

REGISTRATION FORM
Student Entrepreneurship and Innovation Competition

LACCEI 2022

- Leading student: Antonella Olmos Blanquicett
 - e-mail address: aolmos@utb.edu.co WhatsApp number: 3186889665
 - Faculty member endorsing the project: Luis, Arraut
 - e-mail address: larraut@utb.edu.co
-
- University: Universidad Tecnológica de Bolívar
 - Program of studies: Finances and International Business.

RESUMEN

Como bien sabemos, el consumo de bebidas azucaradas se da en todos los países del mundo, Y Colombia no es la excepción. En algunos casos, el consumo se da de manera excesiva, afectando negativamente la salud de los ciudadanos. Por lo tanto, esta idea surge para contribuir positivamente a una problemática global, la cual consiste en un número significativo de personas, desde niños hasta adultos, diagnosticados con diabetes tipo dos. (los niveles de glucosa o azúcar en la sangre son demasiado altos). Quienes deben disminuir y/o controlar los niveles de azúcar ingeridos al organismo.

Teniendo en cuenta lo anterior, se plantea el diseño de un vaso que permita medir de manera estandarizada la cantidad de azúcar consumida en bebidas, específicamente en gaseosas.

El ideal, es colocar en el vaso la bebida a consumir, y que este encendiendo una luz en la parte inferior y por colores codificados determine si existe una cantidad de azúcar alta, alta moderada, media o baja. Además, vincular la información de los gramos consumidos a una app como socio clave, para que el usuario conozca cuanto a consumido en el día y cuanto es lo recomendado.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El consumo de bebidas azucaradas como las gaseosas, aumenta el riesgo de desarrollar afecciones como la Diabetes tipo 2 y sobre peso. Para el caso de las personas que ya poseen dichas enfermedades deben disminuir y/o controlar la cantidad de azúcar consumida diariamente.

Trayendo a colación datos de la organización mundial de salud, tenemos que:

- La hiperglucemia (exceso de azúcar) ocasiona alrededor del 20% de las defunciones por causa cardiovascular.
- Los diabéticos tienen más probabilidades de tener peor evolución cuando contraen algunas enfermedades infecciosas, entre ellas COVID-19.
- En 2012, 2,2 millones de personas fallecieron como consecuencia de la hiperglucemia.
- En 2018, en Colombia cerca de 4. 000,000 personas tienen esta condición; más que todo diabetes tipo dos.
- Entre 2000 y 2019, las tasas de mortalidad por diabetes normalizadas por edades aumentaron en un 3%.
- En 2014, un 8,5% de los mayores de 18 años padecían diabetes. En 2019, esta afección fue la causa directa de 1,5 millones de defunciones y, de todas las muertes por diabetes, un 48% tuvo lugar antes de los 70 años.

Además, la OMS sugiere tratar la diabetes y evitar o retrasar sus consecuencias por medio de la actividad física y una alimentación sana. Siguiendo un régimen alimentario saludable, sin exceso de azúcar ni grasas saturadas.

Incluso, en Colombia para 2016, el ministerio de salud propuso una reforma tributaria para cobrarle impuestos al consumo de tabaco y de bebidas azucaradas. Esta propuesta, más allá de un recurso económico adicional se fundamentaba en evitar las implicaciones de salud que se generan:

“Del total de muertes en el país el 3,4% es consecuencia directa por diabetes. De esta estadística, el 13,0% tuvo como causa directa el consumo de bebidas azucaradas. Para tener en cuenta, según datos de MinSalud el **81,2%** de los colombianos consume gaseosas o refrescos frecuentemente. Así mismo, el 22,1% lo incluye dentro de su alimentación diaria. “

MERCADO A CONQUISTAR

El mercado a conquistar es el del sector salud o sanidad, aunque es un mercado mayormente reconocido por los servicios ofrecidos, en este caso, tenemos como producto un vaso medidor de azúcar, que va encaminado a proteger la salud de las personas.

Teniendo en cuenta que, del total de muertes en el país el 3,4% es consecuencia directa por diabetes. De esta estadística, el 13,0% tuvo como causa directa el consumo de bebidas azucaradas. Para tener en cuenta, según datos de MinSalud el **81,2%** de los colombianos consume gaseosas o refrescos frecuentemente. Así mismo, el 22,1% lo incluye dentro de su alimentación diaria.

Por lo tanto, se espera llegar a los consumidores de la ciudad de Cartagena, y posteriormente de bolívar, ofreciéndoles nuestro producto y una charla breve que los capacite sobre la enfermedad mencionada anteriormente. Además, programar campañas de concientización con el acompañamiento de algún agente del sector salud que desee apoyar y/o participar.

PERFIL DEL USUARIO

El producto va dirigido a las personas adultas que han sido diagnosticadas con diabetes tipo 2 o que quieren prevenir. así mismo, para niños entre 5 y 12 años, con el fin de crear buenos hábitos alimenticios a temprana edad, y disminuir el riesgo de padecer esta afección posteriormente.

Por lo cual tendríamos de segmentos de clientes: El primero las personas adultas

diagnosticadas, y el segundo: Los padres de los niños, con el poder adquisitivo para comprar el producto.

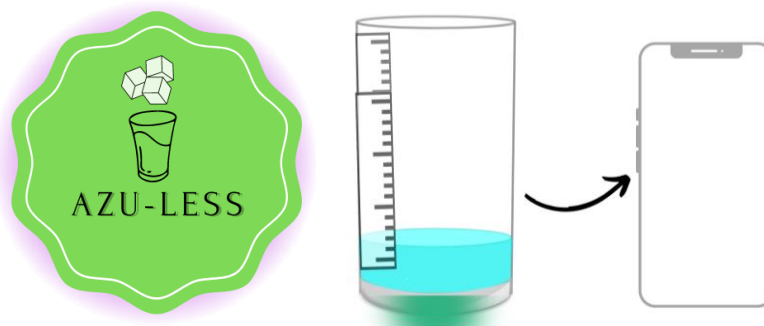
FUNCIONALIDAD DEL PRODUCTO

Nombre del producto: Azu-less. Surge abreviando la palabra azúcar: Azu. Y la traducción a español de la palabra Less: Menos.

Previamente, se iniciará tomando la tabla nutricional de las cinco gaseosas más consumidas en Colombia, y estandarizando cuantos gramos de azúcar hay por cada mililitro de gaseosa. Además, utilizando como referencia que, según varios países de la UE el consumo diario recomendado es de 25 gramos de azúcar libre. Esto, para crear el sistema del vaso; El ideal es que cuando se coloque la cantidad de gaseosa que se desea consumir dentro del vaso, dependiendo de que tantos mililitros y por consiguiente cuantos gramos promedio de azúcar haya, este encienda la luz en la parte inferior, ya sea: Rojo si hay mucha azúcar, Naranja si hay una cantidad alta moderada, amarillo si es media o verde si hay una cantidad ideal baja.

Por ejemplo, en una lata de 330 ml de una gaseosa muy consumida en Colombia, hay 35 gramos de azúcar. Es decir, que si se coloca esta cantidad dentro del vaso, deberá encender una luz naranja, indicando que pasa el consumo ideal pero no excesivamente.

Por último, se vinculara la información de los gramos consumidos a un teléfono móvil, ya sea asociándonos a una app existente o creando una, para llevar el registro del consumo de azúcar diario, semanal, mensual y anual.



Canvas Modelo de negocio



Socios claves -APP que registre los gramos consumidos. -Farmacias. -Tiendas de productos para el hogar. -Proveedores de materia prima y material de empaque. -Agentes del sector salud que quieran participar y apoyar nuestras campañas.	Actividades claves -Diseño y fabricación del producto. -Proceso de empaque del producto. -Campañas y charlas de concientización, acompañadas de un agente del sector salud. -Comercialización. -Publicidad. Recursos claves Humanos: Personal de diseño, fabricación, venta y participación a campañas. Físicos: Local. Tecnológicos: APP y smartphones para servicio al cliente. Financieros: Capital para financiar el desarrollo de la idea.	Propuesta de valor Aporte al cuidado de la salud de las personas diagnosticadas con diabetes tipo 2, y a la prevención desde temprana edad. Nuestro vaso permite un fácil control y regulación del consumo de azúcar en bebidas. Aportar a los buenos hábitos alimenticios y a su vez, concientizar sobre el riesgo de padecer diabetes tipo 2.	Relaciones con el cliente -Atención personalizada. -Charla de concientización sobre el riesgo de padecer diabetes. -Promociones por compra de mas de 1 articulo. Canales -Tiendas físicas. -Pagina Web. -Redes sociales. -Servicio a domicilio.	Segmentos de clientes -Personas adultas entre 18 y 70 años diagnosticadas con diabetes tipo 2. o que quieran prevenir. -Padres que quieran comprar nuestro vaso para sus niños entre 5 y 12 años, con el fin de crear buenos hábitos alimenticios a temprana edad.
Estructura de costes -Salario de personal de diseño y fabricación. -Salario de personal de venta, atención al cliente y charlas. -Salario de personal domiciliario. -Costo de materia prima para fabricación. -Costo de empaque. (cajas). -Pago de alquiler de las instalaciones para tienda física. -Costo de móviles para el contacto con el cliente. -Gasto de publicidad.			Fuente de ingresos -Comercialización directa de nuestro vaso: Azu-less -Proveer a farmacias o tiendas del hogar nuestro producto. Medios de pago: Efectivo, Tarjetas de crédito, tranferencias.	