

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Reto BabyNes

Camila Ontaneda Moncayo
Comunicación Publicitaria

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
comunicación publicitaria

Quito, 5 de mayo de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Reto BabyNes

Camila Ontaneda Moncayo

Nombre del profesor, Título académico

Phd(c). Cristina Castrillón

Quito, 5 de mayo de 2020

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Camila Ontaneda Moncayo

Código: 00125383

Cédula de identidad: 1716821036

Lugar y fecha: Quito, 05 de mayo de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

BabyNes es un sistema de tecnología nutricional que facilita la vida de las madres, ofreciéndoles una rápida, segura e higiénica preparación de fórmulas infantiles, garantizando la mejor nutrición para sus bebés. El nuevo reto que tiene la marca es lograr una manera más cómoda de transportar el producto cuando las madres salen fuera de casa. Para esto se han desarrollado varias propuestas prácticas que ayudarán a cumplir esta necesidad. En esta época de pandemia, las empresas deben tener un compromiso social. Por lo cual, BabyNes lanza una iniciativa que promueve la reflexión de la importancia que tiene la familia. A pesar de que esta marca ha tenido gran acogida en varios países del mundo, aún tiene que expandir su mercado, principalmente en países latinoamericanos. Se pretende que para los próximos años esta marca pueda llegar a más hogares.

Palabras claves: *BabyNes, bebe, nutrición, portabilidad, marca, accesorios, hogar, casa.*

ABSTRACT

BabyNes is a nutritional technology system that has as its main purpose to facilitate the lives of mothers. Offering them a quick, secure and hygienic baby formula, guaranteeing the best nutrition. The new challenge that BabyNes is facing is to achieve the way to provide the most comfortable way to transport its product when mothers go outside home. For that BabyNes has developed several practical proposals that will help to achieve that goal. In this pandemic, companies must have a social compromise. For that reason, BabyNes has launched a campaign that promotes the reflection on the importance of family. In spite of having a great reception on many countries, BabyNes still has to expand its market, mainly in Latin-Americans countries. The intention is that in the next years, this brand can reach mora households.

Keywords: *BabyNes, baby, nutrition, portability, brand, accessories, household, home.*

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	9
MARCO TEORICO.....	10
Historia y desarrollo de las formulas infantiles.....	10
Fórrmulas infantiles en la actualidad.....	12
ANTECEDENTES.....	14
RETO.....	17
Planteamiento del problema.....	17
Investigación.....	17
SOLUCIÓN	19
Línea de accesorios BabyNes.....	19
Punto de venta.....	22
CAMPAÑA SOCIAL.....	24
Ventajas del producto en tiempos de Covid-19.....	24
Desarrollo de campaña digital	25
CONCLUSIONES	29
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Máquina nutricional BabyNes.....	15
Figura 2.- Portador y dispensador de capsulas BabyNes.....	19
Figura 3.- Cargador de biberón BabyNes.....	20
Figura 4.- Biberón BabyNes.....	21
Figura 5.- Funcionamiento del cargador y biberón BabyNes.....	21
Figura 6.- Máquina BabyNes en cafeterías y restaurantes.....	22
Figura 7.- Isla BabyNes colocadas en centros comerciales.....	23
Figura 8.- Tratamiento del agua a través de su filtro.....	25
Figura 9.- Publicación de momentos en familia	26
Figura 10.- Posteo en el Facebook oficial de la marca	27
Figura 11.-Galería de publicaciones.....	28
Figura 12.- Post por el día de la madre.....	28

INTRODUCCIÓN

BabyNes es un dispositivo indispensable que ahorra tiempo y trabajo en la preparación de los biberones. Esta tecnología es una excelente alternativa de alimentación e higiene infantil, cuando las madres que por diferentes razones escogen el camino de alimentación mediante fórmulas. BabyNes es un sistema innovador de alimentación de alta calidad, que busca apoyar a las madres en esta nueva etapa, facilitándoles el proceso de preparación de los alimentos. Esta marca posee una línea completa para solventar una alimentación adecuada en las diferentes etapas de crecimiento del bebe. BabyNes posee una máquina segura y efectiva para la preparación del biberón, con cápsulas que contienen distintas marcas de fórmulas para bebés. Otras de las ventajas de este dispositivo, es que no hay riesgo de quemaduras para el bebé, ya que este contiene una rueda de control de temperatura ideal.

La mayoría de las madres jóvenes salen de casa a realizar distintas actividades diarias, por lo que la finalidad de esta investigación es proponer a la marca BabyNes la mejor alternativa para que las madres que utilizan esta tecnología, puedan seguir usándola cuando se encuentran fuera de casa. Esta marca todavía no se ha incorporado en el mercado latinoamericano, por lo que parte de las recomendaciones es buscar la mejor estrategia para que BabyNes pueda llegar a más países.

MARCO TEÓRICO

Historia y desarrollo de las fórmulas infantiles

Grupos primitivos pre hispánicos de diferentes continentes en el mundo, alimentaban a los lactantes y los niños con diferentes métodos en los primeros años de vida. Muy pocos miembros de estos grupos amamantaban al recién nacido en seguida de su nacimiento, la gran mayoría consideraban que el calostro, es decir la primera leche que sale del pecho de la madre, era nocivo para el bebé; por lo que no le alimentaban en los primeros días, y posteriormente optaban por alimentos solidos masticados o leche de animales como dieta principal.

Oscar Brunser, profesor de pediatría de la Universidad de Chile, menciona que antiguamente, si por alguna los bebés “no podían ser amamantados por sus madres, estos eran entregados a nodrizas o morían por desnutrición e infecciones”. (Brunser, 2015). Desde épocas muy antiguas, era muy común utilizar nodrizas para alimentar a los lactantes, como se puede ver en Éxodo: 2, cuando Moisés es rescatado y debe ser amamantado por una nodriza. Sin embargo, muchas personas no estaban de acuerdo con el cuidado de las nodrizas y por esto se acudió a la leche de animales como vaca, cabra, oveja, burra, camello, entre otros. (Brunser, 2015). Otro método alternativo a la lactancia, consistía en filtrar la leche por medio de un paño o esponja, para que el bebe lo succionara, a esto lo podríamos considerar la primera alimentación artificial para un infante.

Aproximadamente, “hasta el siglo XIX los niños no amamantados fueron alimentados con prácticamente cualquier producto lácteo o no lácteo disponible” (Brunser,2015). Esto provocó grandes epidemias a causa de la mala manipulación del proceso de las bebidas. Por

esta razón existía un alto índice de mortandad de niños, siendo la principal causa la falta de higiene, sobre todo en países Europeos. El 68,1 % de hijos de madres solteras de entre 0 y 10 meses, en el que la principal fuente de alimentación era la leche animal, moría. (Scholossmann A. Cheldrens Hospital, University of Düsseldorf, Alemania). En los años subsiguientes las personas empezaron a entender las consecuencias que puede traer una mala manipulación de alimentos; lo que llevó a una gran mejora en la higiene de los alimentos para infantes, además se destacó a la importancia del aseo en casa.

“A inicios de siglo diecinueve, se redujo el uso de nodriza y se empezó a industrializar alimento especiales para los lactantes. Este proceso fue un continuo desarrollo por parte de muchos científicos, sobre todo farmacéuticos. “Nicolás Appert produjo en Francia el primer sistema para preservar alimentos en envases de vidrio sometiéndolos a calentamientos y cierre hermético. Durand demostró, que se podía preservar alimentos en envases de hojalata, para después cocinarlos y sellarlos” (Brunser, 2015). En Suiza, en el año 1856, se fundó la *Anglo Swiss Condensed Milk Co*, tras el éxito de Gail Borden con la creación de la leche condensada. Otra gran creación fue la de Justus von Liebig que el año 1865, él produjo *Suppe für saugglinge*, o sopa para lactantes, “contenía leche descremada, harina de trigo, malta y bicarbonato de potasio” (Brunser, 2015). En un inicio esta fue producida en boticas y pronto fue industrializada en formato de polvo en empresas europeas y americanas.

En Suiza en el año 1867 Heri Nestlé *produjo Farine Lactéte*, este estaba compuesto de almidón de trigo, dextrina, leche descremada, este producto tuvo un gran alcance; por lo que “*Anglo Swiss Condensed Milk Co* compró su firma y su nombre comercial. (Brunser, 2015). Más adelante, se produjeron muchos productos en polvo a nombre de diversas marcas como: *Nestlé Food, Horlick’s Malted Milk, Mellin Food*, etc. Estas fórmulas estaban conformados a base de leche descremada, sacarosa, malta y almidones, pero carecían de sustentos

primarios, conteniendo muchas calorías que incitaban a la obesidad. (Radbiil S. Clin Pediatr, 1981, 613-21).

Posteriormente, se efectuaron investigaciones sobre los compuestos tanto de la leche materna como de la leche de vaca, y se obtuvieron datos más precisos sobre lo que requieren los lactantes. Esto permitió fabricar fórmulas con composiciones más fiables y adaptadas a las necesidades de los infantes. Adicionalmente, se decidió mejorar los envases, utilizando materiales como acero laminado y barniz sanitario interior, que brindaba una mejor preservación del producto. A parte de una mejor higiene, la leche en polvo lograba otro beneficio que favorecía a las ventas. Uno de los problemas que tenía la leche líquida era su corta duración. A falta de refrigeración la leche en polvo ofrecía la ventaja de preservarse más tiempo.

Las fórmulas artificiales en la actualidad

La Organización Mundial de la Salud, publica en su pagina oficial que “La lactancia natural es una forma sin parangón de proporcionar un alimento ideal para el crecimiento y el desarrollo sano de los lactantes; también es parte integrante del proceso reproductivo, con repercusiones importantes en la salud de las madres” (World Health Organization, 2013). Aunque la lactancia es la alimentación más adecuada para el infante, hay mamás que por distintas razones y aconsejados por especialistas de la salud, tienen que elegir otras alternativas de alimentación como fórmulas artificiales. Hoy en día las fórmulas infantiles se adaptan a las condiciones y necesidades de cada lactante. Existen múltiples tipos de fórmulas, éstas se las clasifica por edad, función, componentes y condiciones especiales, por lo que es indispensable evaluar qué tipo de fórmulas necesita cada bebé. La nutrición del mismo es una de las cosas más importante desde el primer día de su llegada.

Actualmente existen muchas marcas que se dedican hacer fórmulas y suplementos para infantes. Un ejemplo de esto es la marca Gerber. Esta marca fue creada en el año 1927, por Daniel Frank Gerber. Empezó vendiendo compotas de frutas y verduras para infantes y así se mantuvo durante muchos años, luego empezó a sacar fórmulas de leche y posteriormente suplementos y otros alimentos. En el año 2007 Gerber fue comprada por la gigante marca Nestlé.

ANTECEDENTES

BabyNes es una marca de nutrición infantil. Esta vende un innovador sistema de nutrición integrado para la madre y el bebé. Por un lado, esta novedosa marca vende una máquina tecnológica que se encarga de la preparación de las fórmulas de leche en cápsulas, ofreciendo una higiene superior y un diseño intuitivo. Por otro lado, BabyNes vende esta variedad de fórmulas empaquetadas en cápsulas, que tienen una dosis única; están diseñadas para satisfacer las necesidades nutricionales del bebe en cada etapa de su crecimiento. Además, BabyNes no se encarga únicamente de la alimentación del bebe, también produce suplementos durante el embarazo y lactancia de la madre, que tienen el fin de fortalecer tanto a las madres como a su hijo durante estos períodos, contienen una matriz única de ingredientes 2 + 2 Inner Smile™ para su salud intestinal (Página oficial BabyNes). Adicionalmente, BabyNes ha hecho algunas alianzas con marcas como Gerber-Nestlé, quienes venden las cápsulas de fórmula infantil de su propia marca, y utilizan la tecnología de BabyNes.

El proceso de preparación es lo que facilita enormemente la vida de la madre; consiste en tomar la cápsula que sea adecuada para la edad del bebé, ponerla en la máquina, escoger la temperatura adecuada y aplastar el botón de inicio de la preparación. El resultado es un biberón preparado rápidamente, a temperatura perfecta, se obtiene una consistencia cremosa de la leche y sin grumos, lista para que el bebé disfrute. Para poder comprender mejor de lo que trata este sistema, nos guiaremos por la figura 1, en la que se encuentra la máquina BabyNes y alrededor las cápsulas de fórmula BabyNes. En la parte superior de la máquina podemos ver un compartimento donde se coloca el agua, la tecnología de la marca va a

mezclar la perfecta cantidad de agua dependiendo de la cápsula que se coloque. En un sentido de arriba hacia abajo lo siguiente que vemos es el botón del centro, el cual indica el inicio del proceso, alrededor de este botón se encuentra una rueda giratoria que indica la temperatura a la que se desea el preparado, y al lado derecho del botón de inicio se encuentra el botón de encendido. Mas abajo esta una pequeña bandeja que se tira para adelante, donde se coloca la cápsula, se la empuja para adentro. Finalmente tenemos la placa para colocar el biberón.



Figura 1: Máquina nutricional BabyNes

El actual slogan de la marca BabyNes es “*Next generation of baby formula*”, (La nueva generación de fórmulas para bebés), esta frase es muy acertada, ya que esta marca es una idea muy innovadora que brinda grandes beneficios a las madres y a sus bebés. ¿Qué ventajas ofrece BabyNes? El valor agregado de esta marca es la tecnología que ofrece, diferenciándose de las demás fórmulas tradicionales. Si hablamos de la máquina, podemos

encontrar ventajas tecnológicas que facilitan la preparación de alimentos para bebés. El principal beneficio sin duda es la facilidad y la rapidez de preparación. Por otro lado hay que tomar en cuenta la garantía sanitaria con que se maneja durante todo el proceso. Como por ejemplo filtro para agua, y el empaque hermético que tienen las capsulas. Por otro lado la máquina BabyNes viene con wifi incorporado, lo que envía información al panel de control MyBabyNes en línea. Este enlace permite recibir alertas de alimentación, lo que informa a la madre cuando y cuantos biberones se están preparando para su bebé, cuando ella no se encuentra físicamente con él. Además, viene con una función que permite a la madre ver y seguir la nutrición y el crecimiento de su bebé, esto es recibir asesoramiento nutricional personalizado. A través de esta conexión, se puede establecer la distribución automática de los recambios de las fórmulas que necesitará el infante en los próximos días.

RETO:

El grupo objetivo de la BabyNes son madres modernas de nivel socio económico medio alto y alto, que en su gran mayoría trabajan y tienen un estilo de vida activo. El público al que se dirige la marca busca soluciones innovadoras que brinden la mejor nutrición a sus bebés, al mismo tiempo que les permita seguir con su estilo de vida dinámico y que puedan estar tranquilas sobre la alimentación de sus hijos cuando tengan que estar fuera de casa y tengan que dejarlos con un cuidador. La marca plantea algunos problemas que son necesarios resolver para poder expandir su mercado y generar más ventas.

Planteamiento del problema

Conseguir que la forma de alimentación BabyNes se adapte al estilo de vida de las madres modernas, quienes tienen el tiempo muy limitado, porque cumplen muchas actividades diarias que no les permite permanecer en casa todo el día. A pesar de que el sistema BabyNes es muy sencillo y eficaz dentro del hogar, es complicado transportar esta máquina nutricional fuera de casa. Con la finalidad de ayudar a las madres en este sentido, se ha desarrollado una solución estratégica a esta necesidad.

Investigación:

Para confirmar las necesidades que posee la marca se realizaron entrevistas a madres entre 28 y 40 años con hijos entre 0 a 4 años, con el propósito de conocer su opinión acerca de la marca, descubrir algunos datos que nos ayuden a entender cuales son los comportamientos que ellas tienen con sus infantes y qué esperan que les brinde las distintas

marcas que usan para la alimentación de sus hijos. Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes: 1. ¿Has escuchado sobre la marca BabyNes?, 2. ¿Qué opinas sobre este novedoso sistema de alimentación?, 3. Encuentras algo positivo en él?, 4. ¿Crees que se adapta a tus necesidades como mamá? y 5. ¿La comprarías?.

Los resultados obtenidos fueron desconcertantes en un inicio ya que ninguna mamá entrevistada conocía sobre de la marca. Sin embargo, una vez que se les mostro BabyNes, sus productos y la función de ésta, las madres expresaron curiosidad y agrado hacia la marca, y que les parecía una idea muy ingeniosa y útil. Los comentarios de duda que se recibieron, fueron que estaban preocupadas por el desperdicio de plástico que las cápsulas pueden generar y por otro la portabilidad y la incomodidad que podrían tener al trasladarse con la máquina.

SOLUCIÓN:

Línea de accesorios BabyNes

La mejor manera para resolver el desafío planteado ha sido buscar una solución estratégica pero que siga siendo útil durante la vida activa de la madre. Para esto se ha creado una línea de accesorios de la marca, que facilite a la madre tanto el transporte como la preparación de las fórmulas BabyNes. Esta línea de accesorios llamada BabyNes fuera de casa, comprende tanto productos ya existentes, como nuevas propuestas sencillas e innovadoras que ayudaran a la movilidad. Se pretende que la marca vaya creando nuevos accesorio cada año, estos pueden ser innovadores y que ayuden a la portabilidad del sistemas Babynes o que sean artículos cotidianos que las madres necesitan como: biberones, chupones, carriolas, etc. Entre los accesorios que la marca ya dispone, está el dispensador de cápsulas, que podemos verlo en la figura 2, este guarda la cápsula con la ventaja de no manipularla con las manos al momento de usarla, ya que esta introduce el producto directamente dentro del biberón.



Figura 2: Dispensador de cápsulas BabyNes

Las madres modernas viven activamente y no tienen mucho tiempo para estar en casa, muchas veces llevan a sus hijos afuera y necesitan alimentarlos sin tener que llevar aparatos grandes y pesados, cualquier madre quiere cargar el menor peso posible. La propuesta que se plantea para mejorar esta necesidad, es el nuevo cargador de bebida inalámbrico, cuya función es calentar el biberón a la temperatura correcta. Este se lo puede apreciar en la figura 3. El cargador es compacto y conserva un diseño simple pero práctico. Este cargador de bebida pesa apenas 11.2 onzas y está hecho de aleación de aluminio, ligero y duradero. Posee una almohadilla antideslizante inferior que firmemente se sujeta a las superficies evitando eficazmente cualquier deslizamiento.



Figura 3: Cargador de biberón BabyNes

Es muy seguro de usar ya que tiene temperatura inteligente, posee un sensor de control electrónico, con chip de control de temperatura, lo que brinda protección contra sobrecalentamiento, manteniéndolo a una temperatura constante de 37 grados centígrados. Además, se apaga automáticamente y tienen un sistema de identificación inteligente para detener el trabajo de calentamiento de otros productos que no sea el biberón BabyNes. El cargador BabyNes es inalámbrico y rápido de cargar, y como cualquier cargador, se lo puede

cargar una hora antes de salir de casa, o cargarlo en la noche y tenerlo listo. Es compatible con todos los dispositivos habilitados para Qi. Debe ser usado con el biberón BabyNes, que compagina con la misma tecnología del cargador. La característica de este biberón es su base plana, lo que permite el calentamiento adecuado del líquido (figura 4).



Figura 4: Biberón BabyNes.

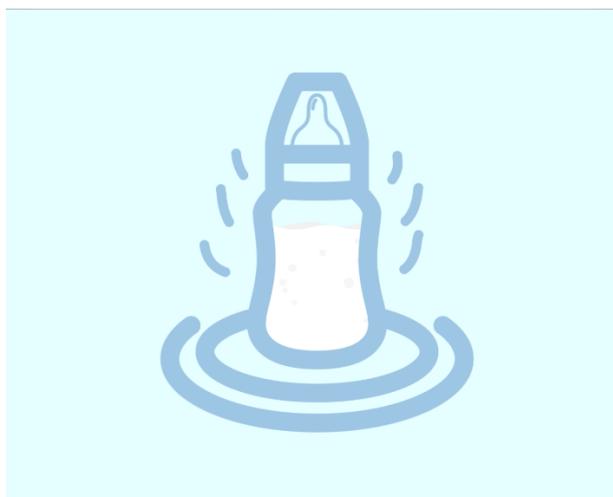


Figura 5: Funcionamiento del cargador y biberón BabyNes.

Puntos de ventas BabyNes

Se ha creado una nueva estrategia para facilitar a las madres que gustan de ir a restaurantes o cafeterías con sus niños. BabyNes creará una alianza con estos establecimientos, proveyéndoles la máquina de nutrición y sus cápsulas, de tal manera que brinden el servicio de preparación de biberones. La máquina deberá estar en un sitio visible con la respectiva publicidad para que cuando las madres requieran este servicio, ellas mismas se acerquen y preparen el biberón, como vemos en la figura 6. El restaurante se encargará de facilitarle la cápsula requerida. En esta estrategia la madre únicamente debe llevar el respectivo biberón.



Figura 6: máquina BabyNes en cafeterías y restaurantes.

Se ha desarrollado la estrategia de colocar una isla BabyNes dentro de los centros comerciales, tanto para adquisición de las cápsulas como de los diferentes accesorios BabyNes. Estas islas deberán facilitar el uso de la máquina de nutrición, en el caso de requerir la preparación del biberón. Este servicio será gratuito, como parte de los beneficios de la marca. Adicionalmente, esto ayudará a la promoción y venta de los productos BabyNes, para personas que no conozcan de la marca. Se pretende que estas islas tengan un diseño llamativo como en la figura 7.



Figura 7: Isla BabyNes colocadas en centros comerciales, autor Young Yang.

CAMPAÑA SOCIAL

Ventajas del producto en épocas de Covid-19

“El Covid-19 es una enfermedad infecciosa causada por el coronavirus descubierto recientemente. Antes del brote ocurrido en diciembre del 2019 en Wuhan, China, no se había identificado a este nuevo virus ni su enfermedad” (World Health Organization, 2013). Uno de los principales consejos para protegernos ante esta enfermedad es tomar precauciones en la higiene personal y manipulación de productos como: alimentos, utensilios, ropa entre otros.

Esta época de la pandemia nos exige mayor higiene, sin embargo, la forma en la que frecuentemente las madres transportan el alimento de sus hijos, puede resultar peligroso cuando llevan la fórmula en recipientes inseguros o puestos directamente en el biberón, se esta manipulando el producto, lo que puede ser motivo de contagio del Covid-19. Por esto, el sistema BabyNes es ideal para una alimentación higiénica de los infantes y de los suplementos de la madre. Este sistema es totalmente seguro, nos ayuda a no contagiar el alimento de nuestros bebes, ya que no habría contacto de la fórmula con las manos, ya sea que estemos en casa y usemos la máquina BabyNes o estando afuera de ella, utilizarían el dispensador de cápsulas. La máquina BabyNes está hecha sin BPA (bisfenol A) y utiliza cápsulas herméticamente selladas que protegen la fórmula de la contaminación, ingeniosamente también posee un filtro único que mantiene el agua libre de bacterias (Página oficial BabyNes), como podemos ver en la figura 8. Su diseño permite que la fórmula fluya directamente de la cápsula a la botella, sin entrar en contacto con la máquina y le permite ajustar la temperatura de cada botella.



Figura 8: tratamiento del agua a través de su filtro.

Desarrollo de campaña digital Covid-19

Dada esta situación mundial la marca BabyNes ha creado la campaña: “La familia es primero”, que promueve el compartir más tiempo con los hijos, tanto en cantidad como en calidad. En estas circunstancias que atraviesa el mundo, nos hemos dado cuenta de la importancia de la familia y el estar presentes en cada momento del crecimiento de los hijos. El objetivo comercial de la marca es fortalecer la imagen en países donde ya tiene gran acogida como Asia, mientras hace sonar el nombre de la marca en países donde aún no es muy conocida. Esta iniciativa se pretende realizar a través de las redes sociales, principalmente en Facebook e Instagram. Aquí los padres publicarán en sus perfiles sociales, fotografías y videos disfrutando de distintas actividades con sus hijos. (Figura 9).

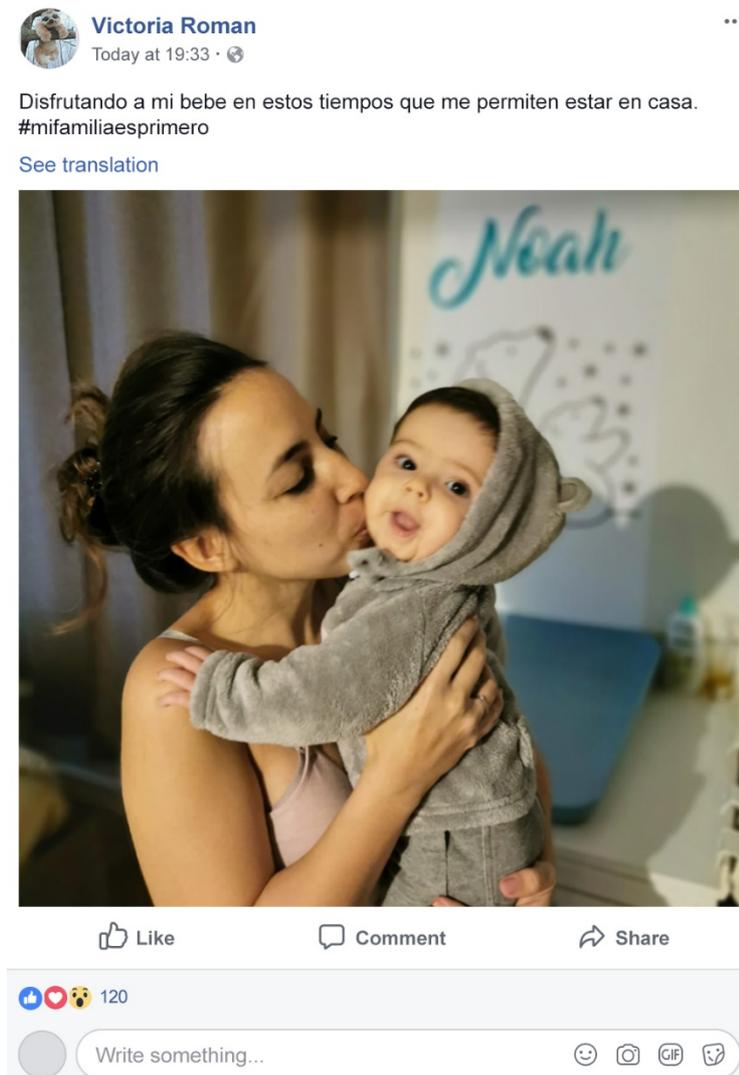


Figura 9: Publicación de momentos en familia con el #mifamiliaesprimero

Con el #mifamiliaesprimero, BabyNes invita a los padres de familia a apreciar los momentos del crecimiento de sus hijos. Esta marca busca entregar un mensaje de reflexión familiar que inspire positivismo y esperanza. BabyNes subirá posteos de algunas familias a sus redes sociales, como vemos en la figura 10, mostrando que unidos podemos salir adelante, no solo de esta crisis sanitaria, sino con la esperanza de tener un futuro diferente donde la familia sea prioridad. Una vez a la semana se realizará una galería con la recopilación de los diferentes momentos en familia. (Figura 11)



Figura 10: Posteo en el Facebook oficial de la marca BabyNes



Figura 11: Galería de publicaciones

Así mismo, la marca busca estar presente en fechas especiales de la familia, como el día del padre, el día del niño, o el día de la madre, en las que se subirán publicaciones en redes sociales, en la Figura 12, podemos ver una propuesta para el día de la madre.



Figura 12: Post por el día de la madre, Ecuador.

CONCLUSIONES

La marca necesita ser conocida en occidente y sobre todo en Latinoamérica. Se sugiere realizar el estudio de mercado respectivo, para saber cual es la mejor manera de ingresar a estos mercados. Si BabyNes es parte de la Corporación Nestlé y Nespreso, empresas que tienen una gran reputación en todo el mundo, debería aprovechar estos vínculos para darse a conocer en más países. Otra sugerencia es asociarse con otras marcas de fórmulas para que las madres puedan usar la que se adapte mejor a su bebé, y sigan usando la tecnología que ofrece BabyNes.

La imagen social que tiene una marca es muy importante, trae muchos beneficios de reconocimiento. Por lo cual, sería significativo que en un futuro BabyNes creara su propia fundación, como parte de su compromiso social. Esto con el objetivo de llegar a niveles socioeconómicos bajos, sobre todo en maternidades que no disponen de fórmulas infantiles, necesarias cuando las madres no pueden amamantar a sus bebés. Más aún en estos momentos de crisis sanitaria esto sería primordial, ya que muchas madres tal vez se encuentren contagiadas y no puedan darles la alimentación necesaria a sus hijos recién nacidos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brunser, O. (2015). Historia y desarrollo de las fórmulas infantiles Dr. [Diapositivas].

Recuperado de <https://slideplayer.es/slide/6183766/>

Córdoba, J. (2013, febrero 13). 13 febrero, 2013 –. Recuperado 20 de abril de 2020, de

<https://jcordobaduran.wordpress.com/2013/02/13/>

Dick DeBartolo. (2017, junio 9). Gerber BabyNes Baby Formula Dispenser [Archivo de

vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ccJUI7CtIis>

Gerber. (s. f.). Gerber's history & heritage. Recuperado 15 de abril de 2020, de

<https://www.gerber.com/about/our-history>

Guiainfantil. (2016, octubre 19). La lactancia artificial tiene siglos de historia. Recuperado

12 de abril de 2020, de <https://www.guiainfantil.com/blog/leches-de-formula-innova/lactancia-artificial-tiene-siglos-de-historia/#header0>

Hoyos, A. (2003). GUÍAS PROVISIONALES UNIDAD DE RECIÉN NACIDOS.

Recuperado de <http://www.neonatos.org/DOCUMENTOS/guias.pdf#page=216>

World Health Organization. (2013, julio 9). OMS | Lactancia materna exclusiva.

Recuperado 28 de abril de 2020, de

https://www.who.int/nutrition/topics/exclusive_breastfeeding/es/

Pishposhbaby. (s. f.). Gerber BabyNes Feeding System. Recuperado 20 de abril de 2020, de <https://www.pishposhbaby.com/gerber-babynes-feeding-system.html>

Scotland, L. (2018, febrero 28). Review: The Gerber BabyNes Nutrition System.

Recuperado 20 de abril de 2020, de

<https://southbaymommiesanddaddies.com/2018/02/28/gerber-babynes/>

Tamis-LeMonda, C., & Rodriguez, E. (2008, marzo). El rol de los padres en fomentar el aprendizaje y desarrollo del lenguaje en niños pequeños. Recuperado 20 de abril de 2020,

de <http://ceril.net/index.php/articulos?id=411>