



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

**Integrantes:**

Daniela Méndez Jiménez

Nelson Aguas Daza

Andrés Benavides

**Proyecto:**

Chorizo Orgánico

**Asignatura:**

Opción de grado I

2017

## Tabla de contenido

Justificación:.....	4
2.INTRODUCCION.....	5
3.OBJETIVO GENERAL.....	5
4.OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	6
5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	6
6. PORQUE LLEVAR A CABO ESTE PROYECTO. ....	7
7. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	7
8. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO .....	8
8.1 NACIMIENTO: .....	8
8.2 CRECIMIENTO:.....	8
8.3 MADUREZ:.....	8
9. MEZCLA DE MARKETING .....	8
9.1PRODUCTO .....	9
10.PRECIO .....	10
11. COSTO .....	11
12. PLAZA .....	12
13. SEGMENTACION DE MERCADO .....	13
14. PROMOCION .....	13
14.1CONCIENCIA:.....	13
14.2CONOCIMIENTO:.....	14
14.3GUSTO:.....	14
14.4 PREFERENCIA: .....	14
14.5CONVICCIÓN: .....	15
14.6COMPRA:.....	15
15. ANALISIS DOFA.....	16
16. MANUAL DE OSLO.....	17
17.NECESIDADES:.....	18
18. BENEFICIOS: .....	23
19. SOLUCIONES ACTUALES: .....	23
20. LIMITACIONES Y FRUSTRACIONES: .....	26
21. MERCADO: .....	27
21.1Tabla de visión de nuestra empresa a un año .....	29

22. CONCLUSIONES.....	30
23. REFERENCIAS.....	31

### Justificación:

El proyecto que se va a realizar cuenta con una nueva estructura en la elaboración de un producto ya conocido a nivel global como lo es el chorizo. Se ha decidido cambiar la metodología de elaboración de este para generar un resultado conveniente en los potenciales clientes que desean alimentarse de una manera saludable y no poner en riesgo su salud.

Este chorizo va a ser un chorizo orgánico el cual se va a vender en todos los sectores socioeconómicos, para todo tipo de personas y para todas las edades; se va a realizar la producción de este con productos naturales y de igual manera con conservantes naturales.

El proyecto tiene como iniciativa ofrecer al público un producto totalmente innovador que tenga como fin satisfacer el gusto de las personas que disfrutan el consumo de este tipo de productos orgánicos y que no lo hacen por las diversas contraindicaciones que trae el chorizo cotidiano, en otras palabras el cómo de este producto será totalmente sano y beneficioso para las personas.

## 2.INTRODUCCION

El proyecto tiene como iniciativa ofrecer al público un producto totalmente innovador que tenga como fin satisfacer el gusto de las personas que disfrutan el consumo de este tipo de productos orgánicos y que no lo hacen por las diversas contraindicaciones que trae el chorizo cotidiano, en otras palabras el cómo de este producto será totalmente sano y beneficioso para las personas.

## 3.OBJETIVO GENERAL

Ofrecer un producto orgánico innovador que pueda consumir la población sin temor a efectos secundarios al momento de consumirlo o para su salud.

Este permitirá que la mayoría de la población colombiana pueda comerlo sin ninguna excusa o temor de que le genere daño como ya lo dicho anteriormente, este siempre estara en beneficio del consumidor en un precio muy asequible y con muy buenas prácticas de manufactura al momento de la elaboración del embutido.

#### 4.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un producto innovador.
- Ofrecer a las personas que gusten de productos alimenticios orgánicos un nuevo producto para su consumo.
- Crear conciencia hacia una buena rutina alimenticia a los clientes que tengan problemas de colesterol.
- Destacar este producto por un sabor característico al cotidiano pero con mejor valores nutricionales.
- Impactar al mercado con un precio que se adopte al bolsillo del cliente.

#### 5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Nuestro chorizo (**chorigar**) es un producto elaborado a base de carnes magras, especias naturales, heritorbato para garantizar la durabilidad de consumo del producto, proteína dietética cárnica, leve porcentaje de grasas son calorías, tripa natural de cerdo para mantener la naturalidad del producto. Este se puede acompañar muy bien con las comidas o también sea se pueden implementar como una entrada en los restaurantes mientras sale el plato fuerte.

## 6. PORQUE LLEVAR A CABO ESTE PROYECTO.

Decimos realizar este proyecto porque es algo innovador que podría tener un gran éxito ya que en la actualidad existen muchas personas que cuidan su cuerpo pero gustan de comidas que son ricas en grasas como el chorizo tradicional. Con este proyecto se pretende brindar un producto que pueda consumir todo tipo de personas sin temor a descuidar su dieta en el caso que tenga una.

## 7. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia directa identificada en el área geográfica donde lanzaremos nuestro producto son 3 salsamentarías las cuales venden un chorizo cotidiano santarroseño. Los clientes las prefieren por la calidad del producto, sabor y atención brindada en cada uno de los puntos. Y la competencia indirecta son dos puntos de venta de genovas que de igual manera son preferidas por su sabor característico y por su menor precio.

## 8. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

### 8.1 NACIMIENTO:

En esta etapa el producto es lanzado al mercado y las ventas son escasas, únicamente los clientes más innovadores serán los que compren dicho producto. La producción debe ser limitada hasta comprobar la aceptación del producto.

### 8.2 CRECIMIENTO:

En esta etapa el producto ha tenido aceptación en el mercado y se inicia una producción basada en la demanda de los clientes. Se diversifica la producción realizando varios modelos o variantes, se establece un precio con el cual sea estándar con el de la competencia.

### 8.3 MADUREZ:

En esta fase las ventas se mantienen y se llega al punto en que la producción no puede aumentar más, incluso se deben reducir costes para mantener el beneficio. La publicidad debe intentar conservar la atención del mercado por el producto, para asegurar las ventas estimadas.

## 9. MEZCLA DE MARKETING



## 9.1 PRODUCTO

### **¿Porque su producto puede a llegar a ser atractivo?**

Considero que mi producto puede llegar a ser atractivo por la innovación de este, ya que no existe un producto de este tipo, que tenga las propiedades similares a las del original pero conservando la salud y buen gusto del cliente.

### **¿Ofrece novedad su producto o servicio?**

Nuestro producto ofrece novedad ya que en los últimos tiempos el chorizo se a convertido en un alimento muy apetecido por la sociedad, pero la mayoría reprime su consumo por las características alimenticias que tiene este producto y principalmente por su alto contenido en grasas. Nuestro chorizo ofrece innovación debido a que es un chorizo que conserva características nutricionales significativas para la salud de una persona, es decir la persona que gusta de este tipo de alimentos no tendría ya que suprimir esta comida por temor a efectos secundarios porque con nuestro producto podrá tener el gusto de disfrutar de un alimento cotidiano que le ayuda a cuidar su salud comer sano y darse el gusto de consumir este rico y maravilloso producto innovador.

## 10.PRECIO

<b>TABLA DE ATRIBUTOS</b>	
<b>INSUMOS</b>	<b>VALOR</b>
Cebolla	2000 kg
Ajo	1500 kg
cilantro sabanero	2000kg
Guacas	6000 kg
Sal curante	1000 kg
carne magra de res	17200 kg
Fosfato	10g
Heritorbato	7000 kg
Color	1000 kg
Tripa natural de res	5000 kg
Grasa (aceite vegetal)	2500 gr
<b>UTENSILIOS</b>	
Cuchillos	3000
Embutidora	1500000
Molino industrial	3000000
Mesa en acero inoxidable	1200000

Tablas de picado	3000
Horno de secado	5000000

## 11. COSTO

<b>TABLA DE ATRIBUTOS</b>		
<b>Para elaboración de 81 chorizos de 400 gr</b>		
<b>INSUMOS</b>	<b>KG</b>	<b>VALOR</b>
Cebolla	2 kg	6.000 \$
Ajo	1 kg	2.000 \$
cilantro sabanero	2kg	2.000 \$
Guacas	6 kg	6.000 \$
Sal	1 kg	1.000 \$
carne magra de res	15 kg	90.000 \$
Heritorbato	1 kg	8000 \$
Color	600 gr	1000 \$
Tripa natural de res	100 mts	5000 \$
Grasa de ubre de res	4 kg	25000 \$
<b>TOTAL INSUMOS</b>	<b>32.600 kg</b>	<b>Valor total: 146.000 \$</b>

<b>UTENSILIOS</b>		
Cuchillos	3000 \$	
Embutidora	1500000 \$	
Molino industrial	3000000 \$	
Mesa en acero inoxidable	1200000 \$	
Tablas de picado	3000 \$	
Horno de secado	5000000 \$	
<b>TOTAL UTENSILIOS</b>	<b>107.06000</b>	

**Valor unidad chorizo: 1.800 \$**

**Precio de venta: 3.000 \$**

**Rentabilidad:** según los cálculos obtenidos logramos identificar que en este orden de ideas nuestro proyecto nos daría una rentabilidad de un 36%

## 12. PLAZA

Nuestro producto tendrá como lugar de inicio la localidad de Bosa barrio la libertad decidimos iniciar en esta área debido a que identificamos que es poca la oferta de este producto además nadie ofrece el producto innovador que queremos ofrecer, después de realizar un recorrido identificamos que hay 3 salsamentarías reconocidas y 2 no muy reconocidas y 2 puestos de genovas por este motivo queremos lanzar nuestro producto en esta área además la población gusta mucho de este tipo de productos para acompañar sus comidas teniendo en cuenta también que las mujeres de este sector gusta mucho cuidar su salud y su figura debido a esto esperamos

tener éxito con nuestro producto ya que podrán consumir los que les gusta sin temor a que rompan una dieta alimenticia sana.

### 13. SEGMENTACION DE MERCADO

Después de realizar el respectivo estudio y análisis de las personas a las que van dirigido nuestro producto son personas de edades entre los 25 y 40 años que gustan mucho de este tipo de comidas ricas en grasas y calorías, pero de igual manera identificamos que las personas que a las cuales van dirigido nuestro servicio se quejan constantemente de que están dañando su figura por la cantidad de grasas que ingieren con este tipo de productos, determinamos que la población del área está conformada más que todo por familias de entre 4 y 6 personas y que las personas que residen solas son muy pocas pero que de igual manera gustan de este tipo de productos, por este motivo consideramos que nuestro producto puede tener un impacto bastante alto por las propiedades nutricionales que este tiene.

### 14. PROMOCION

#### 14.1 CONCIENCIA:

La manera en que se pretende crear conciencia del producto a los clientes es indicándoles y convenciéndoles de que este producto les servirá para satisfacer su ansias de comer algo que cotidianamente no se conseidera muy bueno para conservar la figura ni la salud. ya que este tendrá propiedades diferentes a las de un chorizo cotidiano.

#### 14.2 CONOCIMIENTO:

Pretendemos hacer que la gente conozca nuestro servicio mediante avisos gigantes de publicidad donde se identifique nuestro logo y nuestro slogan para que las personas se comiencen a enterar de este nuevo y maravilloso producto, también lanzaremos avisos por distintos canales de tv en sus propagandas para que la gente que gusta de ver tv continuamente conozca este producto innovador y con un sabor inigualable.

#### 14.3 GUSTO:

Crearemos gusto de nuestro servicio a las personas brindando en la parte externa de cada uno de nuestros establecimientos degustaciones de este gran producto para que la gente se concientice de este nuevo y maravilloso producto que estará revolucionando el mercado del chorizo.

#### 14.4 PREFERENCIA:

Lograremos hacer que los clientes prefieran nuestro producto por la calidad con que este se ofrece al mercado y ver el aspecto que este tiene a la vista. Aun así tener en cuenta que hay que recalcarles que este servicio es bajo en calorías y en grasas.

#### 14.5 CONVICCIÓN:

Ganaremos la convicción de los clientes acerca de nuestro producto con calidad de este y buen aspecto. De igual manera se regalaran muestras gratis del producto para que los clientes identifiquen el maravilloso producto que le estamos ofreciendo.

#### 14.6 COMPRA:

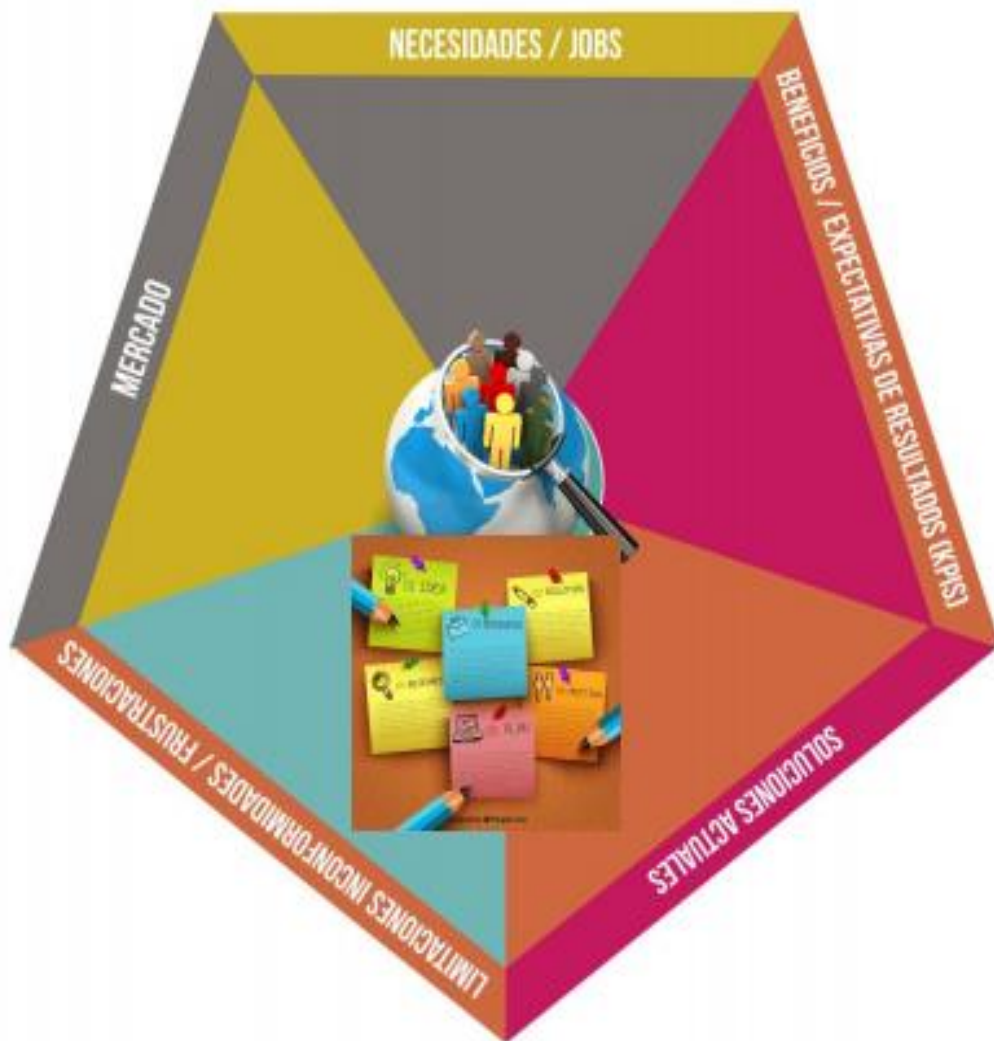
Haremos que nuestros clientes tomen la decisión de comprar nuestro producto dándoles garantía de la buena calidad del servicio que les estamos vendiendo en el momento. Además con las degustaciones que les brindamos, contamos con que los clientes quedaran encantados con el maravilloso producto que acaban de probar y así llevar una cantidad prudente de este para sus hogares.

## 15. ANALISIS DOFA

<b>DEBILIDADES</b>	Le encontramos debilidad a nuestro producto en el sentido de que no le podemos prolongar su durabilidad a más de 8 días
<b>OPORTUNIDADES</b>	Debido a la gran innovación de nuestro producto podemos observar que tenemos gran ventaja para con la competencia ya que nuestro producto tiene el mismo sabor del original pero con valores nutricionales diferentes.
<b>FORTALEZAS</b>	Identificamos que la mayor fortaleza de nuestro producto es el que sea innovador es decir que sea orgánico y que cuide la buena alimentación.
<b>AMENZAS</b>	Encontramos que la mayor amenaza de nuestro producto son las grandes empresas que ya llevan bastante tiempo en el mercado y que por su producción en masa nos saque del mercado con disminución de costo del producto.



16. MANUAL DE OSLO



## 17.NECESIDADES:

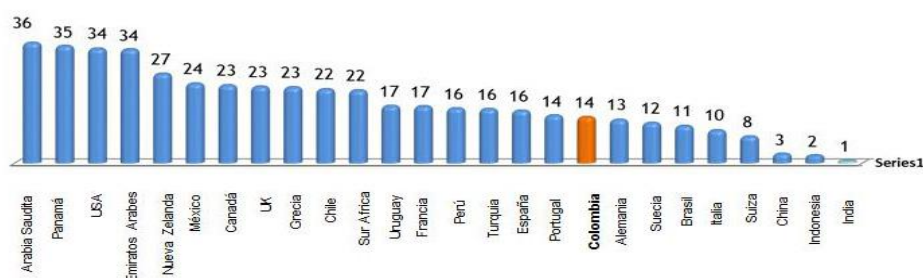
Durante una audiencia pública sobre ‘Hábitos alimenticios en Colombia y su impacto en la salud’ que se realizó en la Comisión Primera del Senado, organizado por las congresistas Angélica Lozano y Claudia López, se hizo un llamado urgente a crear una política pública en salud que permita disminuir los altos niveles de obesidad y sobrepeso en los colombianos.

Al evento asistieron el Ministro de Salud y Protección Social, Alejandro Gaviria, la Directora del ICBF, el Director del INVIMA, el Director de la Fundación Cardioinfantil, académicos y principales organizaciones del sector.

El Ministro de Salud y Protección Social, Alejandro Gaviria advirtió que la obesidad y el sobrepeso se asocia con enfermedades crónicas no trasmisibles, las cuales le generan un gasto anual al sistema de 1,2 billones.

Siendo este un problema de salud pública global, que ha tenido un crecimiento en los últimos 35 años, y que actualmente presenta un indicador en el que el 39% de las personas mayores de 18 años tienen sobrepeso, de las cuales, el 13% sufren de obesidad.

### HAY UN PROBLEMA MUNDIAL DE OBESIDAD



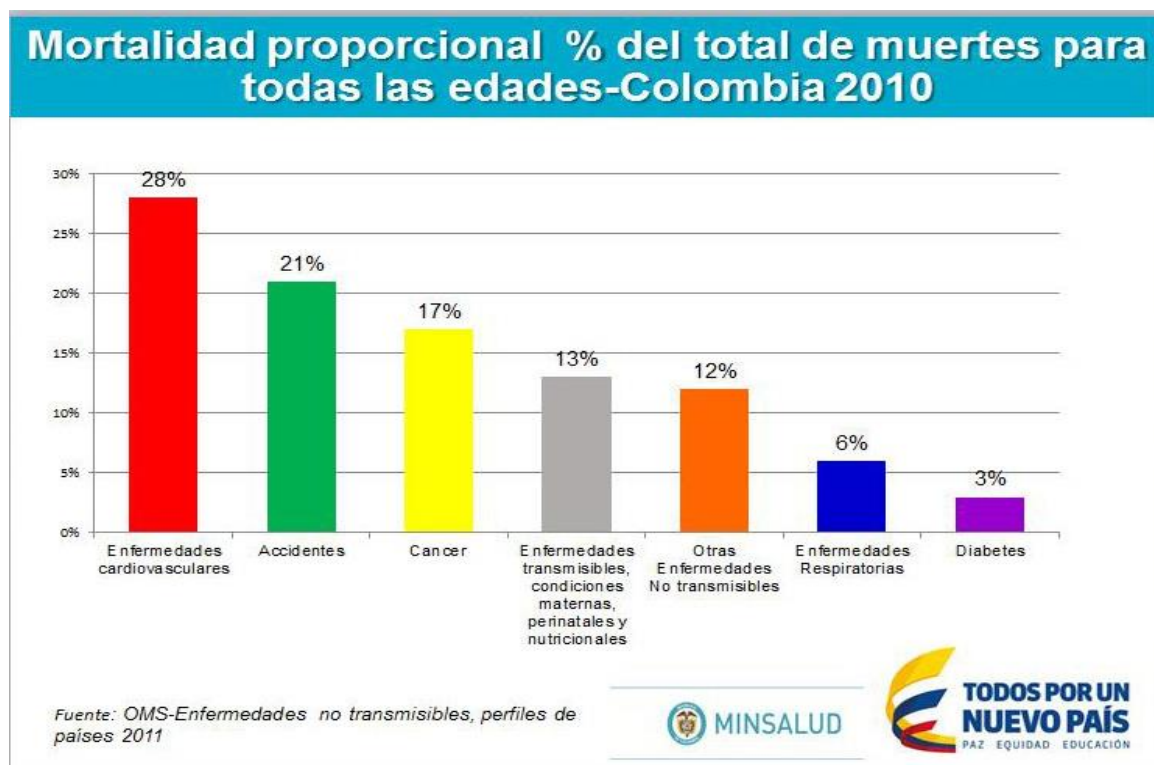
Fuente: OMS

Además, según cálculos de la OMS, se estipula que para el año 2030 las cifras anuales de defunción por enfermedades no transmisibles sean de 55 millones, de ese universo el 5% será atribuible a la obesidad, teniendo una prevalencia mayor en factores de inequidad socioeconómica.

Los colombianos se caracterizan por tener malos hábitos alimenticios, en donde se evidencia que el 32% consume diariamente alimentos fritos, 2 de cada 10 colombianos consumen gaseosas o bebidas azucaradas a diario, el 95% consume azúcares y dulces, 1 de cada 3 no consume frutas a diario y, 2 de cada 3 no consume verduras. Además, del elevado consumo de comidas con exceso de sal.

Según cifras dadas por el INVIMA el 21% de las kilocalorías disponibles en Colombia son azúcares, seguido de aceites y grasas saturadas prevaleciendo estas en el consumo de embutidos con un 12,3%, y la leche y sus derivados con un 7,3%.

El Director de la Fundación Cardioinfantil, indicó que según un estudio realizado por la fundación muchos de los problemas de obesidad y sobrepeso se inician en los malos hábitos alimenticios y es por esto que las tasas de mortalidad por obesidad están creciendo cada vez más, y según un estudio realizado en 2016 por la fundación para determinar un porcentaje de la tasa de mortalidad nos arroja los siguientes resultados.



Teniendo en cuenta este y otros estudios realizados por organizaciones de salud, donde se evidencia este índice de mortalidad por enfermedades cardiovasculares ocasionadas por la obesidad, nos genera a nosotros la idea de ofrecer un producto orgánico de alto consumo en la vida cotidiana con el fin de que la población colombiana pueda continuar consumiendo este tipo de productos pero sin temor a que este ocasione problemas en su salud como el colesterol y la obesidad y a su vez disminuir el porcentaje de defunción relacionado con este tipo de enfermedades.

Adquirir hábitos alimentarios adecuados es esencial para el desarrollo de la salud individual y colectiva, ayuda a prevenir un gran número de enfermedades que de una manera u otra están

relacionada con la alimentación. Es por esto que adquirir conocimientos sobre los alimentos, las cantidades y frecuencia adecuada que debemos consumir diariamente en función de nuestra situación personal conforma la base fundamental para crear una actitud responsable hacia la forma de alimentarnos.

Con este nuevo e innovador producto chorizo orgánico se va a satisfacer la necesidad de la alimentación, debido a que va a ser un producto sano y no va afectar el organismo de nuestros clientes, los consumidores van a tener la tranquilidad de disfrutar un excelente sabor sin pensar en la grasa o de dónde provendrán sus ingredientes ya que el 70% de estos son naturales

El Chorizo Orgánico es un producto fresco, el cual proviene del cerdo y res la cual es tratada mediante un proceso orgánico, libre de conservantes artificiales, para tener una dieta balanceada es importante integrar a tu dieta una dosis de carne, en este caso el chorizo llenara de sabor tus platillos, ya que es un alimento de sabor fuerte pero delicioso, y que mejor que consumirlo con la confianza de que sus propiedades normales dañosas para la salud, han sido suprimidas por ingredientes nuevos que conserven su originalidad pero que a su vez brinden propiedades saludables que puedes implementar en una variedad de recetas las cuales son de gran ayuda para diversificar tus comidas del día.

La historia de la gastronomía está marcada por grandes descubrimientos. En este caso la sal fue la solución ideal a la necesidad de la conservación de la carne, creando así la comercialización de carnes sazonadas y a su vez la creación de los embutidos

que evolucionaron como un esfuerzo para ahorrar y conservar la carne, caracterizados por ser productos de carne picada, hierbas y especias introducidas (embutidas) en tripa de cerdo.

Si bien todos los embutidos tienen la misma estructura, evolucionaron en miles de sabores determinados por los métodos de conservación (curados) y la cantidad de sus ingredientes, los cuales dependían de la tradición del pueblo en el que se elaboraban.

Entre la paleta de sabores se destacan en nuestro país, el consumo tradicional del chorizo, la Productos de consumo cotidiano en nuestras cocinas que en ocasiones acompañan a la gran mayoría de nuestros platos típicos como la bandeja paisa, Algunos incluso reconocidos a nivel mundial como en el caso de Santa Rosa de Cabal, donde se realiza el “Festival del Chorizo Santarrosano”, que busca posicionarlo como un producto de referencia e ícono del turismo local. Con un objetivo similar buscamos posicionar nuestro producto en el mercado nacional e internacional teniendo en cuenta que actualmente el ritmo acelerado de vida nos hizo comedores cotidianos de embutidos. Para muchos es más fácil solo sacar una tajada de la nevera y comerla dentro de un pan con un poco de queso. Debido a esto en nuestro país encontramos cada vez más variedad de embutidos que se promueven incluso como un sustituto de la carne, pero que no lo es, ya que cuentan con proteína animal en bajo porcentaje. También cuentan con vitaminas del grupo B y minerales como el zinc o el hierro. Generando que cada vez más personas aprendan a degustar este tipo de productos buenos y sabrosos que se deben consumir pensando en la buena salud. Es un buen recurso para la lonchera de los estudiantes, para las picadas de reuniones sociales, para un entremés o para un desayuno.

## 18. BENEFICIOS:

La comida orgánica es más segura, ya que la agricultura orgánica prohíbe el uso rutinario de plaguicidas y herbicidas que se da frecuentemente en combinaciones potencialmente peligrosas.

Estudios con seres humanos y animales alimentados con comida orgánica demuestran efectos reales sobre la salud, y las terapias alternativas del cáncer han logrado buenos resultados basándose en el consumo exclusivo de alimentos orgánicos.

Estudios de la Soil Association cita evidencia clínica generada por médicos y nutricionistas dedicados al tratamiento "alternativo" del cáncer, quienes observaron que una dieta totalmente orgánica es esencial para un resultado exitoso, va a ser un producto con una acogida muy buena, porque va a mantener el rico sabor del chorizo normal pero muchísimo más saludable para todas las personas que deseen consumirlo ya sean niños o adultos.

## 19. SOLUCIONES ACTUALES:

### ¿QUIÉN COMPRA?

Nuestro producto lo compra toda aquella persona que guste de este tipo de alimento, ya que en nuestra área o zona geográfica de venta, logramos identificar que ay bastante consumo de este.

Pero la población argumenta que le gustaría que fuese más saludable.

### ¿POR QUÉ COMPRA?

El cliente adquiere este tipo de productos alimenticios por su sabor característico y a la vez en la

mayoría de casos por satisfacer el hambre.

### ¿CÓMO LO COMPRA?

En nuestra área geográfica de venta identificamos que la población realiza sus pagos en efectivo sin embargo no se descarta la opción de tener un datafono ya que una breve parte de la población realiza sus pagos con tarjeta .

### ¿CUÁNDO LO COMPRA?

La frecuencia de compra de la población donde promocionaremos nuestro producto después de Hacer un análisis de mercado es aproximada de cada dos días teniendo en cuenta que ay Variabilidad ya que también en ocasiones los clientes adquieren este tipo de productos a diario y Hasta 3 veces en el día.

### ¿DÓNDE LO COMPRA?

Identificamos que los clientes realizan la mayor cantidad de compras de este tipo de productos (chorizo) en los sitios donde la atención es resaltante al igual que su higiene. Es por este motivo que realizaremos la venta de nuestro producto con todos los estándares de calidad teniendo en cuenta la aplicación de las bpm

### ¿CUÁNTO COMPRA?



Se identifica que hay dos tipos de clientes los cuales denominamos masivos y de hogar, los masivos compran en cantidad significativas ya que estos revenden en puestos de calle y los de hogar compran en pequeñas cantidades pero con más frecuencia para acompañar sus comidas, es por este motivo que utilizaremos paquetes de 10 unidades empacadas al vacío para los clientes masivos y para los clientes de hogar tendremos la misma disposición y al detal.

### ¿CÓMO LO UTILIZA?

Logramos comprobar que los clientes masivos compran entre 40 y 80 unidades por este motivo decidimos empacar nuestro producto en empaques herméticos empacados al vacío de 20 y 40 unidades en cada uno, y los clientes de hogar comprobamos que adquieren entre 5 y 10 unidades por este motivo creamos de igual manera empaques herméticos empacados al vacío de 5 y 10 unidades.

En Colombia hasta el año 2013 según el DANE había una población Total de 47.12 millones de personas en el país en las diferentes regiones del país, la solución actual de este producto es que se beneficia a la mayoría de la población con un producto que ya es conocido en el país pero con una nueva forma de alimentarse saludablemente ya que es lo que hoy en día las personas quieren generar para poder mantenerse en forma y tener buena salud.

El chorizo es una buena opción para aumentar tu consumo de proteína. Una porción de 3,5 onzas (1 K) de chorizo brinda 24,1 g de proteína, como el chorizo se hace con productos animales -res

y cerdo- ayuda a la gama de aminoácidos esenciales requeridos para reparar tejidos y descomponer alimentos. Debes incluir de 50 a 175 gramos de proteína en tu alimentación diaria, o sea, entre el 10 y el 35% de las calorías que consumes.

La carne de cerdo presenta un contenido limitado de colesterol. En el caso de los embutidos curados, estos contienen 72 mg de colesterol por 100 g, por lo que consumidos en las cantidades y frecuencia apropiadas encajan perfectamente dentro de una alimentación variada y equilibrada que permita mantener unos niveles de colesterol sanguíneo adecuados.

## 20. LIMITACIONES Y FRUSTRACIONES:

El producto debe ser consumido en un tiempo muy mínimo ya que no se maneja ninguna clase de conservante artificial , por ende, podría generar inconformidad en algunos de nuestros clientes, sería importante hacer esta claridad al momento de vender nuestro alimento, de igual manera el alimento no está dirigido para personas vegetarianas o veganas ya que tiene cárnico animal. En Colombia esta cultura está vigente en la actualidad y eso genera que una parte de la población no lo consuma, según la investigación en Colombia la asociación colombiana de vegetarianos tiene 8.714 miembros que pertenecen a esta cultura.

Contiene una gran cantidad de grasa -38,2 g por porción- así que debes considerar las ventajas y las desventajas de su consumo.

## 21. MERCADO:

### Tabla de tiempo de elaboración del chorizo

Elaboración del chorizo 300 unidades	1 hora
Cocción 100 unidades	10 minutos
<b>Total de unidades de producto al día</b>	<b>2100 unidades</b>
Tiempo de asado de chorizo	2 minutos a 50 grados

En función de detectar falencias de la competencia en el momento de entrega de un pedido en Punto de venta para un cliente que va a consumir el producto (chorizo) decidimos tomar en Cuenta un estudio realizado por el periódico el tiempo de los 5 puntos más visitados por los Consumidores ubicados en diferentes localidades y zonas de la ciudad.

En este estudio encontramos que el aproximado de duración de un pedido varía según la agilidad de la persona que atiende y la cantidad de clientes que estén realizando su pedido en el momento. Teniendo en cuenta este estudio decidimos realizar la siguiente tabla para optimizar tiempos de entregas de pedidos y de esta manera el cliente se sienta satisfecho con la atención y Eficacia a la hora de entrega de su pedido.

Los chorizos los asaremos al carbón ya que este le da un sabor especial debido a que en el momento de carbonizarse pierde la mayor parte de sus taninos y el producto que se hace en este carbón recibe un sabor a ahumado natural, para que el asado sea más rápido y eficiente cocinaremos nuestro chorizos a 60 grados durante 10 minutos para brindarles mayor firmeza y den una rápida cocción, los brindaremos al mercado con arepa de maíz trillado o con papa,

Se pretende impactar en el mercado como algo innovador, haciendo la debida publicidad y dando a los consumidores muestras gratis para que prueben el rico sabor. También se va a contar con una certificación donde se indique con plenitud los ingredientes de nuestro producto y donde se compruebe que es más sano consumir nuestro chorizo que los demás, con esto, se asegura un visto bueno por parte de nuestros futuros clientes.

## 21.1 Tabla de visión de nuestra empresa a un año

	<b>Ventas en unidades de producto</b>	<b>Valor unidad 3000</b>	<b>Nuevos puntos de venta</b>
	<i>Estadísticas</i>		
Enero	1500	4.500.000	0
Febrero	1.700	5.100.000	0
Marzo	2.000	6.000.000	0
Abril	3.000	9.000.000	0
Mayo	3.500	10.500.000	0
Junio	8.000	24.000.000	1
Julio	10.000	30.000.000	0
Agosto	11.000	33.000.000	0
Septiembre	15.000	45.000.000	1
Octubre	15.500	46.500.000	0
Noviembre	45.000	135.000.000	2
<b>UTILIDAD</b>	<b>114.200</b>	<b>348.600.000</b>	<b>4</b>

## 22. CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación estadística del proyecto presentado. Es posible concluir que el proyecto en lanzamiento del chorizo orgánico puede recibir una acogida muy buena en el mercado nacional e inclusive las personas no muy consumidoras de embutidos iniciarían a degustar este producto por las características beneficiosas para la salud, es decir por los cambios efectuados en su elaboración diferentes a la del chorizo tradicional, ya que según las estadísticas mostradas en el proyecto es mucha la población con problemas de obesidad en el país y enfermedades de articulaciones y que son consumidores potenciales de esta clase de productos, y con este nuevo producto innovador podrán continuar disfrutando de esta clase de productos sin temor a tener problemas como los anteriores mencionados (obesidad, articulaciones, artritis).

De igual manera en el estudio de mercado encontramos que en una buena administración de la empresa, las ganancias serian bastante significativas y se da la oportunidad de de expandir el producto no solamente a nivel nacional si no que también a nivel internacional, ya que es un producto que tiene demanda en la mayor parte del mundo, por estas propiedades especiales beneficiosas para la salud.

### 23. REFERENCIAS

Fernández. (2009). Segmentación de mercados. Editorial: M.C. Graw Hill Interamericana

[http://: www.ebooks7-24.com/stage.aspx?el=](http://www.ebooks7-24.com/stage.aspx?el=)

Mesa,M.(2012). Fundamentos de marketing editorial, ecoe ediciones

Pardo I. (2005). Jóvenes construyendo su proyecto de vida Bogotá: cooperativa editorial

<http://natural-asesoramientonutricional.blogspot.com.co/2010/05/la-importancia-de-alimentarnos-bien.html>

[http://www.jardinorganico.com.ar/?pag=organico&sec=beneficios\\_organico](http://www.jardinorganico.com.ar/?pag=organico&sec=beneficios_organico)

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

<https://www.facebook.com/groups/8594903481/>

<http://www.palacios.es/para-ti/consejos-saludables/el-chorizo-beneficios-y-mitos>

[http://muyfitness.com/cuales-son-beneficios-info\\_21626/](http://muyfitness.com/cuales-son-beneficios-info_21626/)

[http://www.elmundo.com/portal/cultura/cultural/embutidos\\_necesidad\\_y\\_placer.php#.WQPJukU](http://www.elmundo.com/portal/cultura/cultural/embutidos_necesidad_y_placer.php#.WQPJukU)

[1-M8](#)

