

# PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE UN PRODUCTO EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA: BOLLO DE MAÍZ EJECUTIVO \*

Yolanda Vega Sampayo\*\*

Sergio Huguet Herazo\*\*\*

Tutora: Ph.D (c), Pabla Peralta Miranda\*\*\*

Universidad Simón Bolívar

**RECIBIDO:** abril 13 de 2015

**ACEPTADO:** junio 2 de 2015

## Resumen

El objetivo de la presente investigación, fue realizar una propuesta de mejoramiento de un producto en la ciudad de Barranquilla: bollo de maíz ejecutivo. El diseño de investigación es transversal, la técnica aplicada fue la encuesta con preguntas semiestructuradas, y la observación directa, los instrumentos aplicados fueron la bitácora de observación y un cuestionarios aplicado a 100 consumidores entre 15 y 50 años, el muestreo fue aleatorio en la ciudad de Barranquilla. El resultado obtenido fue que el 100% de los encuestados está dispuesto a comprar este producto, el cual consideraron innovador, y saludable para mejorar la calidad de vida de los consumidores, siendo los motivos que un 60% de los informantes expresan padecer de diabetes, colesterol, presión alta, y afección cardiaca e incluso también por estética. Se concluye que esta propuesta de producto mejorado puede convertirse en un proyecto de emprendimiento empresarial porque se presenta como una alternativa estratégica encaminada a la generación de empleo y al desarrollo socioeconómico de la región.

**Palabras clave:** Bollo de maíz, producto, propuesta.

---

\* Este proyecto es producto de la asignatura de mercado.

\*\* estudiante del Programa de Administración de Empresas de la Universidad Simón Bolívar, integrantes del semillero de Investigación Germinación

\*\*\* estudiante del Programa de Administración de Empresas de la Universidad Simón Bolívar, integrantes del semillero de Investigación Germinación

\*\*\* Ph.D (c). En Marketing, Docente Investigadora, vinculada a la Universidad Simón Bolívar

# **PROPOSAL FOR IMPROVEMENT OF A PRODUCT IN THE CITY OF BARRANQUILLA: BUN EXECUTIVE CORN**

## **ABSTRACT**

This article is the result of an investigation, whose main objective was to make a proposal for improving a product in Barranquilla: Executive Boiled Fresh Corn Rolls. For this a mixed methodology (qualitative and quantitative) and a method of inductive research, applied research techniques were the interview, survey, and direct observation, the sample size for 100 consumers between 15 and 50 years in the city of Barranquilla, like result obtained 100% are willing to buy this product, as they consider innovative, and is healthy for the quality of life of consumers, 60% diabetes, cholesterol, high blood pressure, and heart disease and even also for aesthetics. The investigation concluded that the proposed improved product will become an entrepreneurship project because it is presented as an alternative strategy aimed at job creation and economic development of the region.

**Key words:** Executive Boiled Fresh Corn Rolls, product, proposal

## INTRODUCCIÓN

La alimentación siempre ha estado relacionada con la cultura en cuestión de preferencias de platos al momento de disfrutarlos, en su forma de preparación y hasta por tradición, sin embargo, se observa que en el consumo actual existe un desequilibrio alimenticio, priorizándose las comidas perjudiciales para la salud en la cadena alimenticia.

El presente trabajo de investigación tiene el propósito de estudiar la aceptación de un producto mejorado *bollo de maíz ejecutivo* para la alimentación sana en la ciudad de Barranquilla, sin conservantes ni ingredientes perjudiciales para la salud, hecho de combinaciones exóticas como lo son las verduras, las carnes rojas y blancas que se presentan en la región Atlántica con el fin de iniciar con un proceso de

recuperación de una alimentación saludable en esta zona del Caribe, a su vez deleitar a sus consumidores adaptándolos progresivamente a las preferencias de elegir alimentos saludables.

## MARCO TEORICO

Según Paliwal, Granados, Renee y Violid, D. (2001) comentan que desde la época precolombina el maíz ha sido uno de los cereales más utilizados por el hombre, del origen se dice que fue una planta cultivada por agricultores hace 7000 y 10000 años. Por otro lado la Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación et al. (2001) mencionan que el maíz cultivado es una planta completamente domestica, por lo tanto el hombre y el maíz han vivido evolucionando juntos desde tiempos remotos, a su vez resaltan que este cereal es una de las especies más cultivadas

y productivas, además, contiene el mayor grado para la producción de carbohidratos por unidad de superficie por ella. A su vez el maíz en su forma de cultivo fue el primer cereal en ser sometido a grandes, rápidas e importantes transformaciones tecnológicas.

Tovar y Orozco, (2012) indican que el maíz es uno de los cereales que más se consume a nivel global, utilizado para la alimentación humana y animal, como materia prima para producir almidón industrial y alimenticio, fabricación de edulcorantes, dextrinas, aceite y otros productos derivados del proceso de fermentación, como el etanol, alcohol industrial, dióxido de carbono, variedad de aminoácidos, antibióticos, plásticos etc. También señala que el maíz es un cereal perteneciente a la familia de las gramíneas, monoica significa que sus espiguillas y la mazorca están situadas en diferentes zonas

de la planta.

Lo anterior muestra la importancia que tiene el maíz y la diversificación de productos que se pueden obtener de este cereal, razón que da pie para innovar con la elaboración de un Bollo Ejecutivo que tenga un impacto en la satisfacción de las necesidades del consumidor que de muestra de la aceptación en el mercado.

Según Navarro y Vargas (2008) señalan en un estudio realizado en la ciudad de Barranquilla, en el que obtuvieron un resultados en 62 pacientes con factores para síndrome metabólico (Hipertensión + Obesidad, Hipertensión + Diabetes, o Diabetes + Obesidad) y luego de realizar las pruebas de laboratorio encontraron que el 85% mostraron que reunían por lo menos tres de cinco criterios de síndrome metabólico. La prevalencia del síndrome

metabólico fue de 74,2%, en donde personas de 50 a 59 años reflejaron el (84,2%) de esta enfermedad, con respecto al sexo las mujeres presentaron mayor diagnóstico con un (78,7%), y en los hombres el 60% fueron diagnosticados con síndrome metabólico. La indagación sobre los antecedentes clínicos personales y familiares que se presentaron los más importantes fueron la diabetes con 100%, la obesidad y la dislipidemia, con el 100% cada una. También se evidenció un elevado número de enfermedades como la hipertensión y otras enfermedades cardiovasculares.

A su vez Hernández (2012) menciona la importancia que tiene el maíz en la alimentación y en el sector económico a nivel mundial durante los siglos XX y XXI. Asegura que en países desarrollados el maíz es utilizado para forraje y la materia prima se emplea para producir alimentos procesados,

por otro lado en algunos países de América Latina gran cantidad del maíz producido o importado se usa para el consumo humano. Por tal razón se considera que el maíz ha sido y sigue siendo un factor de supervivencia para los campesinos e indígenas que se ubican en gran parte de los países del continente americano y latinoamericano. Al respecto Berth (2014) afirma que Nicaragua hizo de este cereal una operación para fomentar el cultivo y consumo de productos a base del maíz., incorporando el maíz con una variedad de productos tales como: Maíz y Folklore e información acerca del cultivo y ferias para fortalecer el consumo de este cereal.

A nivel nacional en Colombia se diferencian dos sistemas de producción; el sistema tecnificado y el tradicional, el primero se refiere a los monocultivos es decir más de cinco hectáreas, se desarrolla en terrenos planos, fértiles y con

disponibilidad de agua, utilizan tecnologías basadas en el intensivo uso de capital y mecanización para preparar el suelo, la siembra y la cosecha usan poca mano de obra. El segundo se emplea en la mayoría de las regiones donde prevalece la economía de comunidades indígenas, negras y campesinas Cárcamo et al (2011). A nivel regional se dice que el maíz se encuentra ampliamente difundido en todas las regiones del país, dada su especial adaptación a diversas condiciones agroclimáticas, este grano se cultiva desde la Guajira hasta el Amazonas y desde la costa pacífica hasta los Llanos Orientales y el Choco, en la cultura gastronómica del caribe los bollos tienen gran importancia ya que se consumen principalmente a la hora del desayuno, y por ser un alimento cocido envuelto en hojas de mazorca, lo cual refleja su origen indígena (Insignares, 2008). Cabe la pregunta:

¿Cómo Estudiar el Mercado para la aceptación un producto mejorado: Bollo de Maíz Ejecutivo para una alimentación sana en la ciudad de Barranquilla?

Actualmente en Colombia existe una gran variedad de platos típicos en el mercado gastronómico, sin embargo son pocos los que representan un valor nutritivo y sano para el consumidor, por lo cual se ha pensado en el bollo de maíz ejecutivo cuyo propósito es ser promocionado al mercado

Esta investigación valida las razones por la cual es ideal presentar una propuesta el bollo de maíz ejecutivo al mercado, debido a la mejora alimenticia al que puede ser influenciado el consumidor, manteniendo su mercado gastronómico y a la vez sumando un producto ya existente con un valor agregado que brindará beneficios en la salud y facilitará a un mercado apartado de este alimento al tener la posibilidad de un acercamiento a su consumo nuevamente.

En la sociedad Barranquillera son pocas las personas que se alimentan saludablemente, ya que en el bufet de productos gastronómicos tradicionales de la región, los alimentos que hacen parte de esa canasta tradicional carecen de componentes saludables, por tal razón el propósito de esta propuesta va dirigida a ofrecer a las personas de la ciudad de Barranquilla un producto balanceado y nutritivo con el fin de mejorar su calidad de consumo. Obregón et al (2013).

## **METODOLOGIA**

### Diseño

La presente investigación es de tipo transversal, según Gómez (2006) se recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e

interrelación en un momento. El método fue descriptivo pues según Salkind (1999) indica las características de un fenómeno existente, teniendo en cuenta que se toma basado en las necesidades de los consumidores. Esta investigación es de carácter cuantitativo dado que Schiffman y Kanuk (2005), se basa en la descripción, y los investigadores la utilizan para comprender las predicciones del comportamiento de los consumidores, identificando las variables independientes las cuales son: Diagnóstico del mercado, Aceptación y Producto mejorado.

## **Procedimientos**

Más (2010) señala que según Malhotra (1997) la investigación descriptiva tiene como finalidad describir la realidad y su principal método para recoger la información es la encuesta, lo cual significa que aplica para los procedimientos que se

llevaron a cabo en esta investigación. (P 191).

### **Instrumentos**

Se consultaron fuentes de información primarias como los consumidores, productores y vendedores ambulantes, en las fuentes secundarias se utilizaron las bibliografías como (comportamiento del consumidor Schiffman & Kanuk 2005) artículos científicos tipo (SCOPUS –ISI). En este caso la técnica de investigación utilizada fue la observación directa a través de una bitácora de observación y una encuesta Salkind (1999) plantea que los investigadores que aplican encuestas buscan estudiar directamente las características poblacionales, inspeccionan la frecuencia, relaciones entre variables como las actitudes, creencias, prejuicios, preferencias y opiniones.

Esta encuesta se llevó a cabo a través del instrumento (cuestionario), el cual contiene 9 preguntas cerradas (dicotómicas y múltiples), según Bernal (2006) señala que un cuestionario es el conjunto de preguntas diseñadas para formar, estandarizar y uniformar el proceso de recopilación de los datos necesarios que se requieren para poder lograr los objetivos del proyecto de investigación, en el cual se van a medir una o más variables.

### **Población**

La población objeto de estudio fueron los consumidores de Bollo de maíz entre 15 y 50 años, en la ciudad de Barranquilla, para determinar la muestra se tomó la fórmula estadística ( $n = \frac{Z^2 \alpha \cdot p_0 \cdot q_0}{d^2}$ ), donde se obtuvo un tamaño de la muestra de 100 elementos. Asimismo Fuentelsaz (2004) afirma que la fórmula para

calcular el tamaño de la muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es ( $n = \frac{Z^2 \alpha \cdot p_0 \cdot q_0}{d^2}$ ), indica que aplicando esta fórmula se puede obtener el número de observaciones o individuos necesarios para estimar una proporción, por lo tanto el tamaño de la muestra dependerá de los valores que se introduzcan en la fórmula

## RESULTADOS

Se aplicó una encuesta el muestreo fue en forma aleatoria para la aceptación del producto en el mercado, identificado bollo de maíz ejecutivo, cuyo producto se representa como un alimento innovador debido a sus componentes nutritivos que cumplen con los estándares en el cuidado de la alimentación sana y que se presentan consumo los siguientes resultados; estos se muestran de forma gráfica señalando el total de respuestas sobre la frecuencia para consumir el producto el porcentaje es el siguiente:

Gráfica 1. Consumo de bollo



Fuente: *Elaboración propia.*

La gráfica de los resultados anteriores de la investigación indica que el bollo de maíz es altamente consumido en la ciudad de Barranquilla, estimando que de 100 personas encuestadas, el 87% de los encuestados hombres y mujeres consumen con frecuencia el bollo de maíz, mientras que tan solo el 13% admite no consumirlo. Con relación al conocimiento que las personas tienen sobre este producto también se demostró que lo identifican perfectamente, por lo tanto se podría decir que la introducción del nuevo producto será relativamente positiva, teniendo como referencia que es un producto saludable.

Además de ser un producto altamente nutritivo también lo pueden consumir aquellas personas que padecen de diabetes, colesterol, presión alta, y afección cardiaca e incluso por estética. También se recolecto información sobre los medios que prefieren los consumidores para recibir este producto, y a través de los resultados obtenidos se evidencia que el 70% de los encuestados prefieren adquirir el producto a través de vendedores ambulantes. Con base en el nivel de la demanda, dentro del consumo, los resultados señalan un comportamiento regular de la cantidad de veces a la semana que se consume el bollo de maíz. Así mismo los resultados anteriores demuestran que el nuevo producto puede llegar a ser de consumo masivo e inclusive convertirse en un elemento preferencial en las comidas de los consumidores, ya que resalta un valor agregado que puede cambiar la forma en que se percibe el bollo en nuestra cultura.

Finalmente los consumidores están dispuestos a compra y consumir.

## **CONCLUSION**

Como resultado de la investigación presentada, se afirma que existe viabilidad en la promoción del bollo de maíz ejecutivo en la ciudad de Barranquilla, ya que este se encuentra respaldado por la necesidad del consumidor de alimentarse sanamente, evitando ingerir contenidos nutricionales perjudiciales para su salud y conservando el mismo alimento dentro de los platos tradicionales de la región.

Por otro lado, este trabajo y el resultado de investigación comprueba la importancia que tiene la innovación en el campo alimenticio y los grandes beneficios que puede proporcionar a la sociedad ofrecer nuevas alternativas que no comprometan la tradición, que logren cumplir con los

critérios de preferencias ya que innovar es ofrecer algo mejor a la sociedad con fines benéficos.

Finalmente, se logró demostrar que la investigación es una herramienta que nos acerca a encontrar una respuesta hacia una temática del cual se desea estudiar, mejorar o hasta conocer para su posterior discusión según sean las finalidades de ella. Pudimos determinar a través de los métodos cuantitativos y cualitativos las polémicas, actuales situaciones, viabilidades tales como alternativas y soluciones que puede haber y servir en la sociedad.

## REFERENCIAS

Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades. México: Pearson Educación.

Berth, C. (2014). Las Políticas de Alimentación Y de Consumo en Nicaragua. *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, XV (1), 79-108.

Cárcamo et al (2011) Biodiversidad, Erosión y Contaminación Genética del Maíz Nativo en América Latina: México. Edición María Isabel Manzur.

Fuentelsaz, C. (2004). Cálculo del tamaño de la muestra. *Matronas Profesión*, V(18),5-13.

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de investigación científica*. 1<sup>ra</sup> Edición. España: Brujas.

Hernández, J. A. (2012). El Origen y La Diversidad del Maíz en el Continente Americano. *Greenpeace*.

- Insignares, J. (2008). El Bollo e' Mazorca. *Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*, v (9), 1-2.
- Jiménez, A. (2008). *Tomado de <http://hoy.com.do/beneficios-del-maiz-en-la-saludla-vitamina-b7-o-biotina-le-aportan-los-beneficios-nutricionales-al-maiz/>*
- Más, F. (2010). *Temas de Investigación Comercial*. España: Editorial Club Universitario.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Navarro, E., & Vargas, R (2008). Síndrome Metabólico en el Suroccidente de Barranquilla Colombia. *Revista Salud Uninorte*, XXIV (1), 40-50.
- Obregón et al (2013). Factores promotores de cultura nutricional en adolescentes y adultos jóvenes de la Universidad de La Sabana. *Salud Uninorte. Barranquilla*, XXIV (3), 374-383.
- Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación (1997). *El maíz blanco*. Italia: CIMMYT.
- Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación (2001). *El maíz en los trópicos: mejoramiento y producción*. Roma: FAO.
- Paliwal, R., Granados, G., Renee, H., & D. Violid, (2001). El Maíz en los trópicos: mejoramiento y producción. *Producción y protección vegetal*, (28).
- Pamplona, J. (2006). *Salud por los alimentos*. España: Safeliz.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: Pretince Hall.
- Skalind, N. (199). *Métodos de investigación*. México: Pretince Hall.
- Tovar, C. D., & Orozco Colonia, B. (2012). Producción y Procesamiento del Maíz en Colombia. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, XI (1), 97-110.