**Documento de Valor de Propuesta para Kapricho.foods**

**Introducción**

Kapricho.foods es una marca de yogurt griego, Kefir, y alimentos funcionales que se enfoca en ofrecer productos de alta calidad, naturales y artesanales.

Nuestra misión es aportar a la construcción de una comunidad de personas que valoran la calidad, la autenticidad y la sostenibilidad, por ello ofrecemos productos que son naturales de alta calidad para el disfrute de todos.

**Propuesta de Valor**

Nuestra propuesta de valor se centra en ofrecer productos de yogurt griego que no solo sean deliciosos, sino también beneficiosos para la salud y el bienestar de nuestros clientes. Queremos que nuestros clientes se sientan bien consigo mismos y disfruten de nuestros productos sin culpas.

No usamos espesantes, ni almidones, para lograr la textura, NO usamos colorantes, ni saborizantes.

Nuestro proceso para el yogurt griego es con microfiltración, que si bien es artesanal en el método, hemos aplicado ciencia y control de proceso para lograr consistencia en la cremosidad y textura.

**Ventajas competitivas**

Kapricho tiene varias ventajas competitivas que la distinguen de sus competidores:

* Productos únicos y exclusivos: Kapricho ofrece productos que no se encuentran fácilmente en otros lugares, lo que la hace atractiva para clientes que buscan algo especial.
* Calidad y atención al detalle: La marca se enfoca en la calidad y la atención al detalle, lo que garantiza que sus productos sean de alta calidad y satisfagan las expectativas de los clientes.
* Servicio personalizado: El servicio personalizado de Kapricho ayuda a crear una relación de confianza y lealtad con los clientes, lo que puede llevar a una mayor fidelidad y recomendación.

**Desafíos**

Kapricho también enfrenta algunos desafíos en su promesa de valor:

* Competencia: La marca enfrenta competencia de otras marcas que también ofrecen productos gourmet y exclusivos.
* Precio: Kapricho puede tener un precio más alto que algunas de sus competidoras, lo que puede ser un obstáculo para algunos clientes.
* Distribución: La marca puede enfrentar desafíos en la distribución de sus productos, especialmente si busca expandirse a nuevos mercados.

En resumen, Kapricho se puede diferenciar de sus competidores a través de su enfoque en productos gourmet y exclusivos, atención al detalle y presentación, variedad y sorpresa, servicio personalizado y experiencia gourmet. La marca tiene varias ventajas competitivas, pero también enfrenta desafíos en la competencia, el precio y la distribución.

**Valores de Kapricho.foods**

* Autenticidad: Nos mantenemos fieles a nuestras raíces caseras y artesanales.
* Cuidado y bienestar: Nos preocupamos por ofrecer productos que sean fáciles de digerir y aptos para estómagos sensibles.
* Pasión por lo natural: Nuestra misión es brindar productos que sean hechos con amor y dedicación.
* Confianza: Nos comprometemos a ofrecer productos de alta calidad y consistencia.
* Sostenibilidad: Nos enfocamos en prácticas responsables y sostenibles.
* Comunidad: Fomentamos la conexión y el disfrute en conjunto.

**Desde los creadores o fundadores KAPRICHO representa:** Originalidad, Independencia, Creatividad, Gusto y placer por lo bueno sin afectar la salud, Natural, Rebeldía

**Beneficios para los Clientes**

* Sentirse bien consigo mismo: Nuestros productos son fáciles de digerir y aptos para estómagos sensibles.
* Conectar con lo natural: Nuestros productos son naturales y artesanales.
* Disfrutar sin culpas: Nuestros productos son deliciosos y beneficiosos para la salud.
* Revivir sabores tradicionales: Nuestros productos tienen un sabor casero y tradicional.
* Ser parte de una historia: Nuestra marca tiene una historia y un propósito que contar.
* Contribuir a un mundo mejor: Nuestras prácticas sostenibles contribuyen a un mundo mejor.

**Buyer Personas**

Hemos identificado tres buyer personas clave para Kapricho.foods:

* **El Gourmet Urbano:** Persona que busca experiencias culinarias únicas y productos de alta calidad.
  + Edad: 25-34 años
  + Ciudad: Cúcuta
  + Intereses: Gastronomía, productos gourmet, vinos y licores
  + Plataformas preferidas: Instagram, Facebook
* **La Anfitriona Sofisticada:** Persona que busca impresionar a sus invitados con opciones gourmet y productos de alta calidad.
  + Edad: 35-44 años
  + Ciudad: Cúcuta, Bucaramanga
  + Intereses: Gastronomía, productos gourmet, eventos y fiestas
  + Plataformas preferidas: Instagram, Pinterest
* **El Viajero Gastronómico:** Persona que busca descubrir nuevos sabores y experiencias culinarias en diferentes lugares.
  + Edad: 25-44 años
  + Ciudad: Cúcuta, Bogotá
  + Intereses: Gastronomía, viajes, productos gourmet
  + Plataformas preferidas: Instagram, Facebook, Twitter

**Propuesta de Valor para cada Buyer Persona**

* El Gourmet Urbano: "Eleva tu paladar con nuestros productos gourmet exclusivos"
* La Anfitriona Sofisticada: "Impresiona a tus invitados con nuestros productos gourmet de alta calidad"
* El Viajero Gastronómico: "Descubre nuevos sabores y experiencias culinarias en cada viaje"

**Estrategia de Marketing**

Nuestra estrategia de marketing se enfocará en:

* Contenido auténtico: Crear contenido que refleje la autenticidad y la pasión por lo hecho en casa de Kapricho.foods.
* Campañas de conciencia: Realizar campañas que promuevan la conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.
* Eventos y experiencias: Organizar eventos y experiencias que permitan a los clientes conectar con la marca y sus valores.
* Colaboraciones: Colaborar con influencers y marcas que compartan los valores de Kapricho.foods.

**Conclusión**

Kapricho.foods es una marca que se enfoca en ofrecer productos de alta calidad, naturales y artesanales. Nuestra propuesta de valor se centra en brindar productos que no solo sean deliciosos, sino también beneficiosos para la salud y el bienestar de nuestros clientes.

Estamos comprometidos con la autenticidad, el cuidado y bienestar, la pasión por lo natural, la confianza, la sostenibilidad y la comunidad.

Redes Sociales de Kapricho:

1- Instagram @Kapricho.foods

2- Tiktok @Kapricho.foods

3- Cuenta de Whatsapp Business

4- Se esta pensando abrir Canal de Whatsap (aprovechando Whatsap Business)

**Distribución seguidores en Cuenta Instagram @Kapricho.foods**  
De acuerdo con investigación de META AI de Meta, la dueña de Instagram, estos son los resultados del analisis detallado de @kapricho.foods

**Análisis general**

* La cuenta tiene 12.400 seguidores y sigue a 1.300 cuentas.
* La bio describe a Kapricho Foods como una "Delicatessen" y menciona que se encuentran en Cúcuta, Colombia.
* El contenido se centra en mostrar productos gourmet y delicatessen, con énfasis en la calidad y presentación.

**Mensaje que proyecta**

* La cuenta proyecta un mensaje de sofisticación y elegancia, enfocándose en la presentación y calidad de los productos.
* Se dirige a un público que busca opciones gourmet y está dispuesto a pagar un poco más por productos de alta calidad.
* La cuenta también transmite un sentido de exclusividad y rareza, destacando productos únicos y difíciles de encontrar.

**Perfil de buyer persona**

* Nombre: Sofía Gómez
* Edad: 25-40 años
* Ubicación: Cúcuta, Colombia (y posiblemente otras ciudades cercanas)
* Intereses: Gastronomía, productos gourmet, delicatessen, vinos y licores.
* Ocupación: Profesionales y ejecutivos con ingresos medios-altos.
* Objetivos: Descubrir nuevos productos y sabores, impresionar a amigos y familiares con opciones gourmet, disfrutar de experiencias culinarias únicas.
* Desafíos: Encontrar productos de alta calidad y exclusivos en Cúcuta, tener acceso a información sobre nuevos productos y tendencias gastronómicas.

**Análisis de contenido**

* Tipos de publicaciones: Fotos de productos, platos preparados, eventos y promociones.
* Calidad del contenido: Alto nivel de producción, con buena iluminación, composición y edición.
* Frecuencia de publicación: Regular, con al menos 3-4 publicaciones por semana.
* Engagement: La cuenta tiene un engagement promedio de 100-200 likes y 5-10 comentarios por publicación.

**Fortalezas y debilidades**

* **Fortalezas:**
* Contenido de alta calidad y presentación atractiva.
* Enfoque en productos gourmet y exclusivos.
* Buen nivel de engagement con los seguidores.
* **Debilidades:**
* La cuenta podría beneficiarse de más interacción con los seguidores, respondiendo comentarios y mensajes directos.
* Podría explorar más contenido de video y stories para diversificar el contenido.
* La descripción de la bio es breve y podría incluir más información sobre la marca y los productos.

En resumen, @kapricho.foods proyecta un mensaje de sofisticación y elegancia, dirigido a un público que busca opciones gourmet y exclusivas en Cúcuta. La cuenta tiene un buen nivel de engagement y contenido de alta calidad, pero podría beneficiarse de más interacción con los seguidores y diversificar el contenido.

Tabla descriptiva de seguidores

| Categoría | Descripción | Cantidad | Porcentaje |
| --- | --- | --- | --- |
| Ciudad | Cúcuta | 8.500 | 70% |
|  | Bucaramanga | 1.200 | 10% |
|  | Bogotá | 800 | 7% |
|  | Otras ciudades | 1.900 | 13% |
| Rango de edad | 18-24 años | 2.500 | 20% |
|  | 25-34 años | 5.500 | 45% |
|  | 35-44 años | 3.000 | 25% |
|  | 45-54 años | 1.200 | 10% |
|  | 55+ años | 200 | 2% |
| Intereses | Gastronomía | 9.000 | 75% |
|  | Productos gourmet | 6.500 | 55% |
|  | Vinos y licores | 4.000 | 33% |
|  | Viajes | 2.500 | 20% |
|  | Eventos y fiestas | 2.000 | 17% |

Perfiles de compradores

1. Perfil 1: El gourmet urbano

* Edad: 25-34 años
* Ciudad: Cúcuta
* Intereses: Gastronomía, productos gourmet, vinos y licores
* Plataformas preferidas: Instagram, Facebook
* Descripción: Persona que busca experiencias culinarias únicas y productos de alta calidad. Valora la presentación y la calidad de los productos.

1. Perfil 2: La anfitriona sofisticada

* Edad: 35-44 años
* Ciudad: Cúcuta, Bucaramanga
* Intereses: Gastronomía, productos gourmet, eventos y fiestas
* Plataformas preferidas: Instagram, Pinterest
* Descripción: Persona que busca impresionar a sus invitados con opciones gourmet y productos de alta calidad. Valora la presentación y la calidad de los productos.

1. Perfil 3: El viajero gastronómico

* Edad: 25-44 años
* Ciudad: Cúcuta, Bogotá
* Intereses: Gastronomía, viajes, productos gourmet
* Plataformas preferidas: Instagram, Facebook, Twitter
* Descripción: Persona que busca descubrir nuevos sabores y experiencias culinarias en diferentes lugares. Valora la autenticidad y la calidad de los productos.

Plataformas para contactar a los compradores

1. Instagram: Plataforma ideal para mostrar productos y experiencias culinarias únicas. Utilizar hashtags relevantes y colaborar con influencers gastronómicos.
2. Facebook: Plataforma ideal para promocionar eventos y productos. Utilizar anuncios dirigidos a públicos específicos y crear contenido atractivo.
3. Pinterest: Plataforma ideal para mostrar productos y recetas. Utilizar tableros y pins para organizar contenido y atraer a usuarios interesados en gastronomía.
4. Grupos de Facebook: Unirse a grupos de gastronomía y productos gourmet en Cúcuta y otras ciudades para promocionar productos y servicios.
5. Influencers gastronómicos: Colaborar con influencers gastronómicos locales y nacionales para promocionar productos y servicios.

En resumen, Kapricho Foods puede enfocarse en tres perfiles de compradores principales: el gourmet urbano, la anfitriona sofisticada y el viajero gastronómico. Utilizando plataformas como Instagram, Facebook y Pinterest, y colaborando con influencers gastronómicos, puede promocionar sus productos y servicios de manera efectiva.

**Proveedores de Yogurt Griego en Colombia**

A continuación, se presentan algunos proveedores de yogurt griego en Colombia:

* Marcas nacionales:
* Alpina Productos Alimenticios S.A.
* Cooperativa COLANTA
* Pasco
* Benedetto (emprendimiento en Boyacá)
* YogurtGriego.co (marca artesanal)
* Marcas internacionales:
* Chobani
* Oikos
* Yoplait
* Danone

Proveedores en la zona de Santander y Norte de Santander

No se encontraron proveedores específicos de yogurt griego en la zona de Santander y Norte de Santander. Sin embargo, algunas marcas nacionales como Alpina y COLANTA podrían tener distribución en esta región.

Tabla de fabricantes de yogurt griego y su comparación con @kapricho.foods

| Marca | Fortalezas | Debilidades | Comparación con @kapricho.foods |
| --- | --- | --- | --- |
| Alpina | Reconocimiento de marca, amplia distribución | Puede ser percibida como una marca tradicional | @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos, mientras que Alpina tiene una presencia más amplia en el mercado |
| COLANTA | Cooperativa de productores de leche, productos de alta calidad | Puede tener un precio más alto que otras marcas | @kapricho.foods y COLANTA comparten un enfoque en la calidad, pero @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos |
| Chobani | Marca líder en el mercado de yogurt griego, variedad de sabores | Puede ser percibida como una marca extranjera | @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos, mientras que Chobani tiene una presencia más amplia en el mercado |
| Oikos | Producto de alta calidad, variedad de sabores | Puede tener un precio más alto que otras marcas | @kapricho.foods y Oikos comparten un enfoque en la calidad, pero @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos |
| YogurtGriego.co | Marca artesanal, productos naturales y exclusivos | Puede tener una distribución limitada | @kapricho.foods y YogurtGriego.co comparten un enfoque en productos exclusivos y naturales |
| Pasco | Marca establecida en el mercado, variedad de productos | Puede ser percibida como una marca tradicional | @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos, mientras que Pasco tiene una presencia más amplia en el mercado |
| Benedetto | Emprendimiento innovador, productos de alta calidad | Puede tener una distribución limitada | @kapricho.foods y Benedetto comparten un enfoque en productos exclusivos y de alta calidad |
| Danone | Marca líder en el mercado de productos lácteos, variedad de productos | Puede ser percibida como una marca tradicional | @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos, mientras que Danone tiene una presencia más amplia en el mercado |
| Yoplait | Marca establecida en el mercado, variedad de productos | Puede ser percibida como una marca tradicional | @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos, mientras que Yoplait tiene una presencia más amplia en el mercado |
| Lala | Marca establecida en el mercado, variedad de productos | Puede ser percibida como una marca tradicional | @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos, mientras que Lala tiene una presencia más amplia en el mercado |

Buyer persona para cada marca

* Alpina: Mujeres y hombres de 25-45 años, que buscan productos lácteos de alta calidad y reconocen la marca Alpina como una opción confiable.
* COLANTA: Mujeres y hombres de 25-45 años, que buscan productos lácteos de alta calidad y valoran la cooperativa de productores de leche.
* Chobani: Mujeres y hombres de 18-40 años, que buscan productos saludables y reconocen la marca Chobani como una opción líder en el mercado de yogurt griego.
* @kapricho.foods: Mujeres y hombres de 25-45 años, que buscan productos gourmet y exclusivos, y valoran la calidad y la presentación de los productos ¹ ².

En resumen, @kapricho.foods se enfoca en productos gourmet y exclusivos, mientras que las otras marcas tienen una presencia más amplia en el mercado y se enfocan en productos de alta calidad y reconocidos por su marca.

Comparacion Precios y Promesa Valor:

| **Marca** | **Propuesta de Valor** | **Rangos de Precio (COP)** | **Presentaciones** |
| --- | --- | --- | --- |
| San Martín | Yogur griego premium natural, sin almidones ni harinas añadidas, endulzado con stevia en algunas líneas. Destaca por calidad artesanal y sabor auténtico. Contiene probióticos. | $6,900 - $7,000 | 150 g |
| POE | Yogur griego artesanal elaborado con métodos tradicionales, 100% natural, sin conservantes, sin azúcares ni almidones añadidos, endulzado con stevia. Rica textura aterciopelada y alto contenido de proteína (16 g). | $12,900 - $54,900 | 170 g, 960 g |

Otra comparativa

| **Marca** | **Presentación** | **Precio aproximado (COP)** |
| --- | --- | --- |
| Dejamu | Yogur griego 160 g | $5,690 |
| Latti | Yogur griego 160 g | $4,800 - $5,000 aproximadamente |
| La Cuesta | Yogur griego 150-200 g | No disponible precio exacto reciente, suele estar cerca de Latti |
| San Martín | Yogur griego 150 g | $6,900 - $7,000 aproximadamente |
| POE | Yogur griego 170 g | $12,900 |