamos?	23
FUERZAS DE LA INDUSTRIA	24
Contextualización De La Empresa	24
Análisis De La Demanda	24
Análisis De La Oferta	25
Análisis De La Comercializadora	26
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	27
¿Qué bondades ofrece mi producto?	28
BUYER PERSONA	29
PROPUESTA DE VALOR	30

Perfil del cliente	30
Mapa de Valor	31
DISEÑO DEL PRODUCTO	32
Definición Estratégica	32
Diseño de Conceptos	33
Diseño del Detalle	33
Validación y verificación	34
Producción	34
Ficha Técnica del producto	35
PROTOTIPO	36
MODELO RUNNING LEAN	37
VALIDACIÓN DE NEGOCIO	38
INVESTIGACION DE MERCADO	39
TABULACION	41
Tamaño De La Muestra	41
Tabulación Y Análisis De La Información	42
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
BIBLIOGRAFIA	46

RESUMEN EJECUTIVOS

Tenemos el gusto de presentarles un nuevo producto 100% natural a base Batata, Camote o Patata Dulce a nuestros consumidores el cual es un tubérculo considerado como un superalimento y es menospreciado o no tenido en cuenta en la canasta familiar; Hemos observado que gran parte de la niñez en especial la que abarca las edades de 0 a 5 años presenta desnutrición y/o carece de algunos macronutrientes, vitaminas y minerales y viendo la economía actual que tiene nuestro país ha nacido YAM YAM! Bebé Feliz que es un producto a bajo costo al alcance de todos y que suple las carencias alimentarias de los niños de las edades antes mencionadas para un crecimiento tanto físico como emocional ya que fortalece el sistema nervioso, el sistema óseo y previene enfermedades como son las anemias, regula los niveles de azúcar para evitar obesidad, contiene todo el esqueje del complejo B y sobre todo Fortalece el sistema inmunitario que hoy en día es esencial mantener las defensas en óptimo estado.

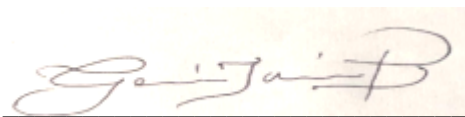
Este producto tiene lanzamiento como sede principal en la ciudad de Valledupar, Cesar luego de realizar un estudio de mercado en las ciudades de mayor impacto de desnutrición en el país como es en todo el territorio de la Guajira, Cesar y Magdalena puesto que es tierra de cultivo y que no es un producto de comercialización. Enfrentando nuevos retos que poco a poco solucionaremos día a día bajo los estándares de calidad y de compromiso en nuestra organización.

COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR

Yo, Gerard Jason Morales Urueta identificado con C.C 1.065.585.978 estudiante del programa Administración de Empresas Agroindustrial, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

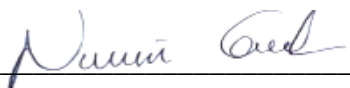
Firma: _____



COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR

Yo, Nacari González Carvajalino identificada con 1.082.995.801 estudiante del programa Administración de Empresas Agroindustrial, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

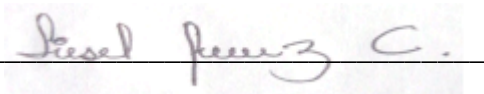
Firma: 

COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo, Liesel Paola Jiménez Castañeda identificada con C.C 1.193.042.131 estudiante del programa Administración de Empresas Agroindustrial, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: _____

Handwritten signature of Liesel Paola Jiménez Castañeda in cursive script, written in black ink on a light-colored background.

INTRODUCCIÓN.

YAM YAM! Bebe Feliz nace como una empresa de alimentos para suplir las necesidades alimentarias de los bebés y/o niños que padecen muchos hogares colombianos respecto a su nutrición básica. La idea de la empresa es la elaboración de un alimento Premium e innovador a base de batata dedicado especialmente a este grupo en particular ya que es un producto agrícola que posee propiedades nutricionales tales como el almidón (fuente de energía) proteínas, vitaminas como son vitamina A (Betacaroteno vitamina esencial para la piel) las vitaminas del complejo B (B1: distribuye los carbohidratos de forma correcta, B2: Importante para el crecimiento, desarrollo y funcionamiento de las células del organismo, B3: Ayuda a mantener sano la piel, el sistema digestivo y nervioso. B6: previene las anemias que son frecuente en niños y la B9: previene deficiencia en el sistema nervioso) vitamina C (aumenta el sistema inmunológico) y vitamina E (Contribuye a que los nervios y los músculos funcionen bien, previene la formación de coágulos de sangre y fortalece al sistema inmunitario.) fibra y minerales esenciales tales como el potasio, sodio, zinc, fósforo, manganeso, hierro y calcio.

De esta forma obtendremos bebés más sanos, mejor alimentados, fortalecidos y con buen ánimo, padres felices ya que este producto suple lo que otros productos les falta y a un precio apto para todas las familias colombianas ya que nuestra principal función como empresa alimentaria es llegar a todas las mesas colombianas y tener padres felices, bebés sanos y bebés felices.

Objetivo General

Dar a conocer nuestro producto innovador a nivel nacional y obtener posicionamiento y reconocimiento.

Objetivos específicos:

- 1.Crear un producto de calidad
- 2.Ser accesible en precios para el público en general
- 3.Identificar errores de la empresa
- 4.Planear el proceso de la elaboración del alimento

CLAVE PARA EL ÉXITO.

El éxito de nuestro negocio es en la elaboración de un producto innovador que no está en el mercado actual ya que se basa en un tubérculo muy nutritivo y que muchas familias no consumen de forma regular de esta forma consideramos que las claves para lograr el éxito son: Cumplir con nuestros objetivos tanto general con específicos, reconocer donde está nuestro mercado y suplir las necesidades de nuestros clientes, crear una forma nueva de competir ante el mercado posicionado actualmente y lo más importante creer en nosotros mismo, en nuestro personal de trabajo y en nuestro producto que le dará a nuestros clientes un producto Premium y accesible sin distinción de raza , sexo o estrato socioeconómico.

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿A qué se deben los altos índices de malnutrición infantil en el país?

La malnutrición infantil es el resultado de múltiples determinantes sociales de la salud, tanto estructural como proximal, la seguridad alimentaria depende de la capacidad económica que tengan las familias para poder obtener y consumir alimentos en adecuada cantidad y calidad; también de la capacidad de un país de autoabastecerse de alimentos.

En Colombia, la malnutrición es un problema de salud pública que afecta especialmente a los niños y niñas menores de cinco años, generando consecuencias a corto, mediano y largo plazo para el desarrollo físico y cognitivo, y que determinan el aumento en la oportunidad de aparición de enfermedades cardiovasculares en su edad adulta, así como mayor riesgo de obesidad, desenlaces que afectan la productividad económica de una región.

¿Cómo podemos bajar el índice de malnutrición infantil en el país?

La Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia (ENSIN) 2015, reportó que la alimentación en los niños mayores de 6 meses, se observó que los grupos de alimentos con menor consumo fueron las frutas y verduras, y los de mayor consumo fueron los cereales, tubérculos y las raíces, debido a esto se requiere brindar alimento rico en vitaminas y carbohidratos, que los bebés lo acepten por su buen sabor y textura.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

HAMBRE CERO

Desgraciadamente, el hambre y la desnutrición siguen siendo grandes obstáculos para el desarrollo de muchos países. Más de 90 millones de niños menores de cinco años tienen un peso peligrosamente bajo. La desnutrición y la inseguridad alimentaria. Debido a esto nuestro proyecto busca crear métodos para mitigar la desnutrición infantil, donde podamos velar por una alimentación suficiente y nutritiva. Esta tarea implica promover prácticas agrícolas sostenibles a través del apoyo a los pequeños agricultores y el acceso igualitario a la tierra.

SALUD Y BIENESTAR

Tener un protocolo en la producción del alimento con los mejores estándares de calidad, implementando protocolo de bioseguridad en la cosecha y poscosecha de la batata, en los terrenos de cultivo para así tener un alimento óptimo para el consumidor y garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos nuestros niños.

TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONOMICO

Estimular el crecimiento económico sostenible mediante la creación de empleo, así como también las medidas eficaces para erradicar el trabajo forzoso, la esclavitud y el tráfico humano. Con estas metas en consideración, el objetivo es lograr empleo pleno y productivo y un trabajo decente para todos los hombres y mujeres.

TEORIA DE VALOR COMPARTIDO

Mediante esta teoría podemos concientizar a los padres de familia a cómo promover hábitos de alimentación saludable en los niños, motivándolos a desarrollar ideas:

- Invitando a los niños a que conozcan el alimento que van a consumir, así lograr reconocer qué alimento es saludable para su desarrollo nutricional
- Compartir en familia el consumo de alimentos, enseñarles porque es importante tener una buena alimentación.
- Hacer que la comida sea algo divertido para los niños. En edades tempranas, identificar formas, colores, sabores, tamaños y otro tipo de características en la comida; esto ayudará que nuestros hijos pueden descubrir que la comida, además de aportarnos nutrientes, es muy divertida.

ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

❖ POLÍTICO

El TLC con los Estados Unidos, en la medición de las transferencias al sector agropecuario colombiano es importante no sólo para analizar las prioridades de la política sectorial y evaluar sus costos y definir parámetros concretos de la estrategia negociadora, sino además para compararlas con las transferencias que reciben los agricultores de otros países.

Para poder de brindar un gran producto alimenticio con la mayor calidad posible, y garantizar la acogida en nuestros consumidores, debemos tener estándares de calidad que nos permitan ser más competitivos; los cuales tenemos:

- Resolución 2674 que establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos.
- La Resolución 719 de 2015 establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo al riesgo para la salud público que estos pueden presentar.
- La norma ISO 9001, es la que garantiza la calidad total de nuestro producto, es decir un producto inocuo, y bien procesado, para brindarle confianza al cliente.

❖ **ECONÓMICO**

Dado a que pertenecemos al sector de agricultura podemos ver que entre el 2020-1 2019-1 este sector ha crecido un 6.8% (DANE), un sector que está comprometido en el cultivo de la batata es AGROSAVIA (Antes llamado Corpoica) empresa del gobierno que se especializa en la investigación de todo el sector agro en el país.

❖ **SOCIAL**

El producto va dirigido a niños desde 0 - 4 años de edad ya que se encuentran en la etapa más importante de su crecimiento y es donde el niño asimila y aprende del mundo que lo rodea, tanto su sistema nervioso y su locomoción se desarrolla es importante darles una buena alimentación.

❖ **TECNOLÓGICOS**

Los avances tecnológicos que han beneficiado al sector agrícola han sido la revolución de la biotecnología, que dio origen a los organismos genéticamente modificados, aplicándolos principalmente en cultivos de hortalizas, tubérculos y granos; enfocado a la resistencia de plagas, enfermedades, disminución de costos o aumento en la producción.

❖ **ECOLÓGICO**

La idea es fomentar alimentos sostenibles, producidos mediante la agricultura, es decir utilizando técnicas que no dañen el medio ambiente y que conserven las tierras de los cultivos, que sean más justos económicamente para los productores y respalden las comunidades agrícolas locales.

❖ **LEGAL**

Manipulación de alimentos, registro sanitario INVIMA.
Sistema de Gestión de Calidad, Norma ISO 9001

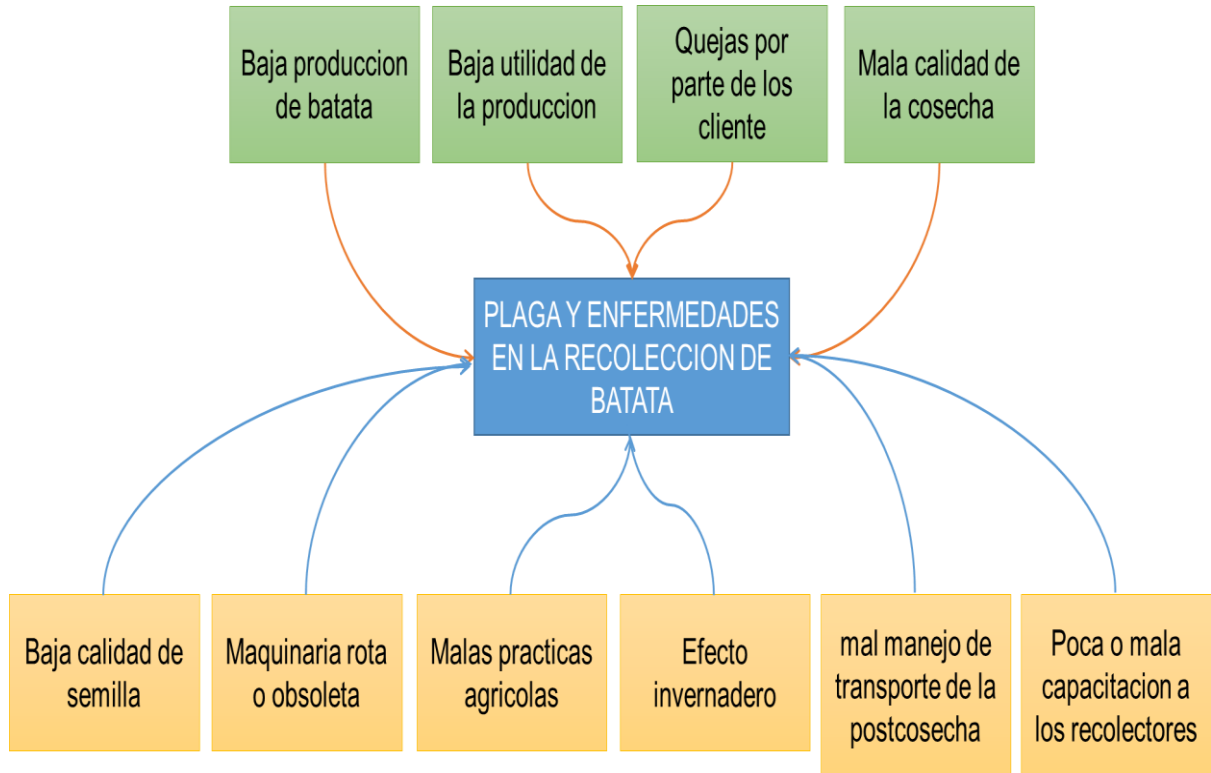
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Tabla 1.

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	DEFICIENCIA NUTRICIONAL A NIVEL LOCAL	PLAGAS Y ENFERMEDADES EN LA COSECHA DE BATATAS	MAL MANEJO DE DISTRIBUCION DEL PRODUCTO
Conocimiento o experiencia	5	5	1
Asesoramiento de un experto (si se requiere ¿lo tenemos?	5	5	1
Alcance (Técnico ¿Tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución	5	5	1
tiempo posible solución	1	5	5
costo (posible solución)	5	5	5
impacto ¿es trascendental? ¿Cómo representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto le llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	31	35	23

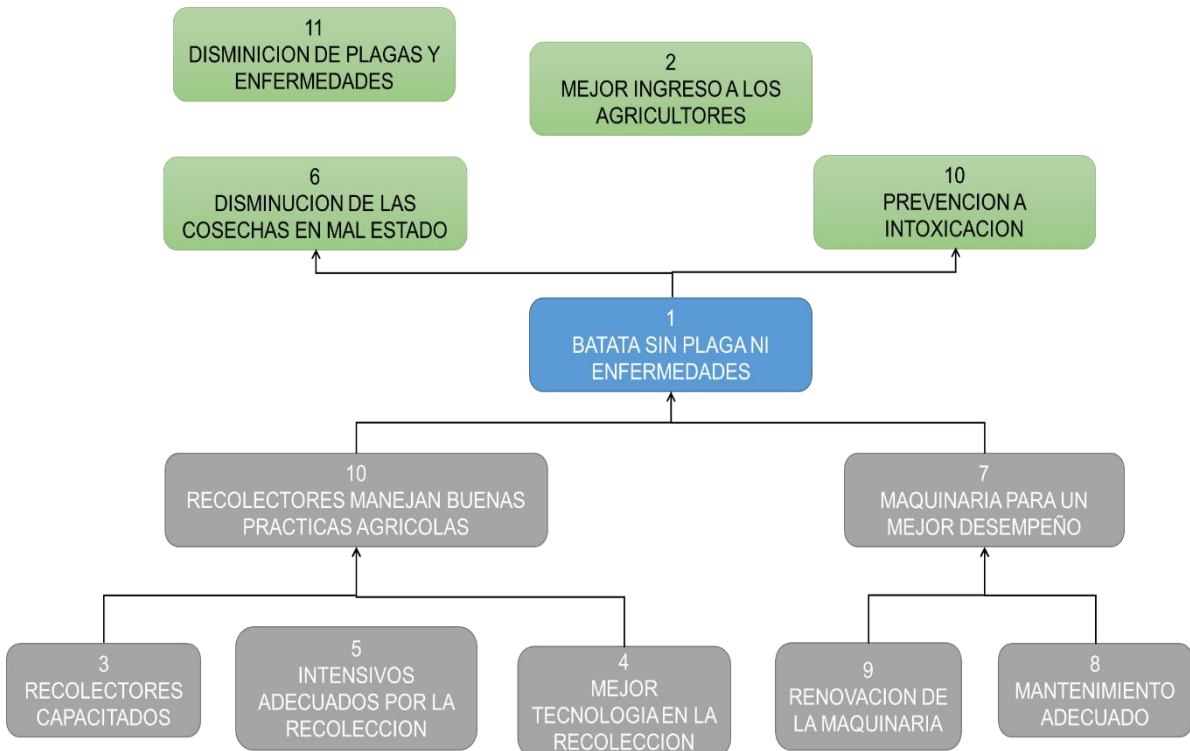
ARBOL PROBLEMA

Grafica 1. Identificación del problema



ÁRBOL DE OBJETIVOS

Grafica 2. Identificación de objetivo



PREGUNTA PROBLEMA

PREGUNTA CENTRAL: MAL MANEJO EN LA COSECHA DE BATATA

PREGUNTA PROBLEMA: ¿cómo lograr una buena cosecha y poscosecha de batata para que no se deteriore y así aprovechar las fuentes nutricionales de este tubérculo para la creación de un producto en polvo para suplir las deficiencias en la dieta de los bebés?

PIRAMIDE MASLOW

Nos encontramos en la primera categoría la A la cual es necesidades fisiológicas o básicas: en las cuales está comprometida la alimentación, mantenimiento de salud entre otros ya que nuestro proyecto se basa en la creación de un producto en polvo para suplir las deficiencias nutricionales de bebés y así poder crecer de manera saludable

TÉCNICA DE IDEACIÓN

Tabla 2. Matrices combinatorias de la idea

CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPONENTES					
ELEMENTO DEL PRODUCTO	FRASCO O EMPAQUE	OLOR	SABOR	COLOR	ETIQUETA
BLANCO				X	
MULTICOLOR	X				X
VAINILLA		X	X		
BIODEGRADABLE	X				X

Tabla 3. Autoevaluación de la idea de negocio

INTERÉS/ DISPOSICIÓN AFIRMACIÓN	ESCALA DE VALORACIÓN						
	F	1	2	3	4	5	V
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que siempre he querido hacer							X
No me incomodaría decirles a otros que me dedico a esta actividad							X
Estoy dispuesta a dedicar tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio					X		
Considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando		X					

INTERPRETACIÓN DEL PUNTAJE TOTAL	A	x	B	=	C
Total, de afirmaciones valoradas en 1	0		1		0
Total, de afirmaciones valoradas en 2	1		2		2
Total, de afirmaciones valoradas en 3	0		3		0
Total, de afirmaciones valoradas en 4	1		4		4
Total, de afirmaciones valoradas en 5	2		5		10

PUNTAJE TOTAL	16
----------------------	-----------

De 20 a 15 pts= Tiene UD una idea de negocio que le interesa realmente continúe analizándola

ESTRUCTURA DE LA IDEA

Tabla 3.

¿Cuál es el producto o servicio?	Alimento en polvo a base de batata para bebés
¿Quién es el cliente potencial?	Madres que tengan bebes con malnutrición desde la leve a la crónica e incluso carencias de vitaminas y minerales
¿Cuál es la necesidad?	Incorpora al bebe a su peso ideal nutriendo y fortaleciendo el sistema inmunológico
¿Cómo funciona el producto o servicio?	El producto funciona desde el primer día de suministrarle al bebe la dosis adecuada nutriendo desde las células hasta el sistema nervioso e inmunológico
¿Por qué lo preferirían?	porque es un producto natural, orgánico y funcional que alimenta e incorpora a una buena salud tanto física y mental a un bebe que carece de nutriente para estar fortalecido

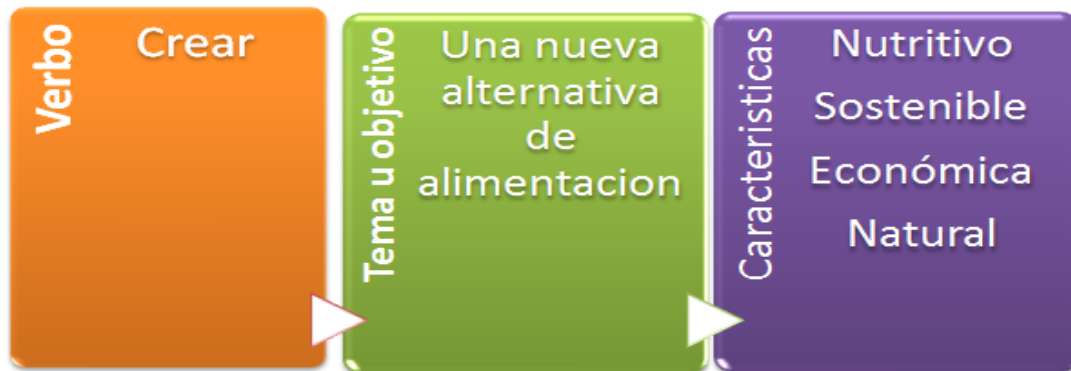


Tabla 4. Estrategia de innovación

IDEA DE NEGOCIO	ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN	IDEA INNOVADORA
Alimento a base de batata en polvo	Alimento hecho con batata cultivada orgánicamente y envasada en material biodegradable en presentación en polvo para mayor absorción de los nutrientes	por la compra de al por mayor se le obsequia se le obsequia al cliente asesoramiento y/o consulta con un pediatra
Alimento a base de batata líquido	Alimento hecho con batata cultivada orgánicamente y envasada en material biodegradable en presentación líquida para una mayor facilidad de ingerirlo y aumenta la absorción de nutrientes	por la compra al por mayor se le obsequia al cliente productos para el cuidado del bebe por un mes

Por cada compra de nuestros productos el 20% del costo del producto será donado a fundaciones que se dediquen al bienestar de la niñez y a fundaciones que mejoran la productividad del campesino.

COMPETENCIA

IDEA DE NEGOCIO	COMPETENCIA
Alimento 100% orgánico de batata en presentación en polvo y líquida	NESTLÉ ALPINA

¿EN QUÉ SE PARECEN?

Nos parecemos en que somos empresa de alimentos dedicada a elaborar comida de fácil preparación para bebés

¿EN QUÉ NOS DIFERENCIAMOS?

En que nuestra empresa se dedica en la alimentación 100% orgánica con batata seleccionadas de la mejor calidad para garantizar a nuestros clientes una alimentación 100% saludable y la absorción de nuestro producto sea de mayor y fácil asimilación en el organismo del bebé y nuestro producto este envasado con productos biodegradable para devolver a la madre tierra ese recurso prestado para la fabricación de nuestro producto.

FUERZAS DE LA INDUSTRIA

CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA

- **Nombre de la empresa:** ¡YAM YAM! Bebe feliz
- **Actividad económica:** Agroindustrial
- **Tamaño:** Pequeña empresa
- **Lugar de ubicación:** Departamento del cesar, capital Valledupar

ANALISIS DE LA DEMANDA

De acuerdo a una encuesta realizada pudimos darnos cuenta que nuestro producto va dirigido a una población de mujeres de entre 20 a 35 años que tienen a sus niños en entre 0 a 5 años de edad, y se encuentran muy preocupadas por la nutrición de sus hijos, además son mujeres que se encuentran en el ámbito laboral y no cuentan con la facilidad de estar todo el día pendiente de que sus hijos tengan una alimentación balanceada rica en vitaminas y nutrientes para su buen desarrollo nutricional.

Esta población piensa que la manera más saludable de alimentación es a base de productos 100% naturales, que sean traídos del campo, pero debido a tantos nuevos productos que salen al mercado se han olvidado de lo más importante que es el desarrollo nutricional y matriz de los niños.

Gracias a estas estadísticas pudimos comprobar que estamos en un mercado del más del 50% de la población y que cada día crece más; debido a la preocupación de malnutrición que enfrenta el país.

ANALISIS DE LA OFERTA

Entre nuestros competidores más próximos e importante tenemos a NESTLE y ALPINA, que son empresas que elaboran productos cada vez más divertidos, prácticos, nutritivos y con buen sabor, y en los últimos años ha crecido un 44% en sus ventas gracias a productos como: compotas, cereales infantiles, papillas, entre otras.

Estas empresas estas empresas tiene un alto porcentaje de venta y posicionamiento a nivel mundial ya que sus productos son muy apetecidos por madres que se encuentran en la búsqueda de alimentos sanos para sus hijos.

Tabla 5. Características de la oferta.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
NESTLE Nestlé Baby	Papillas de cereales	\$ 12.500 \$ 18.000	Innovación y renovación, (entregar productos de alta calidad)	Cesar Magdalena
ALPINA Alpina Baby GÜ	Papilla de cereales	\$2.500 \$3.000	Innovación y renovación, (entregar productos de alta calidad)	Cesar Magdalena

ANALISIS DE LA COMERCIALIZADORA

- **Importancia de la batata a nivel mundial.**

Tenemos un índice alto de comercialización de nuestra materia prima ya que el quinto alimento más importante en los países en vía desarrollo (arroz, trigo, maíz y yuca) y se cultiva en más de 100 naciones con una producción global que supera a los 130 millones de toneladas. Ocupa el tercer lugar en el registro mundial en la producción de raíces y tubérculos, después de la papa y la yuca.

CÓMO ESTÁ EL MERCADO DE LA BATATA

PRODUCCIÓN

Departamento	2017		2018		
	Area (ha)	Produccion (ton)	Rendimiento (ha/ton)	Produccion Nacional (ton)	Area Nacional (ha)
Córdoba	129,89	1.902,16	14,64	68,92	58,45
	84	1.681,50	20,02	55,01	33,19
Sucre	28,12	457,26	16,26	16,57	12,66
	35	628	17,94	20,54	13,83
Magdalena	40	240	6	8,70	18
	88	468	5,32	15,31	34,77

LA IMPORTANCIA DE LA BATATA

- Es el quinto alimento más importante en los países en vía de desarrollo (arroz, trigo, maíz, yuca)
- Se cultiva en más de **100 países**
- Producción global anual de **130 millones** de toneladas

Fuente: Agronet, SAC / Gráfico: LR-AL

1 CHINA ENCABEZA LA LISTA DE LOS PAÍSES PRODUCTORES 80 millones de toneladas al año

2 Le sigue Indonesia
2,5 millones

3 Vietnam

4 India

5 Uganda

6 Nigeria

7 Tanzania

8 Estados Unidos

9 Brasil

Entre posibles proveedores tenemos los agricultores de zonas rurales de Córdoba, Sucre y Magdalena; el cual tienen una gran experiencia con la cosecha y poscosecha del cultivo optimizando la calidad del tubérculo y minimizando los desperdicios y costos de producción.

También podemos contar con posibles alianzas, que son pequeños productores que estarían dispuestos a que su materia prima sea reconocida por su alto valor nutricional, y la gran cantidad de vitaminas y minerales que esta posee.

El producto lo podemos adquirir a un precio equitativo tanto para el proveedor como para nosotros, generando una alta satisfacción de compra y venta.

SEGMENTACION DEL MERCADO

Nuestro producto va dirigido a una población de específica el cual son niños entre los 0 – 5 años de edad el cual promedia entre un 30% de la población en general, para lo cual nuestro producto es de gran importancia en cada uno de los hogares ya que su alto valor nutricional bajará las tasas de mal nutrición de nuestros niños y será aceptado por su facilidad de consumo, su agradable sabor y presentación en beneficio al medio ambiente.

Como parte de la alimentación diaria de los niños, los médicos y especialmente los nutricionistas recomiendan el consumo de frutas y verduras en toda la etapa de la vida, por esta razón, queremos brindar un producto a base de un alimento traído del campo. Uno de los retos más importantes para el gremio agrícola del Departamento se ve contemplada en esta oportunidad de negocio para la comercialización de este producto aumentando la oferta por parte de los productores. Por su parte el objetivo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, es garantizar la producción de alimentos con el componente de desarrollo sostenible y con ella el posicionamiento de la oferta nacional agropecuaria. Sin embargo, los problemas tales como la seguridad en el campo y la falta de vías de acceso a las poblaciones lejanas son un problema para la sociedad.

Como eje fundamental, para garantizar la disponibilidad de alimentos, tenemos que trabajar de manera conjunta el Ministerio y el gobierno nacional, lo que permitirá que los esfuerzos estén encaminados hacia el logro de ese último objetivo, de incrementar en el consumo de alimento de este producto que es la batata, y que posee grandes vitaminas y minerales para el desarrollo nutricional de los niños entre la población colombiana.

¿Qué bondades ofrece mi producto?

Debido a que mi producto es a base de batata, esta nos brinda un impresionante perfil nutricional, el cual aportara a nuestros niños grandes beneficio tales como:

- **Un potenciador de vitamina A.**

Puede contener hasta 3 veces más de su valor diario de vitamina A, la cual es vital para la salud de ojos, el desarrollo de los huesos y la función inmunológica de los niños.

- **Fuente carbohidratos.**

Debido a su alto contenido de carbohidratos, mantendrán el cuerpo lleno de energía duradera, y ayudará a que el cuerpo reciba la dosis de electrolitos en forma de potasio que se necesita para equilibrar los líquidos del cuerpo.

- **Mejora la salud intestinal**

Debido a que la batata tiene contiene una buena dosis de fibra, ayuda a mantener el peso, reduce el colesterol y la inflamación del cuerpo causada por enfermedades.


- **Mejora la presión arterial**

El contenido de nutrientes como el potasio, ayuda a reducir el impacto del sodio el cuerpo y relaja las paredes de los vasos sanguíneos.

- **Agradable sabor, aroma y contextura.**

Esto se debe a su sabor dulce y delicioso y a su textura fibrosa lo que facilita su consumo.

BUYER PERSONA

<p>Cliente:</p> <p>Karen García Ramírez</p> 	<p>Nuestra cliente cuenta con una serie de preocupaciones ya que sus hijos no se están alimentado adecuadamente, y siente miedo que se lleguen a enfermar debido a que cada día los siente menos pesados.</p>	<p>Ella desea que sus hijos acepten los alimentos necesarios para su nutrición, anhela poder obtener un alimento que sea rico en nutrientes y agradable sabor, que sea de fácil adquirir y le ahorre tiempo al momento de prepararlo</p>
<p>Demográficos y Geográficos</p> <p>Mujer de 25 años de edad Madre de 2 niños Vendedora de ropa Reside en zona bananera Estudio Bachiller técnico Actualmente estudia diseño de moda. Sus ingresos mensuales son S.M.L.V</p>	<p>Nuestra cliente es la encargada del hogar en su familia, es una mujer que tienen deseos de salir adelante, tener una mejor calidad vida, donde pueda brindarle más tiempo mejores comodidades a sus niños.</p>	<p>Para alcanzar esas metas ella se está formando con buen plan de estudio que lleva organizado. Pero a veces presenta inconveniente a que su trabajo le es muy exigente, y al llegar a casa tiene que dedicar tiempo a sus hijos por lo que en ocasiones pierde algunas clases</p>
<p>Frases que mejor describen su experiencia</p>	<p>“Ve un problema como una oportunidad de mejorar cada día”</p>	<p>“Detrás de cada sacrificio hay una gran recompensa”</p>
<p>Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta</p>	<p>NO</p>	<p>NO</p>

PROPUESTA DE VALOR

Perfil del cliente

- **Trabajo del cliente**
 - **Funcional:** Nuestros clientes quiere una alimentación de calidad para sus hijos
 - **Sociales:** Que los bebes se sientan bien, se sientan sanos
 - **Emocionales:** Que tantos los padres como los bebes este felices, plenos y satisfecho con la alimentación

- **Frustraciones**
 - **Efectos secundarios:** Los productos para la alimentación debe en el mercado no brindan una alimentación completa y balanceada para los bebes
 - **Obstáculos:** Los productos del mercado bueno en la alimentación de bebes son demasiados caros
 - **Riesgos/Resultados no deseados:** Productos que se dicen que son naturales, pero en realidad tienen unas cantidades de químicos y puede ocasionar alergias, obesidad en los infantes

- **Alegrías**
 - **Necesarias:** Producto Natural que este en buen estado
 - **Esperadas:** Que cumpla con lo que se promete en el producto una alimentación de calidad y balanceada
 - **Deseadas:** Producto que de calidad y de bajo costo, es decir asequible para todos

Mapa de Valor

- **Producto y servicio**
 - **Tangible:** Producto físico natural que se puede comprar en nuestro establecimiento o tienda más cercana
 - **Intangible:** Servicio que ofrecemos es el domicilio del producto a la dirección suministrada ya sea por medio de los diferente medio electrónicos como redes sociales o página web y llamada.
- **Aliviadores de frustraciones**
 - Nuestro producto es de bajo costo y eso hace que los padres ahorren, obteniendo resultados de una alimentación de calidad superior de muchos productos más caro, sin riesgo a toxicidades y lo pueden obtener tanto físicamente o por domicilio
- **Generador de Alegría:** Nuestro producto satisface las necesidades de nuestro cliente en base de que la alimentación de los bebes es primordial y por eso ofrecemos un alimento natural, económico y de excelente calidad para todos nuestros clientes

Declaración de la propuesta de valor:

Nuestra empresa ofrece un producto natural con valores tangible e intangibles de bajo costo, asequible con una excelente calidad en la alimentación ya que ofrece minerales y vitaminas esenciales para un mejor crecimiento tanto físico como emocional.

DISEÑO DEL PRODUCTO

Definición Estratégica

1. **Fairtrade:** Es un sello de garantía de producto que certifica el cumplimiento de los estándares de comercio justo establecidos por Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).

El enfoque de Fairtrade permite a los agricultores y trabajadores tener más control sobre sus vidas y decidir cómo invertir en su futuro.

2. **Resolución 2674 de 2013:** Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.
3. **Resolución 666 de 2020:** Adapta el Protocolo General de Bioseguridad para mitigar, Controlar y manejar el Adecuado Manejo de la Pandemia del Coronavirus COVID-19
4. **Resolución 5109 de 2005:** Resolución establece los requisitos de Rotulado o Etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados o materias primas para consumo humano.
5. **Resolución 719 de 2015:** Establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo al riesgo para la salud pública que estos pueden presentar.

Diseño de Conceptos

1. Materia prima: Batata
2. Maquinaria: Lavadora por aspersión de agua, Pelador, Cortador, Secador de tamiz, Molino de martillo, Molino de disco, Separadores de tamiz
3. Agua
4. Porción incombustible: Ceniza, sales y sales orgánicas
5. Porción combustible: Proteína cruda o bruta (P.C), Grasa cruda o bruta (E.E), Fibra cruda (F.C), Extracto libre de nitrógeno (E.L.N)

Diseño del detalle

1. Cadena de distribución:

Empresa o Fabrica → Mayorista → Minorista → Vendedor al detalle

Nuestra distribución es selectiva ya que cumple con ciertas características y se diferencia de otros productos y de acuerdo al a clase de distribución nos consideramos cadena directa y corta ya que el producto lo pueden conseguir tanto en la fábrica como un minorita o intermediario hasta llegar al consumidor final

2. Precios:

Formula de 375 gr valor de 24.000

Formula de 800gr valor de 47.000

Formula de 1650grvalor de 70.000

Validación y verificación



1. Crear alimentó rico y nutritivo
2. Crear una marca pensada en los agricultores de batata
3. Crear un alimento dirigido exclusivamente a bebes y gestantes
4. Venderlos desde tiendas hasta farmacias y supermercados
5. Sacar una línea en polvo y otra liquida
6. Contribuir con el medio ambiente y con los agricultores, campesinos
7. Satisfacer las necesidades de los clientes
8. Ser Eficaces
9. Ser competitivos
10. Crear una gran cobertura a nivel nacional

Producción

Etiqueta del producto



	FICHA TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO	Código FT-PT-01
		Revisión 16/10/2020
		Versión 01

NOMBRE DEL PRODUCTO	YAM YAM! Bebe feliz		
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Alimento hecho con batata cultivada orgánicamente y envasada en material biodegradable en presentación en polvo para mayor absorción de los nutrientes		
LUGAR DE ELABORACION	Producto elaborado en la planta procesadora de alimento ubicada en la ciudad de Valledupar. La planta cuenta con adecuaciones circunstanciales(conjunto de modificaciones para llevar acabo la terminación del producto.		
COMPOSICION NUTRICIONAL	Nutrientes	Aporte mínimos	
	Caloría	Kilocalorías	181
	Proteínas	Gramos	5.4
	Grasas	Gramos	5.3
	Carbohidratos	Gramos	28
	Calcio	Miligramos	184
	Hierro	Miligramos	3
	Zinc	Miligramos	3
	Ácido Fólico	Miligramo	30
PRESENTACION Y ENVASE	Envase de cartón (polvo)	Envase tetra pack (liquido)	
	375 gr	1000 ml	
	800 gr	2000 ml	
	1650 gr		
CARACTERISTICAS	Producto en polvo con sabor a vainilla rico en vitaminas y minerales de color amarilloso 	Producto liquido con sabor a fresa y vainilla espeso y agradable aroma 	
REQUISITOS	Resolución 2674 de 2013: Establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos.		

PROTOTIPO

Nuestro producto tiene dos presentaciones en polvo y en liquido en las cuales el prototipo de la presentación en polvo es en caja de cartón solido con un gramaje de 225 g/m² con un grosor de 600 µm en forma vertical con las medidas altura: 35cm , largo30cm y ancho 15cm de color blanco en la parte delantera tendrá el logo del producto y el peso en gramos del producto (800gr) y en la parte trasera las indicaciones como son las instrucciones de uso, tabla nutricional, fecha de elaboración y fecha de vencimiento. La presentación liquida será una botella de cartón estilo tetra pack color blanco con su rosca o tapa y con las siguientes medidas altura 16.5cm, de largo 10cm de ancho 6.5 cm para un total de 1litro de leche en la parte delantera el logo y en la parte trasera las indicaciones anteriormente descritas



Imagen 1 Presentación en polvo



Imagen 2 Presentación líquida

MODELO RUNNING LEAN

<p>Problema</p> <p>Falta de nutrientes en la alimentación en bebés</p> <p>Muchas familias tienen bajos ingresos</p>	<p>Solución</p> <p>Obtener un alimento que supla con los nutrientes esenciales para un crecimiento óptimo</p> <p>Alimento económico al alcance de todos</p>	<p>Propuesta de Valor única</p> <p>Ofrecer un producto natural con una excelente calidad en la alimentación aportando macronutriente, vitaminas y minerales a un bajo costo</p>	<p>Ventaja competitiva</p> <p>Es 100% Natural</p> <p>Producto elaborado con Batata (Tubérculo considerado como un superalimento)</p>	<p>Segmento de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: 0-5 Años • Sexo: Masculino y Femenino
	<p>Métricas Clave</p> <p>Activación</p> <p>Retención</p> <p>Remisión</p>		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Farmacias • Tiendas especializadas • Centro de Producción 	
<p>Estructura de costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos • Economía de Escala 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de activos • Precios fijos y en grandes volúmenes varía el precio 		

VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La validación de negocio bajo el modelo de Running Lean escogimos dos

1. El problema bajo la hipótesis de que si realmente los padres consideren alimentar a sus hijos con un producto 100% natural que garantice los nutrientes esenciales para su crecimiento físico y emocional a un bajo costo que garantice una excelente alimentación.
2. Los Canales bajo la hipótesis de que si nuestros clientes está dispuesto adquirir nuestros productos de forma física como es en farmacias y tienda especializadas o si prefieren de forma virtual o telefónica para su domicilio.

INVESTIGACION DE MERCADO

Debido a que nuestro producto va dirigido a una población joven (niños 0 a 5 años), se realizó un estudio, en el cual involucra a una población de madres entre los 20 y 30 años de edad, que le preocupa la alimentación que tienen sus hijos de aquí podemos deducir los objetivos que deseamos alcanzar con el lanzamiento de este producto.

Objetivos de la investigación.

Buscar la manera de que los índices de malnutrición de los niños sean minoritarios, a base de alimentos que sea naturales y tengan responsabilidad ambiental.

Comparar el índice de desarrollo de los niños que se alimentan sanamente, con productos similares al ofrecido.

Evaluar las ventajas y desventajas que puede aportar el producto en el desarrollo nutricional del niño.

Método de investigación: En esta investigación utilizamos el método cualitativo, ya que nos enfocamos en comprender un problema que se presentan diariamente en nuestro entorno natural afectado las generaciones futuras de nuestra sociedad.

Para realizar este tipo de investigación decidimos plantear un grupo de preguntas en forma de entrevista el cual nos ayudó a conocer un poco más sobre lo que quieren nuestros clientes, y que desean mejorar en la alimentación de cada uno de sus hijos (niños de 0 – 5)

Esta muestra se realizó, después de haberles dado una pequeña charla sobre el nuevo producto y con una demostración de sus características.

	FORMULARIO DE ENTREVISTA LANZAMIENTO DE ALIMENTO NUTRITIVO A BASE DE BATATA	Cód. FELPN
		Pág. 1
		Revisión 0

Nombre y apellido	N° Identificación	Fecha de entrevista
--------------------------	--------------------------	----------------------------

1. ¿El producto cubre tus necesidades?, ¿Por qué?
2. ¿Cómo conociste este producto?
3. ¿El precio del producto va de acuerdo con sus características?
4. Si este producto se encontrara en el mercado, ¿lo comprarías?
5. ¿Cuáles son las características que te hacen adquirir este producto antes que otros?
6. ¿Conoces algún otro producto que ofrezca las mismas características?
7. ¿Qué mejorarías de este producto?
8. ¿En qué te basas para adquirir un producto?
9. ¿Recomendarías el producto a tus amigos?

TABULACION

TAMAÑO DE LA MUESTRA

De acuerdo a la investigación realizada, para conocer el tamaño de la muestra aplicamos una formula, en la cual tenemos en cuenta ciertos factores: como el grado de confiabilidad que le tenemos a nuestro producto, el margen de error que nos podría generar.

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Donde:

n = Número de elementos de la muestra

N = Número de elementos del universo

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno

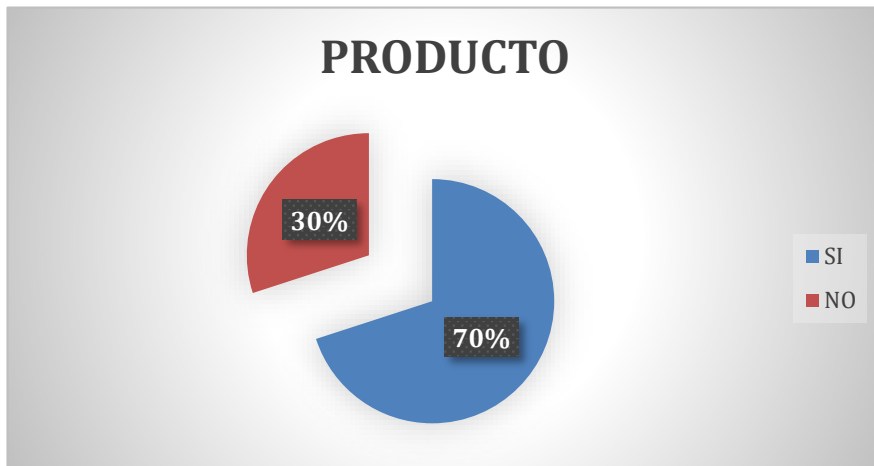
Z^2 = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.03)^2}$$

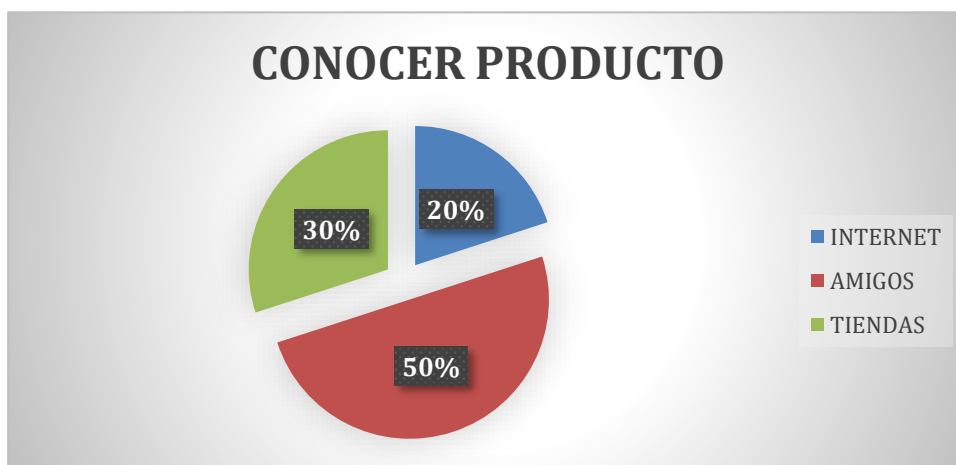
$$n = \frac{3.84 \times 0.25}{0.0009} = \frac{0.96}{0.0009} = 1067$$

TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACION

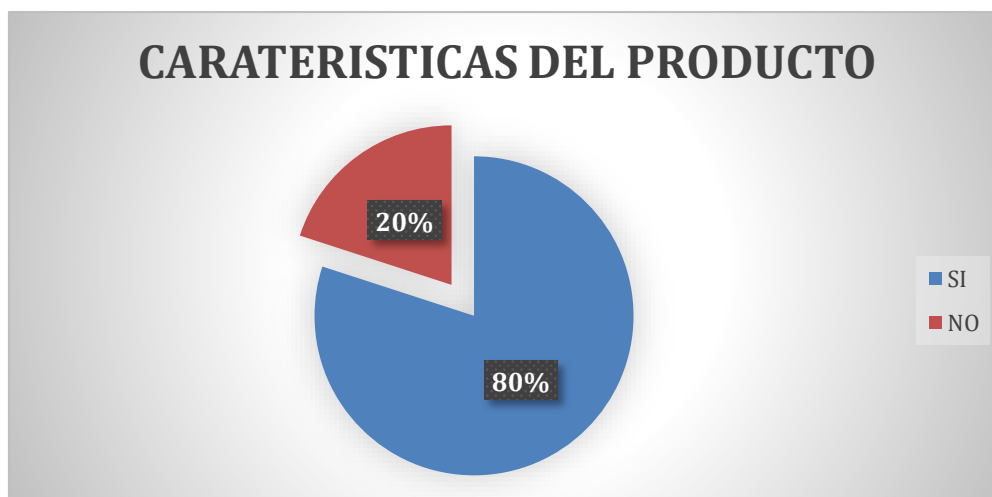
1. ¿El producto cubre tus necesidades?



2. ¿Como conociste este producto?



3. ¿El precio del producto va de acuerdo con sus características?



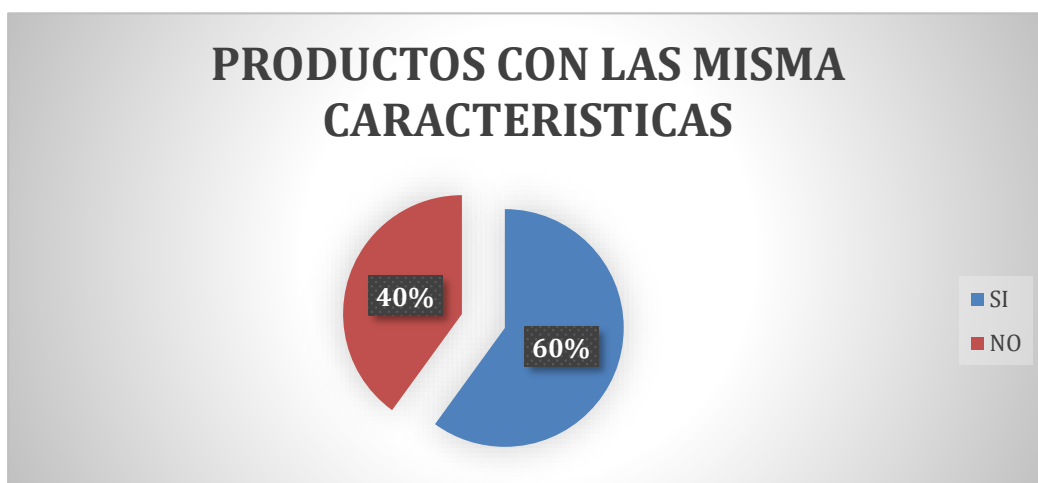
4. Si este producto se encontrara en el mercado, ¿lo comprarías?



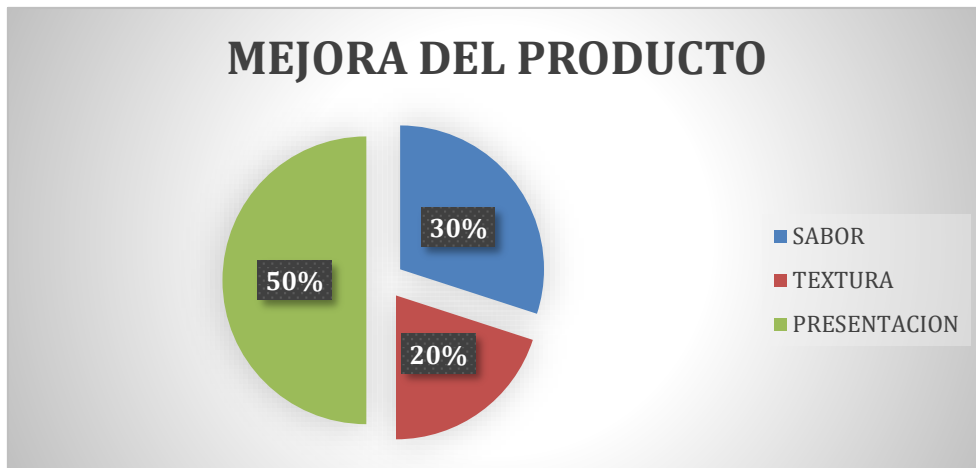
5. ¿Cuáles son las características que te hacen adquirir este producto antes que otros?



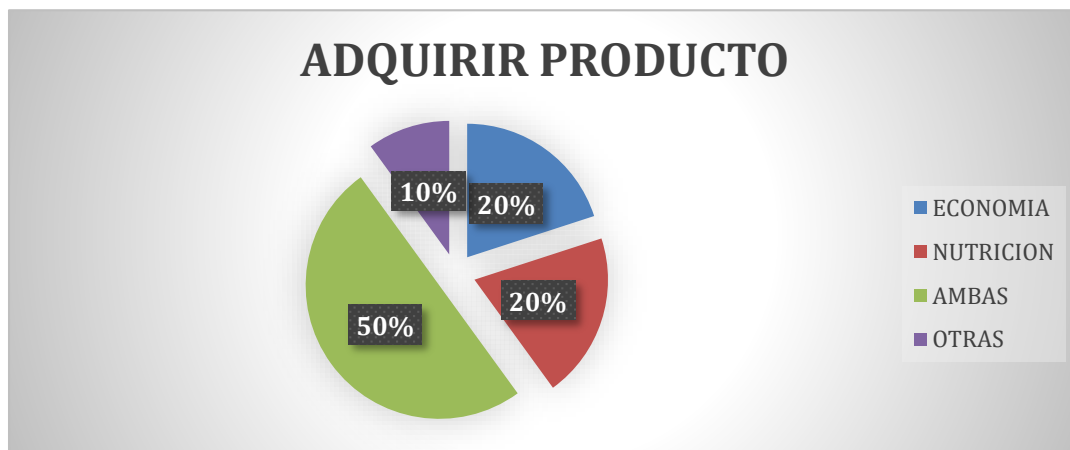
6. ¿Conoces algún otro producto que ofrezca las mismas características?



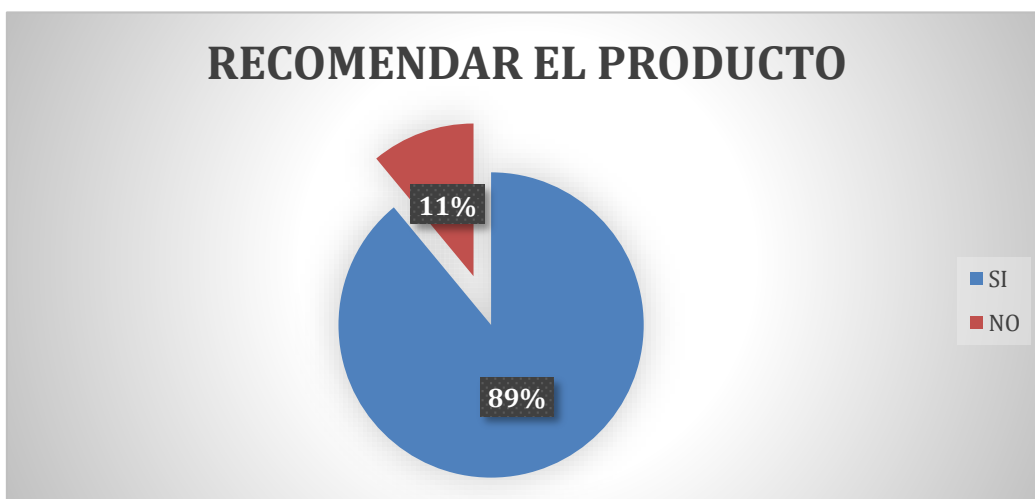
7. ¿Qué mejorarías de este producto?



8. ¿En qué te basas para adquirir un producto?



9. ¿Recomendarías el producto a tus amigos?



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al finalizar nuestra investigación pudimos notar en gran parte del trabajo la viabilidad para el resultado positivo y oportuno de lograr abastecer con un producto que es desconocido para el consumo y todo los beneficios de estos mismos, por lo tanto se pudo concretar que la idea de negocio proporciona un alto rendimiento en los mercados nacionales y con publicidad y reconocimiento podría ocupar un lugar exhausto a nivel general encontramos una serie fortalezas y debilidades en la idea de negocio, en primer lugar consideramos que nuestro producto cuenta con características especiales e innovadoras las cuales nos permiten posicionarnos directamente en el mercado nacional, consideramos también que el estudio de mercado realizado en el sector agrícola ubicado en el departamento del Cesar es una de nuestras fortalezas ya que conocemos muy bien el mercado en el cual queremos posicionarnos.

En las debilidades consideramos que se debieron utilizar mayor cantidad de técnicas e instrumentos de investigación para solucionar algunas dudas que generó la investigación.

Para Creación de empresas I tenemos retos como crear una página web de esta manera sería mucho más fácil contactar con clientes nuevos y contarles los beneficios y valor nutricional que contiene nuestro producto. Debemos mantener el crecimiento de nuestra empresa y llevarlo mucho más allá de las metas propuestas así obtendremos mucho reconocimiento en el mercado y nuestra marca **Yam Yam! Bebe feliz** será apetecida por muchos consumidores.

BIBLIOGRAFIA

Análisis del sector alimentario

Avances Agrotecnológicos (2012) hortalizas.

<https://www.hortaliza.com/micelaneos/avances-agrotecnologicos>

Competidores importantes.

- La república (2020) NESTLE y ALPINA empresas que más venden alimentos para bebés.

<https://www.larepublica.co/empresas/nestle-y-alpina-son-las-empresas-que-mas-venden-alimentos-para-bebes-2743096>

- Nestle bebés (2018) productos infantiles, papilla de cereales

<https://www.nestlebebe.es/productos-infantiles/papillas-de-cereales>

- Alpina (2020) Productos alpina baby.

<https://www.alpina.com/productos/alpina-baby-gu?gclid>

- Los precios (2020) papilla cereales alpina.

https://losprecios.co/papilla-3-cereales-alpina-125-g_i5583

Comercialización y proveedores de batata.

- Importancia de la batata a nivel global.

<https://www.agronegocios.co/agricultura/asopescama-exportara-4400-toneladas-de-batata-de-manati-atlantico-a-europa-este-ano-2906614>

Demografía y población colombiana. Recuperado de

DANE (2017) Dane para niños sabias que

<https://www.dane.gov.co/files/dane-para-ninos/sabias-que.html>

Beneficios de la batata

Runners World (2018) 5 Beneficios de las batatas que no conocías, Nutrición deportiva.

<https://www.runnersworld.com/es/nutricion-deportiva/a2001285/beneficios-de-la-batata/#:~:text=Una%20batata%20mediana%20tiene%20un,vitamina%20A%20y%20vitamina%20C>

¿Qué es el Buyer Persona? (2019, marzo 1). Recuperado de

Buyer persona glosario(2018) workana.

<https://www.workana.com/i/glosario/buyer-persona/>

Decretos y normativas en Colombia

- Resolución 2674 de 2013, ministerio de salud y protección social, requisito sanitarios y BPM
- La resolución 666 de 2020, ministerio de salud y protección social, protocolo general de bioseguridad para mitigar , controlar y manejar el covid-19
- Resolución 5109 de 2005, ministerio de la protección social, requisito de rotulado o etiquetado de alimentos
- Resolución 719 de 2015, ministerio de la protección social, clasificación de alimentos para consumo humano

Tabulación y análisis de la información

- Muñiz, R., Maritza Arias Hernández (2020) Gerencia de Mercadeo Proceso de la investigación de mercados.

<https://www.marketingxxi.com/capitulo-3-la-investigacion-de-mercados.html>