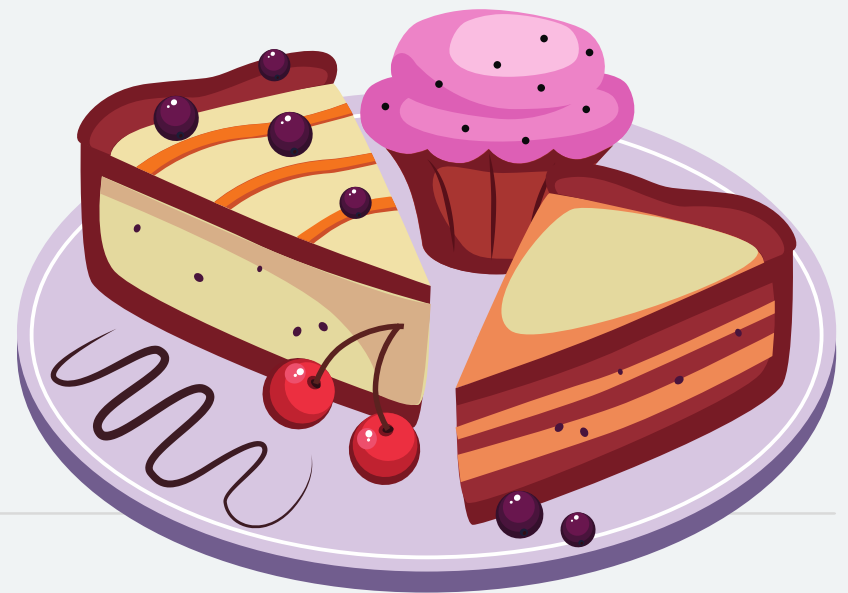


Las ricuras de Naty





Versión más saludable



Logo general



Logos



LAS RICURAS DE NATY



Modelo de negocio social: Niños con desnutrición

Actividades claves

- Producción de postres.
- Resolución de problemas: Soluciones encaminadas a la población de niños con malnutrición para complementar la calidad saludable en la preparación de los postres.

Propuesta de valor

- Novedad y personalización: Lo novedoso del producto es que se vea apetitoso, y sea preparado con ingredientes saludables, bajos en conservantes y azúcares (ej: guaraná, splenda, frutas que no sean tan dulces).
- Diseño: Novedoso, y que capture la atención de los niños. Van a distinguirse con un sticker/logo los que tengan estas características. Ejemplo, postre envuelto en hoja de plátano para que se biodegrade rápidamente; que si se hacen pies tengan formas de dibujos animados, incluir nombres creativos para los postres para llamar la atención de los niños.

Valor para los beneficiarios

- Modelo de subsidios cruzado de segmentos de clientes: Van a haber oportunidades para que los clientes compren dos postres y uno de ellos se les de a niños que estén en condición de desnutrición.

Canales

- Información: Por voz a voz, redes sociales, blogs, posters visibles que se acomodaran por las vías y calles mas concurridas del municipio. Se propone repartición de bolantes para que la gente del sector conozca la elaboración del producto. Dentro del canal virtual mostrar su perfil con los certificados que tiene y exponiendo que tiene un lugar de producción que cumple con la normatividad.
- Evaluación: Por medio del blog los padres y clientes pueden interactuar.
- Compra: De forma presencial directo en el punto o a domicilio.
- Entrega: Entrega puerta a puerta o en el punto.
- Posventa: Si se compra cierto numero de postres se puede hacer un obsequio al cliente en la próxima compra, como un cupon de descuento del 10% o darle uno de los postres en tamaño mas pequeño.

Intervenciones centrales

- Los niños puedan consumir postres y acceder a alimentos.

Impacto social de la misión

- Contribuir con recursos a los niños y niñas en condición de desnutrición.

Valor para los clientes

- Poder contribuir a una causa social mientras ellos también tienen acceso a postres deliciosos.
- En el caso de los niños y niñas que compren los productos estos estarán decorados y tendrán una presentación llamativa.

Beneficiarios

- Niños y niñas en condición de malnutrición.

Clientes

- Familias, turistas, deportistas, niños y adolescentes. Un público general que tenga interés por los dulces.

Socios y partes interesadas

- La fundación de atención y prevención de la desnutrición infantil.
- Compra de determinados recursos/servicios: Con nutricionistas que puedan recomendar los alimentos que pueden consumir los niños. Y sitios que vendan fruta fresca y económica (entre ellos se encuentra la asociación de freseros y el mercado campesino de Cundinamarca).

Estructura de costos

- Según costes: Recorte de gastos, desde la utilización de productos cultivados, para conseguir una forma mas económica de realizarlos.
- Costes variables: Es fundamental evaluar que producto es el mas vendido y cual no, para evitar las perdidas.

Fuente de ingresos

- Venta de Postres saludables y atractivos para los clientes.

Recursos claves

- Físicos: Se tiene la vision de tener un punto de venta, se debe tener en cuenta los ingredientes, los vasos, las tapas, las servilletas, las cucharas y otros elementos que se deben emplear.
- Humanos: Mas personal para que pueda ayudar a la preparación y venta de los postres, adicionalmente es importante personal que se encargue de las redes sociales y la contabilidad.

PASO A PASO:

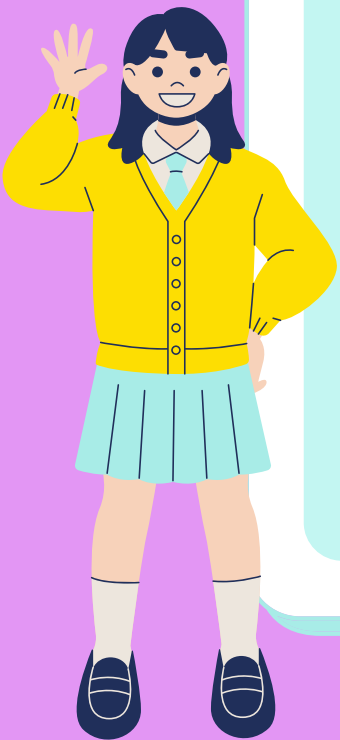
- ***En un primer momento, se evaluará que postres son los que se van a incluir para ofrecerlos al público, revisando las compras tanto a nivel presencial como remoto.***
- ***Se evalúa que alimentos saludables pueden ser incluidos en las preparaciones, por ejemplo: quinua o endulzantes como Splenda o Stevia.***
- ***Se observará estratégicamente como atraer al público por medio de preparaciones novedosas y apetitosas (niños): que diseños les interesa preguntando a los niños que van (mientras se conversa con los clientes) y se pueden realizar encuestas virtuales en las que se pongan imágenes de los productos.***
- ***Dar claridad al cliente de que con esta compra está ayudando a los niños en desnutrición.***
- ***Se repartirá información voz a voz, volantes, y se obtendrá un canal virtual donde se pueda mostrar el perfil de la vendedora y de sus productos.***
- ***Se dará paso a la interacción de clientes, es decir entre padres por medio de notas, observaciones o posibles sugerencias a través de un blog creado específicamente con este fin.***
- ***Se harán entregas en el punto o domicilio.***
- ***Se empleará un método de beneficio al cliente, cuando la vendedora observe que cumple un tope de ganancia pueda retribuir la compra obsequiando uno de los postres en versión más pequeña o un cupón de descuento para la siguiente compra.***
- ***Por otra parte, es importante destacar el valor que tiene para el cliente poder contribuir con recursos alimenticios y saludables a niños con desnutrición, para esto se pueden incluir fotos de beneficiarios (si se obtiene el consentimiento) en un cartel en el puesto de trabajo y tener una sección en las redes sociales donde se muestren evidencias.***

PASO A PASO:

- *Revisar las cuentas una vez implementado el modelo de negocio para verificar que no haya perdidas.*
- *A medida que el negocio vaya creciendo revisar en que sector se necesita ayuda (producción o venta) para ir ampliando el negocio.*
- *Se beneficiara familias, deportistas, niños y adolescentes que tengan gusto por los dulces.*
- *Los recursos obtenidos por parte de esta propuesta irán dirigidos a entidades como fundaciones interesadas en la prevención de la desnutrición infantil.*
- *Se elige como socios fundamentales, nutricionistas que hagan sus debidos acompañamientos para determinar los alimentos que pueden ser implementados, adicionalmente se trabajara de la mano con la asociación de freseros y el mercado campesino de Cundinamarca.*
- *Se utilizarán productos cultivados con el fin de reducir costos, y a su vez se observara con detenimiento que productos son los mas utilizados y cuales no para evitar posibles perdidas.*
- *Es fundamental, tener como recurso un punto de venta, además de los implementos necesarios para envasar las preparaciones de forma eco amigable.*
- *Se darán oportunidades de trabajo ya que es necesario contratar personal para la mano de obra en la preparación y venta de los productos, así mismo, personas que puedan encargarse del movimiento en las redes sociales y de la contabilidad.*

Ventajas

- Fortalecer la nutrición de la población infantil en Cagua.
- Aumentar la diversificación de ingresos.
- Atracción de mayor número de clientes teniendo en cuenta que al consumir postres están apoyando una causa social.



Modelo de negocio social: Adultos con diabetes

Actividades claves

- Producción: De postres.
- Resolución de problemas: Búsqueda de soluciones novedosas a problemas relacionados con la diabetes.

Socios y partes interesadas

- Páginas de facebook de Cogua, la Asociación Colombiana de Diabetes, Fundación Voces Diabetes Colombia.
- Compra de determinados recursos/servicios: Con nutricionistas que puedan recomendar los alimentos que pueden consumir los niños. Y sitios que ventan fruta fresca y económica (entre ellos se encuentra la asociación de freseros y el mercado campesino de Cundinamarca).

Propuesta de valor

- Novedad y personalización: Van a ser postres saludables, lo que incluye ingredientes nutritivos y saludables.
- "El trabajo, hecho": La emprendedora Fidela puede manejar un canal en redes sociales para explicar cómo hace sus postres.
- Diseño: Van a tener un diseño que llame la atención, van a distinguirse con un sticker/logo.
- Precio: Van a ser asequibles.

Innovación social

- Se va a ofrecer una línea especial que sea apto para diabéticos, sin harinas, sin azúcar y sin gluten.

Clientes y beneficiarios

- Adultos con diabetes.

Relaciones de negocios

- Asistencia personal: En el punto de Cogua.
- Autoservicio: Si compran por redes.
- Comunidades: En redes sociales tener un segmento específico para personas con obesidad para que puedan intercambiar opiniones, incluyendo comentarios sobre el producto.

Canales

- Información: Por voz a voz, redes sociales, blogs, posters visibles que se acomodaran por las vías y calles más concurridas del municipio. Se propone repartición de bolantes para que la gente del sector conozca la elaboración del producto. Dentro del canal virtual mostrar su perfil con los certificados que tiene y exponiendo que tiene un lugar de producción que cumple con la normatividad.
- Evaluación: Por medio del blog los padres y clientes pueden interactuar.
- Compra: De forma presencial directo en el punto o a domicilio.
- Entrega: Entrega puerta a puerta o en el punto.
- Posventa: Si se compra cierto número de postres se puede hacer un obsequio al cliente en la próxima compra, como un cupón de descuento del 10% o darle uno de los postres en tamaño más pequeño.

Intervenciones centrales

- Proveer postres que puedan consumir los adultos con diabetes sin que tenga fuertes repercusiones en su salud.

Impacto social de la misión

- Promover los postres saludables para personas con diabetes.

Valor para los clientes y beneficiarios

- El consumo de postres saludables y deliciosos.

Estructura de costos

- Según costes: Recorte de gastos, desde la utilización de productos cultivados, para conseguir una forma más económica de realizarlos.
- Costes variables: Es fundamental evaluar que producto es el más vendido y cuál no, para evitar las pérdidas.

Fuente de ingresos

- Venta de Postres saludables y atractivos para los clientes.

Recursos claves

- Físicos: Se tiene la visión de tener un punto de venta, se debe tener en cuenta los ingredientes, los vasos, las tapas, las servilletas, las cucharas y otros elementos que se deben emplear.
- Humanos: Más personal para que pueda ayudar a la preparación y venta de los postres, adicionalmente es importante personal que se encargue de las redes sociales y la contabilidad.

PASO A PASO

- *Se incluirán productos saludables y nutritivos.*
- *Se implementará un canal donde la vendedora pueda explicar como se hacen sus postres.*
- *Se identificará por medio de un logo característico de este emprendimiento, novedoso y llamativo.*
- *Ofrecimiento de una "línea saludable" donde las preparaciones NO contengan gluten, harinas, o azucares excesivos.*
- *Se promoverá en las páginas de Facebook de Cogua y se hará el intento de comunicarse con la asociación Colombiana de diabetes, y la fundación Voces diabetes Colombia.*
- *Implementación de redes sociales con el fin de que los clientes compartan opiniones sobre los postres y preparaciones.*
- *Se repartirá información voz a voz, por redes sociales, blogs y posters en las calles concurridas, con el fin de que las personas conozcan sus preparaciones y adicionalmente las certificaciones de la vendedora.*
- *Se invitará a los clientes a compartir opiniones del postre a través del blog.*
- *Se ofrecerán los productos directamente en el punto de venta o domicilio.*
- *Se empleara un método de beneficio al cliente, cuando la vendedora observe que cumple un tope de ganancia pueda retribuir la compra obsequiando uno de los postres en versión mas pequeña o un cupón de descuento para la siguiente compra.*
- *El objetivo de este emprendimiento es que las personas diabéticas puedan consumir postres sin que repercuta en su salud.*
- *Es fundamental la promoción de postres saludables para las personas que padecen diabetes y que sigan siendo deliciosos.*

PASO A PASO:

- ***Es importante contar con los servicios de nutricionistas para implementar sus recomendaciones en las preparaciones, y adicionalmente la asociación de freseros y mercado campesino de Cundinamarca .***
- ***Se utilizarán productos cultivados con el fin de reducir costos, y a su vez se observara con detenimiento que productos son los mas utilizados y cuales no para evitar posibles perdidas.***
- ***Es fundamental, tener como recurso un punto de venta, además de los implementos necesarios para envasar las preparaciones de forma eco amigable.***
- ***Se darán oportunidades de trabajo ya que es necesario contratar personal para la mano de obra en la preparación y venta de los productos, así mismo, personas que puedan encargarse del movimiento en las redes sociales y de la contabilidad.***

Retos

Canales y relaciones con clientes (en los dos modelos):

- El manejo de las redes sociales puede ser complicado al principio, es importante acudir a alguien que tenga experiencia en el tema o investigar de forma personal (en YouTube hay diferentes videos que orientan sobre los pasos a seguir para digitalizar un negocio).
- La entrega puerta a puerta tiene que considerar el precio del envío, pueden considerarse días determinados en los que se hagan envíos a diferentes partes para que el precio no aumente demasiado (ej: Bogotá, los miércoles; Chia, los lunes).
- Hacer un seguimiento de las compras de los clientes desde que se realiza la compra y si no se cuenta con una cuenta bancaria abrir una cuenta de ahorro donde se pueda consignar.

Considerar el precio de las etiquetas distintivas, podrían comprarse al por mayor y revisar las ventas una vez implementados.

En ambos modelos:
Lograr la comunicación con las asociaciones mencionadas puede ser largo, puede complementarse con otras alternativas (ej: grupos en facebook).



VENTAJAS

- Las redes sociales permiten ampliar los negocios, además no se encontraría dependiendo de factores externos como el clima.
 - En la venta online ya se podría conocer exactamente cuanto material se necesitaría implementar para los postres por lo tanto no habría perdida.
 - Se conoce que ya hay un segmento de mercado presencial con estas necesidades.
- 