

**Idea de negocio puesta en marcha de fabrica para producir Salsa guacamole con  
aguacates producidos por campesinos del Carmen de Bolívar**

Dayana Michell Perez Bedoya C.C 1005625418

Deborath Marcela Peñate Perez C.C 1005625410

Danner David Davila Dominguez:1052524100

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

22-11-2020

Opción De Grado 1

Sincelejo-Sucre

## 1. Análisis del Entorno y Contexto de la Idea de Negocio

- Tierras fértiles y actas para la producción agrícola
- El país es uno de los mayores productores de aguacate a nivel mundial y posee diversidad de clases.
  - Desperdicio del 60% de los cultivos de aguacate por falta de condiciones para su almacenamiento.
  - Falta de empleo en los campesinos colombianos.
  - Situaciones de pobreza en los campesinos colombianos.
  - En los últimos tiempos existe una mayor preferencia por productos alimenticios de origen orgánico, y pocas modificaciones.
  - Demanda a nivel mundial en aumento por este tipo de producto

### 1.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible

Al ser una propuesta muy integral varios objetivos de desarrollo sostenible se relacionan directamente con el problema y oportunidad identificada, los tres problemas están direccionados a una propuesta integral que, a través de la creación de la agroindustria, para la transformación de la materia prima que se desperdicia en el entorno o la región de campesinos, se genere un producto a través de un proceso productivo que genere valor a la materia prima con un producto final, y que este tenga un valor comercial. De tal forma, crear empresa para solucionar las problemáticas como la pérdida de cultivos, falta de empleo y oportunidades, fortaleciendo políticas públicas que le den fin a la pobreza, reduzcan el hambre en cero, generen un trabajo decente y propicien un crecimiento económico que permita la reducción de las brechas de desigualdad.

### 1.2 Teoría de Valor Compartido

La problemática se aborda desde la visión de generar un beneficio económico a un sector social de la sociedad que tradicionalmente ha sido excluido en el país, se trata de los campesinos productores de aguacate en el Carmen de Bolívar. Se evidencia un problema en el entorno de los campesinos donde se desperdicia una parte significativa de la producción del cultivo, la idea de negocio nacería como la solución a de dicha problemática, generando valor al trabajo de los campesinos y brindándoles un empleo digno. El objetivo de la propuesta es generar un impacto social y económico, que brinde soluciones sostenibles, diferentes a los proyectos económicos que solo quieren generar ingresos, causan poco impacto social y económico y crean un impacto ambiental negativo.

### **1.3 Análisis del Sector Económico**

Político:

¿Qué tratados de libre comercio benefician a tu proyecto?

El tratado de libre comercio (TLC) con Estados Unidos, que a través de un equipo negociador liderado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia y de las demás entidades de Gobierno de la órbita agropecuaria y sanitaria, a través del el Plan de Desarrollo 2002-2006, determinó que la política comercial no debería “limitarse a la liberación comercial o al establecimiento de instrumentos de promoción de exportaciones.” Por el contrario, “como parte de esta política, el Gobierno negociará acuerdos internacionales que eliminen las barreras al acceso, estimulen la inversión extranjera y faciliten la reasignación de recursos hacia actividades más productivas”. Desde las perspectivas agropecuarias las negociaciones con los Estados Unidos trazaron objetivos que permitan que la agricultura sea ganador neto del proceso como garantía de equidad para el pueblo colombiano. (Oficia de la Cepal en Bogotá, 2013, pág. 13)

¿Tu proyecto tendría IVA?

Productos sin IVA: Piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos. (El Tiempo, 2017, pág. 1)

¿Hay alguna legislación que tenga que ver con tu proyecto?

Según (Minagricultura, 2020, pág. 1) la normatividad que rige el proyecto es:

- Ley 41 de 1993 por la cual se organiza el subsector de adecuación de tierras y se establecen sus funciones.
- Ley 81 de 1988 por la cual se reestructura el Ministerio de Desarrollo Económico, se determinan las funciones de sus dependencias, se deroga el Decreto Legislativo No. 0177 del 1º de febrero de 1956, se dictan normas relativas a los contratos de fabricación y ensamble, Ley 607 de 2000 por medio de la cual se modifica la creación, funcionamiento y operación de las Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria, UMATA, se reglamenta la asistencia técnica directa rural.
- Ley 811 de 2003 por medio de la cual se modifica la Ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las Sociedades Agrarias de Transformación, SAT, y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1133 de 2007 por medio de la cual se crea e implementa el programa “Agro, Ingreso Seguro – AIS, Ley 1450 de 2011 Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, Ley 1485 de 2011 por la cual se decreta el Presupuesto de Rentas y Recursos de Capital y Ley de Apropriaciones para la vigencia fiscal del 1º de enero al 31 de diciembre de 2012.

- Ley 1561 de 2012 por la cual se establece un proceso verbal especial para otorgar títulos de propiedad al poseedor material de bienes inmuebles urbanos y rurales de pequeña entidad económica, sanear la falsa tradición y se dictan otras disposiciones.
- Ley 29 de 1990 por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.
- Ley 33 de 1985 por la cual se dictan algunas medidas en relación con las Cajas de Previsión y con las prestaciones sociales para el Sector Público.
- Ley 797 de 2003 por la cual se reforman algunas disposiciones del sistema general de pensiones previsto en la Ley 100 de 1993 y se adoptan disposiciones sobre los Regímenes Pensionales exceptuados y especiales.
- Ley 70 de 1993 por la cual se desarrolla el artículo transitorio 55 de la Constitución Política, Ley 101 de 1993 Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero.
- Ley 139 de 1994 por la cual se crea el certificado de incentivo forestal y se dictan otras disposiciones.
- Ley 160 de 1994 por la cual se crea el sistema nacional de reforma agraria y desarrollo rural campesino, se establece un subsidio para la adquisición de tierras, se reforma el instituto colombiano de la reforma agraria y se dictan otras disposiciones.
- Ley 605 de 2000 por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de administrador en desarrollo agroindustrial.

¿Cuáles son las normas de calidad para la prestación del servicio o producto?

“A partir del año 2012, la Presidencia de la República expidió el Decreto-Ley 019, conocido como la Ley Anti trámites, el cual estableció, en el artículo 126, que los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional requerirán de notificación

sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en la salud pública.” (Camara de Comercio Bogotá, 2017, pág. 1)

Económico:

¿Cuál es tu sector económico?

Sector secundario, corresponde a la transformación de la materia prima en productos industrializados de alto valor agregado, en productos terminados o semielaborados, o en maquinarias y herramientas industriales. (Significados.com, 2020, pág. 1)

¿Cómo va creciendo el sector en Colombia?

Un estudio de ProColombia realizado en septiembre de 2019 afirma que las exportaciones colombianas de aguacate aumentaron en un 37,6% y registraron ingresos de USD 52,9 millones de acuerdo a las estadísticas Dane, se espera que el aguacate sea uno de los negocios más rentables en la actualidad, al igual que las líneas productivas derivadas del mismo. (PortalFruticola, 2019, pág. 1)

¿Qué entidades pueden financiar el proyecto?

Servicio de aprendizaje Sena, Departamento de Prosperidad Social.

Legal:

¿Qué leyes existen en el sector?

Normatividad Específica para la Producción de Aguacate.

NORMA	ENTE QUE LA EXPIDE	DESCRIPCIÓN
NTC 1248	ICONTEC	Frutas frescas, aguacate. Almacenamiento y transporte.
Ley 811 de 2003	Congreso de Colombia.	Organizaciones de cadenas en el sector agropecuario.
Resolución 3180 de 2009	ICA	Requisitos y procedimientos para la producción y distribución de material de Propagación de frutales en el territorio nacional.

Fuente: (Esguerra & Guarín, 2016)

### 1 Identificación del Problema, Necesidad, Reto u Oportunidad

¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

El principal problema que afecta a la comunidad es la pérdida de un gran porcentaje del cultivo, debido a que los aguacates tienen un proceso de maduración muy rápido, y la cadena logística de los campesinos no es eficiente para conservar al aguacate en perfecto estado, además no cuentan con la infraestructura para su almacenamiento y el fruto tiende mucho a ablandarse cuando recibe un golpe mínimo, por muchos cuidados que tienen los campesinos siempre las cantidades en pérdidas son superiores a las recolectadas. Esto afecta la economía de la comunidad ya que pierde su inversión en los cultivos que por lo general es su principal fuente de empleo, de esta cadena también sale afectado el cliente en la subiendo de los precios y el entorno no maximiza su mayor potencial de la región que es el Agro.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Conocimiento o experiencia	4	2	1

Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?	3	3	1
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información/ datos/ cifras, ¿puedo darle alguna solución?	4	1	2
Tiempo (posible solución)	5	5	5
Costos (posible solución)	5	1	1
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	4	1	3

¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	4	5	3
TOTAL	34	18	16

## 1.4 Árbol de Problemas



Fuente: propia.

Objetivos:

- mejorar la logística de los canales de distribución de los productores
- mejorar sistemas de almacenamiento para tener un producto de mejor calidad
- diversificar la finalidad del producto para que aumenten los consumidores objetos

## 1.5 Estructura de la idea de negocio

Descripción Idea de Negocio.

¿Cuál es el producto o servicio?	Guacamole
¿Cuál es el cliente potencial?	Familias – canasta familiar.
¿Cuál es la necesidad?	Cubrir una demanda con un producto que se desperdicia.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Se comercializa a través de supermercados y tiendas, y es para el consumo humano.
¿Por qué lo preferirían?	Es una salsa bastante utilizada en asados y comidas especiales.

<b>Verbo</b>	Crear idea de negocio	<b>tema Objetivo</b>	salsa a base de aguacate	<b>Característica</b>	producto a base de aguacate, tipo orgánico para acompañar comidas
--------------	-----------------------	----------------------	--------------------------	-----------------------	-------------------------------------------------------------------

<b>usuarios</b>	familias- restaurantes- minoristas	<b>verbo inspirador</b>	mejorar calidad de vida de agricultores campesinos- brindar un producto de calidad	<b>propósito inspirador</b>	mejorar calidad de vida de agricultores de aguacate en el Carmen de Bolívar
-----------------	---------------------------------------	-----------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

## **2. Feruza de la industria**

### **2.1 contextualización de la empresa**

La empresa se denominará Wake- mole, tiene por razón social la producción de salsa a base se aguacate, con la cual pretende cubrir la demanda que actualmente existe en torno a este producto, por parte de consumidores individuales, familias, restaurantes y minoristas. Del mismo modo, la creación de esta tiene una finalidad social la cual, es utilizar como materia prima la producción de aguacate que crean los campesinos en del municipio del Carmen de Bolívar en el Departamento de Bolívar.

### **2.2 análisis de la demanda**

El guacamole es conocido como una salsa o aderezo para acompañar diversidad se comidas, su origen es el México pre hispánico y tradicionalmente se prepara a base de aguacate, Jugo de lima, cilantro, chile jalapeño y sal.

Con la globalización de productos como resultado de la apertura de mercados en todo el mundo, muchos productos de consumo alimenticio se han extendido a alrededor del mundo, entre estos la preferencia por el guacamole, el cual, además de México es preparado y consumido principalmente por naciones donde se produce la principal materia prima para su preparación el aguacate.

La proyección para este producto y derivados, se pronostican al alza ya que diariamente se requiere esta fruta y sus productos derivados, en muchos lugares del mundo, (Arias J. , 2019). Según datos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el área sembrada con aguacate en Colombia es de 28.000 hectáreas, cuenta con una producción anual de 250.000 toneladas (Legiscomex, 2019).

La producción de aguacate representa 10.500 hectáreas y 47.000 mil toneladas, es decir el 38 % del total de la producción. Colombia se encuentra ubicado entre los cuatro principales países productores de esta fruta. La demanda internacional del producto está en ascenso y se aprecia un especial comportamiento en países como Holanda, Reino Unido, España, Francia y Estados Unidos (BELL, 2019).

En la actualidad Japón y China están en la lista de mercados potenciales, los cuales presentan posibilidades de comercialización y precios atractivos para los productores. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural indica que China fue el noveno importador de aguacate en 2018 con un total de 43.859 toneladas (USD 133 millones). Sus principales proveedores fueron: Perú,

con una participación de 38.4 % (16.850 toneladas), y México, con una participación de 34.1 % (14.963 toneladas), por lo que Colombia entraría a competir para establecerse en un mercado de 1.300 millones de clientes potenciales.

El consumo per cápita del aguacate viene creciendo a tasas del 3,5% anual, en el contexto mundial, y se proyecta que lo siga haciendo durante varios años, llegando a valores de 0,85 (kilogramos-persona/año), lo cual muestra un panorama promisorio para los países productores, quienes ven como este tipo de cultivos favorece la rentabilidad del sector agropecuario, y promete mejorar los ingresos de los productores, en tanto la demanda se incrementa; de hecho, las exportaciones de este frutal superaron las petroleras, como en el caso de México, lo cual ha generado un auge de campesinos en zonas tropicales, quienes han incrementado la producción; no obstante, a pesar de ello, la demanda es tal que aún la oferta no es suficiente (Arias, Montoya, & Velásquez, 2019).

Como se observa a continuación las demandas de aguacate y derivados en el mundo van en ascenso, incluyendo Colombia el cual es un gran consumidor de esta fruta y sus derivados como el guacamole.

Proyección del consumo per cápita aparente de aguacate en (Kg-Persona/año)								
Consumo per cápita	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Mundo	0,66	0,71	0,75	0,74	0,77	0,8	0,83	0,85
Estados Unidos de América	2,2	2,73	3,22	2,7	3,25	3,44	3,64	3,85
Países Bajos	1,4	2,4	2,11	2,52	1,01	1,69	1,62	1,56
Francia	1,31	1,54	1,47	1,73	1,86	1,97	2,1	2,22
Reino Unido	0,62	0,81	1,16	1,49	1,62	1,94	2,21	2,48
España	1,01	1,2	1,42	1,8	1,78	2,09	2,3	2,52
Canadá	1,64	1,72	1,95	2,15	2,2	2,4	2,55	2,71
Alemania	0,32	0,39	0,46	0,56	0,69	0,75	0,84	0,93
Japón	0,47	0,45	0,45	0,58	0,45	0,5	0,51	0,52
China	0,08	0,09	0,1	0,11	0,11	0,12	0,12	0,13
Bélgica	0,55	0,47	0,51	0,94	1,22	1,28	1,46	1,64
Hong Kong, China	0,28	0,48	0,45	0,7	0,79	0,91	1,04	1,16
Suecia	2,04	1,99	1,82	1,83	2,09	1,94	1,93	1,92
Arabia Saudita	0,32	0,34	0,53	0,54	0,67	0,75	0,84	0,93
Rusia, Federación de	0,1	0,1	0,08	0,08	0,13	0,11	0,12	0,12
Argentina	0,32	0,4	0,34	0,38	0,52	0,51	0,54	0,58
Italia	0,09	0,14	0,17	0,21	0,26	0,3	0,34	0,38
Australia	2,68	2,66	2,65	3,51	3,33	3,62	3,83	4,05
Emiratos Árabes Unidos	0,79	1,39	1,54	1,6	2,04	2,29	2,56	2,83
Suiza	0,97	1,16	1,37	1,65	1,82	2,05	2,27	2,48
Dinamarca	1,74	1,91	2,43	2,31	2,29	2,59	2,74	2,89
Polonia	0,1	0,16	0,21	0,22	0,3	0,34	0,39	0,43
Noruega	1,73	2,04	2,25	2,36	2,48	2,72	2,9	3,08
México	7,4	7,02	6,2	7,55	8,54	8,19	8,47	8,75
Dominicana	35,69	39,31	48,55	54	54,5	62,1	67,33	72,56
Colombia	6,3	6,2	6,33	5,99	6,31	6,17	6,15	6,13

### 2.3 Análisis de la oferta

En lo que respecta a la oferta de la fruta de aguacate en el país y la región hay muchos oferentes, sin embargo, en lo concerniente a la salsa de guacamole con proceso industrial, esta oferta es limitada ya que tradicionalmente se consume con creación artesanal, la oferta de este tipo solo va a algunos centros minoristas en el país, restaurantes y hacia el exterior principalmente Europa y Asia.

Entre los productores de este aderezo acompañante se encuentra, Fruco el cual, oferta una mayonesa con aguacate, sin embargo, no es guacamole en propiedad. A nivel internacional encontramos los siguientes productos:

Salsa guacamole Herdez origen EEUU.



**Origen México**



**Origen México**



### Comparación de la oferta

nombre del competidor	producto	servicio ventaja competitiva	Ubicación
Fruco	Salsa de mayonesa con aguacate	producto nacional, empresa tradicional con reconocimiento de marca	Colombia
Herdez	Salsa de guacamole	Producto internacional, ampliamente vendido y reconocido	Estados unidos
Zaachila	Salsa Guacamole Zaachila	Producto internacional, ampliamente vendido y reconocido	México
Clemens Jaques	Salsa de guacamole	Producto internacional, ampliamente vendido y reconocido	Estados unidos
La costeña	Salsa de guacamole	Producto mexicano de exportación	México

#### 2.4 análisis de la comercialización y de los proveedores

los principales proveedores de la materia prima, el aguacate serial un grupo de campesinos productores de esta fruta en el municipio del Carmen de Bolívar en Bolívar, estos se encargarán de proveer a la fabrica de la materia prima, a un precio accesible y comercializable, ya que no se requiere producto premium sino aquel acto para producir la salsa.

En orden con lo anterior, se realizará alianza con estos campesinos, asi como también otros de la misma zona para el Ají jalapeño el cual se produce en estas tierras, así como el linón y el cilantro. Todos estos productores son avalados y producen producto de calidad y óptimo para la fabricación del producto objetivo.

## **2.5 segmentación del mercado**

### 2.5.1 bondades de producto

1. producto orgánico de origen natural
2. 60% aguacate. 30% chile, cebollas, cilantro
3. Cumple con las normas de calidad
4. Empaque práctico para transportar
5. pocos conservantes
6. poca sal
7. útil para diversidad de platos
8. no produce alergias
9. no hay riesgo de cáncer
10. contiene ácidos grasos beneficiosos para la salud
11. Posee cerca de 20 vitaminas y minerales como la vitamina B, que sirve para mantener células saludables, y la vitamina K, que ayuda a tener unos huesos, corazón y cerebro sanos,
12. tiene grasas monoinsaturadas que ayudan a la función del cerebro y otras membranas del cuerpo
13. capacidad para cumplir con la demanda del producto
14. aporta a una causa social.

## 2.5.2 matroz Bayer

cliente	miedos frustraciones ansiedades	Desea, necesita, anhela y sueña un producto de calidad, que cumpla sus expectativas y mantenga un sabor natural
demográfico y geografías	mal sabor, poco saludable, efectos secundarios, no orgánico, no cumple con las expectativas anunciadas	
jóvenes, adultos en el país, con poder adquisitivos, y gusto por el guacamole-empresas minoristas restaurante que hagan uso de la salsa	¿Qué está tratando de hacer y porque es importante para ellos?	¿Por qué alcanzan esas metas hoy? ¿hay una barrera en su camino?
frases que mejoran y describen su experiencia	hacer un producto de calidad, de origen orgánico que cumpla con las expectativas del cliente, consumidores, familias, empresas detallistas y restaurantes	no oferentes nacionales para el producto, la oferta es limita en cuanto a las salsas de guacamole de tipo industrial
esta deliciosa, esta rico, me gusta como acompaña	otros factores a tener en cuenta	mucha oferta del producto a nivel nacional para hacer la salsa artesanalmente

## 2.5.3 clientes

el cliente ideal es aquel que tenga preferencia por el guacamole, que le guste acompañar algunas de sus comidas o platos con esta salsa y prefiera una salsa producida con normas de calidad que garantiza que no atenta contra su salud. En orden con lo anterior, se segmentaran los clientes apuntando hacia Personas ubicadas en la región y el país, jóvenes y adultos con poder adquisitivo para acceder el producto, así como minoristas que deseen ofertarlo en sus negocios y restaurantes

que hagan uso de esta para la producción de sus platos o de acompañantes para los adquiridos por sus clientes.

### **Propuesta de valor**

#### **Tareas del cliente**

- preparar comidas
- ir a restaurantes
- gestionar tiempo de ocio
- acceder a productos
- comprar productos

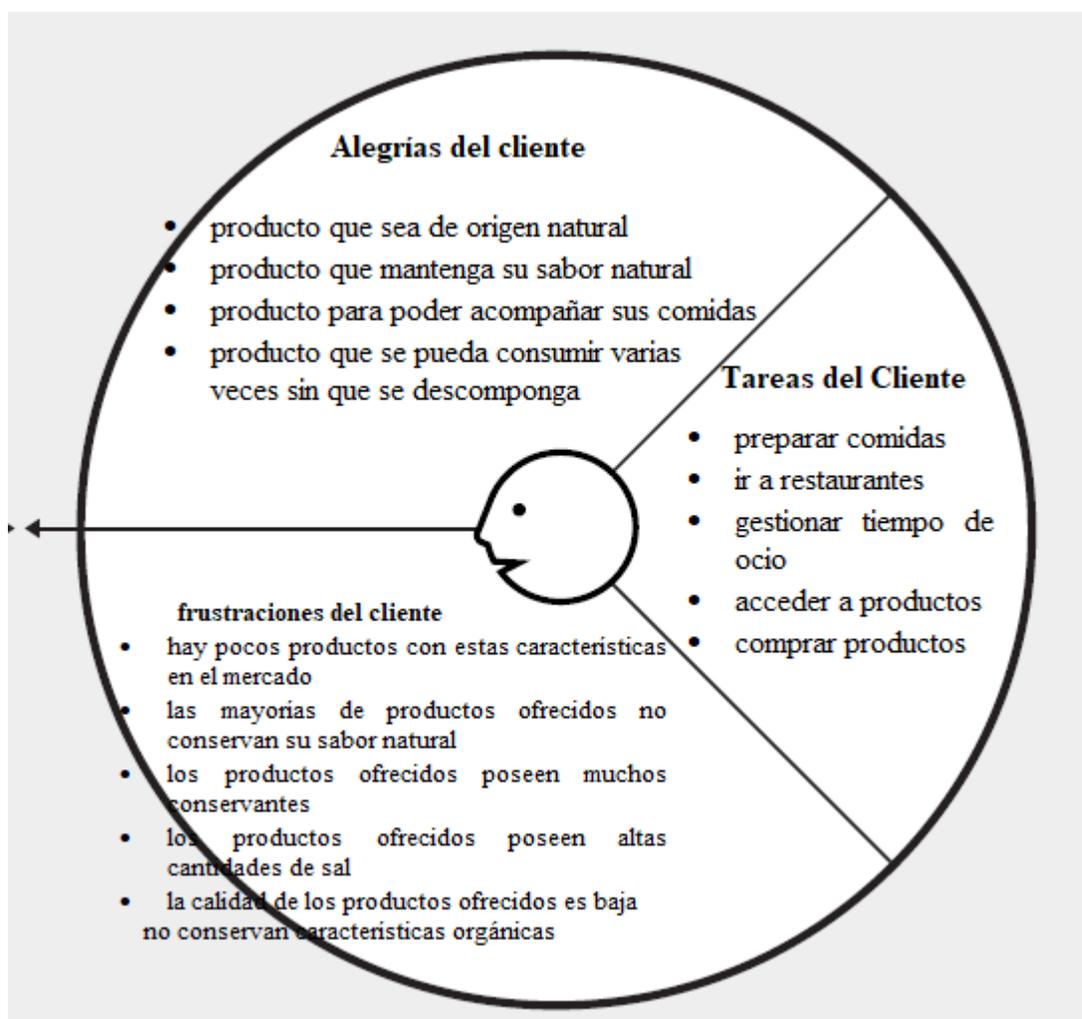
#### **frustraciones del cliente**

- hay pocos productos con estas características en el mercado
- las mayorías de productos ofrecidos no conservan su sabor natural
- los productos ofrecidos poseen muchos conservantes
- los productos ofrecidos poseen altas cantidades de sal
- la calidad de los productos ofrecidos es baja
- no conservan características orgánicas

#### **Alegrías del cliente**

- producto que sea de origen natural
- producto que mantenga su sabor natural
- producto para poder acompañar sus comidas

- producto que se pueda consumir varias veces sin que se descomponga
- alternativa para otras salsas



**Creadores de alegrías**

- salsa de origen orgánico
- puede hacer uso del producto mas de una vez
- baja en sodio
- conserva sabor natural
- se hace con ingredientes naturales
- accesible para el consumidor
- nuevo producto en el mercado

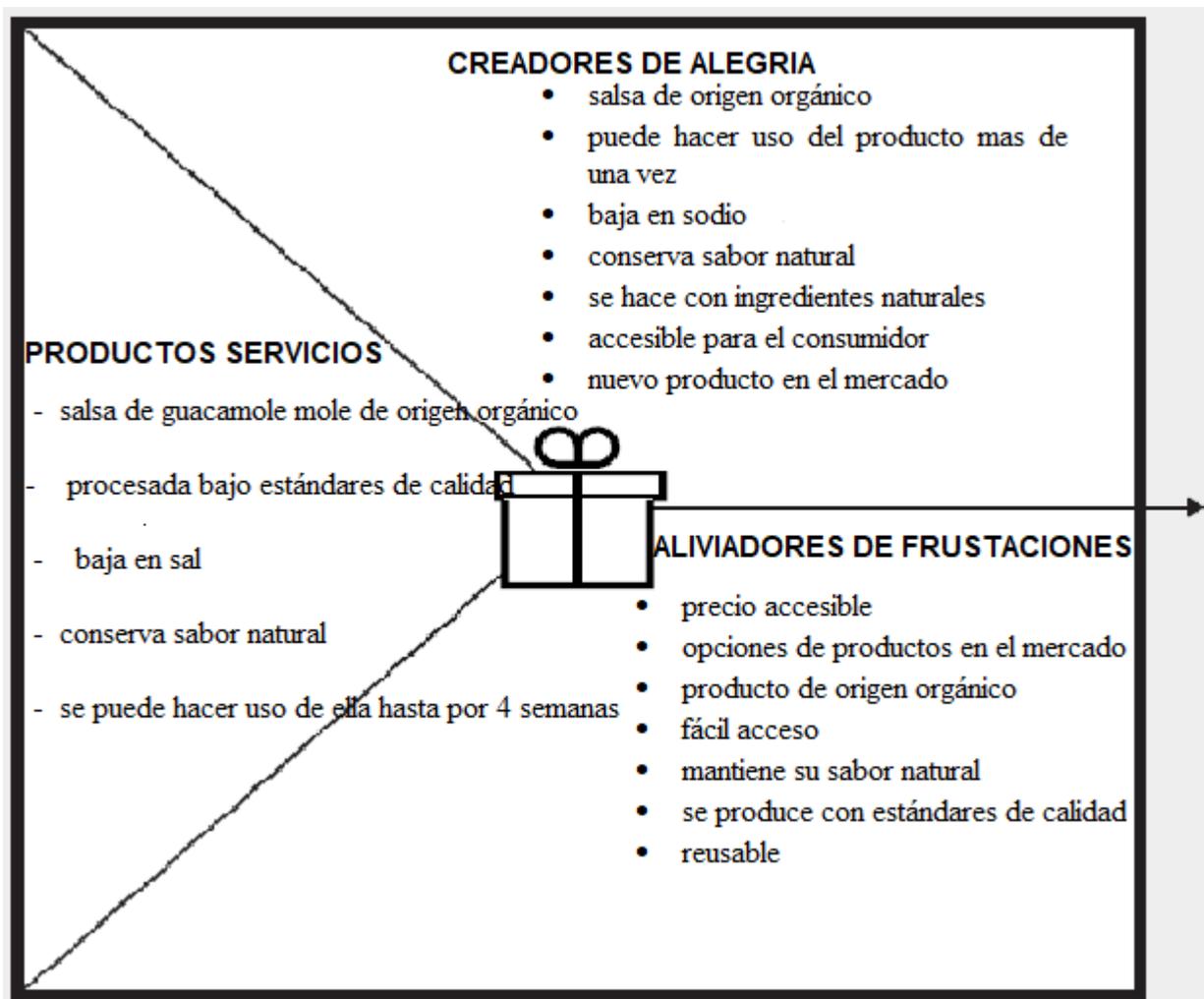
**Alivio de frustraciones**

- precio accesible
- opciones de productos en el mercado
- producto de origen orgánico
- fácil acceso
- mantiene su sabor natural
- se produce con estándares de calidad
- reusable

**Productos Servicios**

- salsa de guacamole mole de origen orgánico
- procesada bajo estándares de calidad
- baja en sal
- conserva sabor natural

- se puede hacer uso de ella hasta por 4 semanas



**Valores que destacan al cliente:**

- gustos por productos de calidad
- poder adquisitivo
- abierto a nuevas experiencias en sabores
- gusto por productos orgánicos
- gusto por productos exclusivos

necesidades urgentes:

un producto con normas de calidad y reglamentado, orgánico y que cumpla con sus expectativas en cuanto al sabor del producto ya que muchos son similares pero el sabor no es como el original.

#### 2.5.4 como el producto suple las necesidades del cliente

Actualmente en el mercado no existe un producto con las características de este, ya que, no se produce una salsa o aderezo que cumpla las características del guacamole producido industrialmente, pero con características orgánicas, es decir manteniéndolos atributos originales de los ingredientes y agregando pocos conservantes. En este sentido hay un número significativo de clientes potenciales a nivel local, regional y nacional con preferencias por estas salsas, pero sin un oferente que le supla la necesidad, puesto que, la mayoría de los que la hacen se ubican en el exterior del país, como Estados Unidos o México.

### **3. Diseño del producto**

#### **3.1 definición estratégica**

##### **Normas que rigen el producto**

- En Colombia la Resolución 719 de 2015 establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo en salud pública; de acuerdo a esta clasificación - el Invima expide distintas autorizaciones de comercialización:

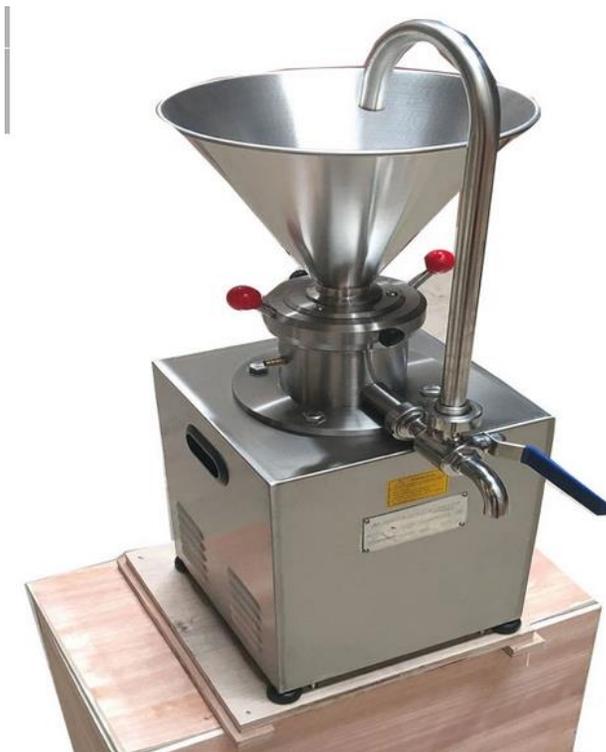
Acto administrativo expedido por el Invima, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, procesar, envasar, importar y/o comercializar un alimento de alto riesgo en salud pública con destino al consumo humano.

- RESOLUCION 2195 DE 2010 (junio 11) por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos que se deben cumplir durante el proceso térmico de alimentos envasados herméticamente de baja acidez y acidificados, que se fabriquen, transporten, expendan, distribuyan, importen, exporten y comercialicen para el consumo humano.
- Ley 170 de 1994, Colombia aprueba el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio, el cual contiene, entre otros, el “Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias” y el “Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio”, que reconocen la importancia de que los Países Miembros adopten medidas necesarias para la protección de La salud y vida de las personas, los animales, las plantas y la preservación del medio ambiente y para la protección de los intereses esenciales en materia de seguridad de todos los productos, comprendidos los industriales y agropecuarios, dentro de los cuales se encuentran, los reglamentos técnicos.

### 3.2 Diseño de concepto

#### Maquinaria insumos requerida para su fabricación

- Máquina para triturar ingredientes



- Máquina para cocinar y mezclar salsa ocasión



- Pasteurizadora



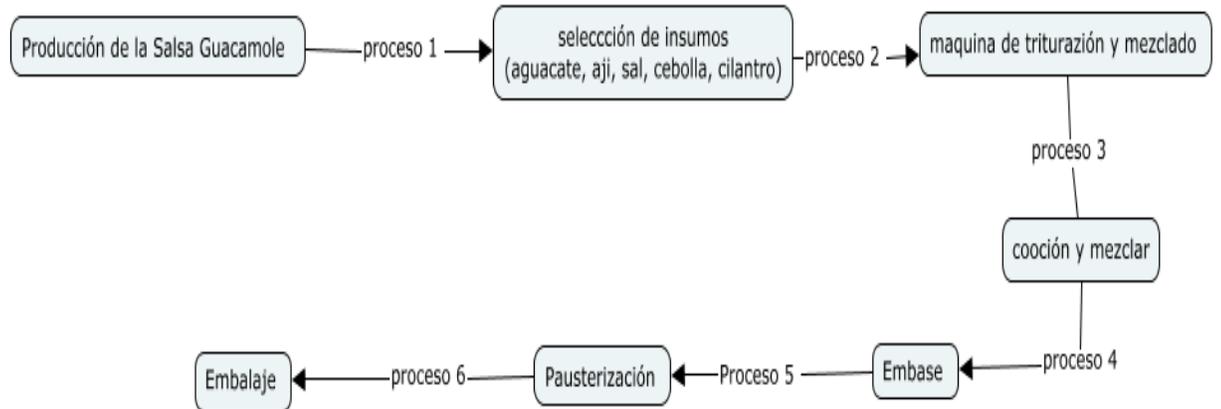
- Maquina envasadora del producto



- Embaces para el producto
- Etiquetas
- Cajas para embalaje

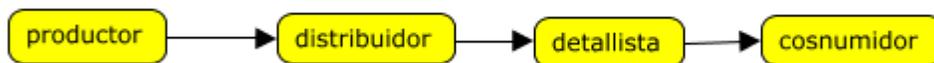
### **3.3. Diseño en detalle**

#### **3.3.1 Diagrama de bloques proceso de producción del proyecto**



### 3.3.2 cadena de distribución

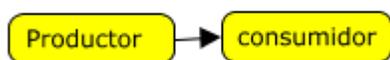
#### Cadena 1, distribuidor - supermercados



#### Cadena 3 directo a supermercado



#### Cadena 2 directo al restáurate



### 3.3.3 costo de producción – venta

Costos de producción

Caja de 24 unidades, empaques de 250 gr : 76.800

Aguacate :	\$16 800
Cebollas:	\$ 3.000,00
Limón:	\$ 2.000,00
Sal:	\$ 500,00
Jalapeño	\$ 15.000,00
Cilantro:	\$ 5.000,00
costos de procesamiento	\$ 20.000,00
empaquetado	\$ 31.300,00
Total	76.800,00 €

Costos de una unidad de 250 gr: 3200

30% adicional para ganancia: 4100

### **3.3.4 Indicadores de calidad**

- productos de origen orgánico
- productores de materias primas cumplen normas de calidad, poseen aval del gobierno, están agremiados.
- registro Invima
- examen organoléptico, dentro de los parámetros
- acidez adecuada
- cantidad de potasio, dentro de los parámetros
- peso neto
- empaquetado certificado
- métodos de control en los procesos
- manual de calidad en los procesos

### **3.3.5 producción**

ENVASE DEL PRODUCTO





### **Ficha técnica del producto**

Características del producto

Denominación general: Guacamole fresco

Cantidad: 250 g

Envases: Tarro de plástico, Refrigerado, Envasado en atmósfera protectora

Marcas: WAKA MOLE

Categorías: Comestibles, Salsas, Guacamoles

Etiquetas, certificaciones: Invima

Origen de los ingredientes: Carmen de Bolívar- Colombia

Lugares de fabricación o de transformación: Cartagena – Colombia

## Etiqueta



**INFORMACIÓN NUTRICIONAL**  
(valores por 100 g de producto)

Valor energético	851 kJ / 203 kcal
Grasas	17,1 g
de las cuales saturadas	3,0 g
Hidratos de carbono	10,6 g
de los cuales azúcares	1,9 g
Fibra alimentaria	10,7 g
Proteínas	1,8 g
Sal	1,5 g

Peso neto 200g

REFRIGERAR DESPUÉS DE ABRILO Y MANTENER EL ENVASE CERRADO Y REFRIGERADO LAS 24 HORAS SIGUIENTES Y MANTENER EL ENVASE CERRADO Y REFRIGERADO

## Bibliografía

4. Arias, F., Montoya, C., & Velásquez, O. (2019). Dinámica del mercado mundial de aguacate. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1942/194258529017/html/index.html>
5. Arias, J. (2019). *Alta demanda de aguacate Hass supera la capacidad de los productores*. Obtenido de <https://www.rcnradio.com/colombia/region-central/alta-demanda-de-aguacate-hass-supera-la-capacidad-de-los-productores>
6. BELL, J. G. (2019). *HASS Y GULUPA SON LOS PRODUCTOS CON MÁS PROYECCIÓN PARA LO QUE RESTA DEL AÑO*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/hass-gulupa-y-trucha-son-los-productos-con-mas-proyeccion-para-lo-que-resta-del-ano-2895327>
7. Cámara de Comercio Bogotá. (2017). *Conozca la clasificación de alimentos según la normatividad vigente*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-sector-agricola-y-agroindustrial/Noticias-2017/Conozca-la-clasificacion-de-alimentos-segun-la-normatividad-vigente#:~:text=En%20Colombia%2C%20de%20acuerdo%20con,en%20el%20pa%C3%ADs%20o%20importado.>
8. El Tiempo. (2017). *Estos son los productos a los que no les sube el IVA*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/productos-que-no-les-sube-el-iva-en-colombia-41392>
9. Esguerra, C., & Guarín, D. (2016). *GUIA TECNICA AMBIENTAL PARA LA PRODUCCIÓN DE AGUACATE E*. Obtenido de <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/3335/1/EsguerraYaraCristi%C3%A1nNicol%C3%A1s2016pdf>
10. Legiscomex. (2019). *El aguacate en el Mundo tiene vitrinas esperando*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/aguacate-hass-colombia-mundo-anaqueles-actualizacion>
11. Minagricultura. (Octubre de 2020). *Normatividad Legistavida*. Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Paginas/Normatividad-Leyes.aspx>
12. Oficina de la Cepal en Bogotá. (2013). *Visión agrícola del TLC entre Colombia y Estados Unidos: preparación, negociación, implementación y aprovechamiento*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4821/1/LCL3606\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4821/1/LCL3606_es.pdf)
13. PortalFrutícola. (2019). *Innovación lidera estrategia del crecimiento del aguacate Colombiano*. Obtenido de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2019/09/27/aguacates-de-colombia-lideres-sudamericanos-a-2040/#:~:text=Innovaci%C3%B3n%20lidera%20estrategia%20de%20crecimiento%20de%20aguacate%20colombiano,-27%20Septiembre%202019&text=Seg%C3%BAun%20estudio%20>
14. Significados.com. (2020). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/sectores-economicos/>

## **1.Prototipo**

### **Características del producto**

Frasco de salsa de guacamole de 200 gramos, de origen orgánico compuesta por aguacate, ají, cebollas, sal, cilantro y limón, acompañante de diversidad de recetas y platos, puede hacerse uso de esta más de una vez, es baja en sodio y conserva sabor natural

### **Características del prototipo**

Denominación general: Guacamole fresco

Cantidad: 250 g

Envases: Tarro de plástico, Refrigerado, Envasado en atmósfera protectora

Marcas: WAKA MOLE

Categorías: Comestibles, Salsas, Guacamoles

Etiquetas, certificaciones: Invima

Origen de los ingredientes: Carmen de Bolívar- Colombia

Lugares de fabricación o de transformación: Cartagena – Colombia

### **Interacción del cliente con el prototipo**

El consumidor puede hacer uso de la salsa, como alimento acompañante de otros alimentos así mismo, puede hacer uso de este, para preparar recetas.

### **Evidencia del prototipo**



INFORMACIÓN NUTRICIONAL (valores por 100 g de producto)	
Valor energético	851 kJ / 203 kcal
Grasas	17,1 g
de las cuales saturadas	3,0 g
Hidratos de carbono	10,6 g
de los cuales azúcares	0,9 g
Fibra alimentaria	10,7 g
Proteínas	1,8 g
Sal	1,5 g

## 1. Validación de idea de negocio

objetivo de la investigación

Dada la finalidad de determinar la viabilidad del producto, se procederá a identificar preferencias de los demandantes potenciales del consumidor hacia nuestro producto para así tratar de validar si las siguientes hipótesis corresponden a la realidad:

- hay preferencias por producto orgánicos de este tipo
- El consumidor prefiere nuestros atributos
- El consumidor está dispuesto a pagar el precio sugerido
- La presentación propuesta es la adecuada
- Los canales de distribución son los adecuados

### **1.1 tipo de investigación a realizar**

la investigación a realizar será de tipo mixta, teniendo en cuenta que esta representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Sampieri, Batista, & Fernandez, 2016). Con el método de investigación mixta se buscará la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa de los interrogantes planteados hacia el demandante potencial.

La muestra para realizar la investigación es de tipo no probabilística, esta es definida como: un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de la característica de la investigación (Sampieri, Batista, & Fernandez, 2016). En orden con lo anterior, se realiza un procedimiento de selección sin tomar un patrón, es de decir selección informal, con la que se puede realizar inferencias de la población.

Dado lo anterior, se seleccionarán 10 supermercados en la ciudad de Cartagena donde frecuentan consumidores de estrato 4-5-6, se seleccionarán 300 personas a las cuales se les aplicara una encuesta, para determinar sus preferencias en torno al producto. Del mismo se seleccionarán 10 centro comerciales con plazoletas de comidas, donde frecuentan consumidores de estratos 4-5-6, se abordarán a 100 de estos para aplicar la encuesta.

## 1.2 formulario de encuesta

### encuesta para identificar preferencias del consumidor en torno al producto salsa de guacamole “Waka- Mole”

Edad \_\_\_\_\_ Genero \_\_\_\_\_ ocupación \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál de las siguientes salsas sazonadoras consume? Enumere por orden de prioridad

- Salsa de tomate ( )
- Salsa barbecue ( )
- Salsa de guacamole ( )
- Salsa de champiñones ( )
- Salsa de soya ( )
- Salsa picante ( )

2. Al consumir salsas sazonadoras que prefiere:

- De origen natural orgánica ( )
- De origen artificial ( )

3. Con que frecuencia consume usted productos de salsas sazonadoras

- Todos los días en el almuerzo ( )
- Todos los días en la cena ( )
- Dos veces por semana ( )
- Una vez por semana ( )
- Quincenal ( )
- Mensual ( )

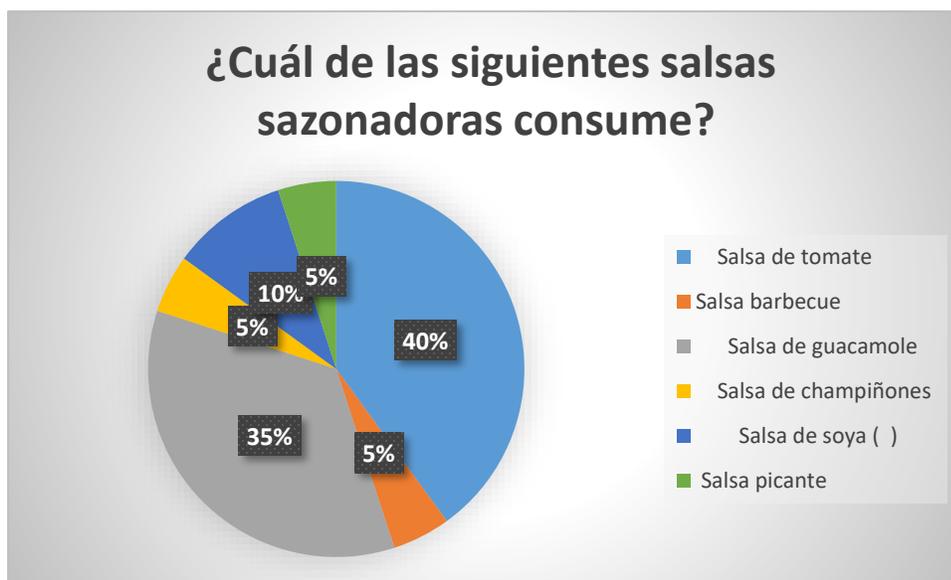
4. En que lugares acostumbra a consumirlas

- En casa ( )
  - Restaurantes ( )
  - Trabajo ( )
5. en que se fija usted al comprar su salsa zasonadora
- que sea un producto de origen natural ( )
  - que contrnga alto valor nutricional ( )
  - que el empaque se el adecuado y no este maltratado ( )
  - que el producto no tenga conservantes ( )
  - que se muestre la fecha de vencimiento ( )
  - que tenga baja sal ( )
6. Que defectos encuentra al momento de elegir salsas sazonadoras
- mala representación del producto ( )
  - malas condiciones en las que se venden ( )
  - contiene conservantes ( )
  - no es natural en su totalidad ( )
  - empaque deteriorado ( )
  - pronta fecha de vencimiento ( )
7. que rango de Precios esta dispuesto a pagar
- entre 2000 y 3000 ( )
  - entre 4000 y 5000 ( )
  - entre 6000 y 7000( )
  - mas de 8 mil ( )
  - cualquiera después que sea de calidad ( )

### **1.3 Tabulación y Análisis de la información**

**Los resultados de la encuesta fueron los siguientes :**

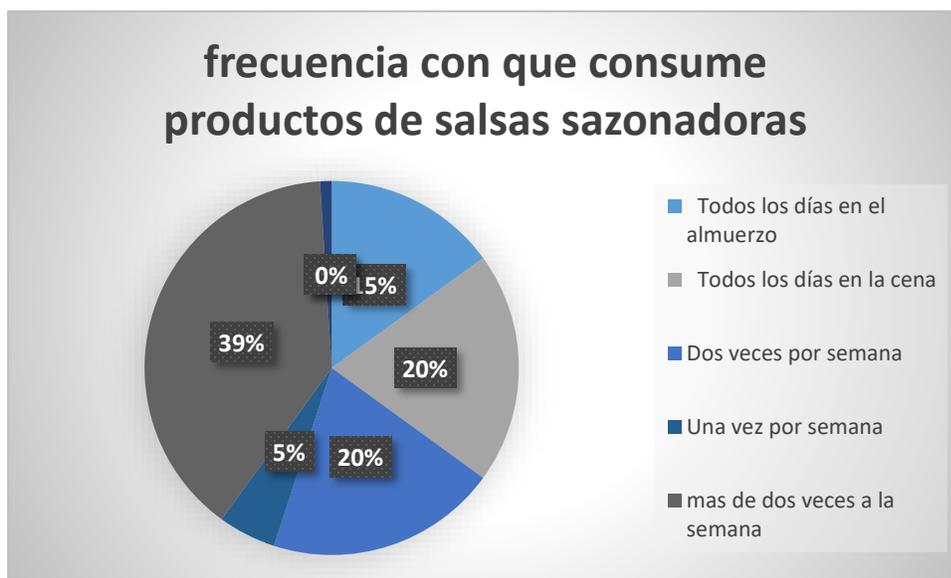
1. La salsa con mayor preferencia es la de tomate con un 40%, seguida de la de guacamole con un 35 % teniendo preferencia esta ultima dentro del publico objetivo.



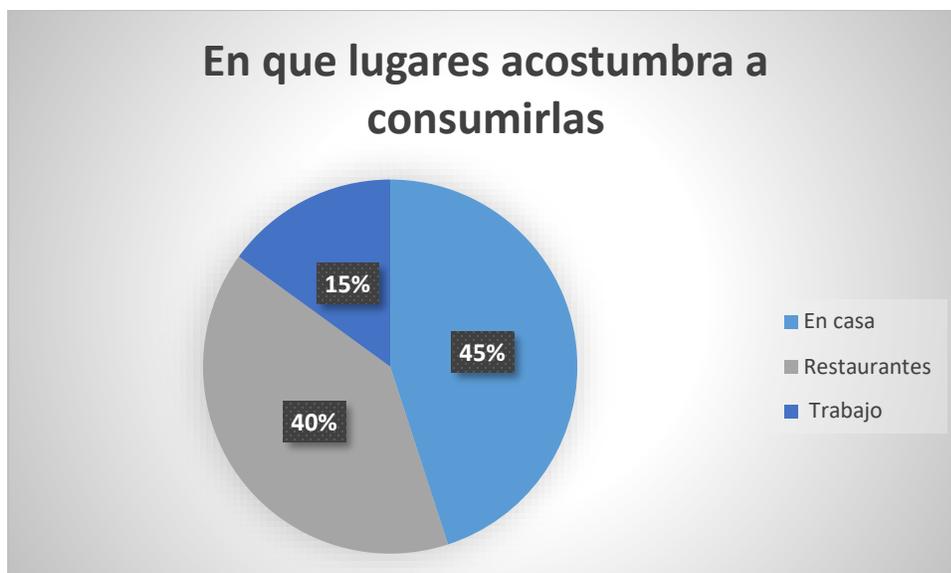
2. Al preguntarles por su preferencia entre salsa de origen natural o artificial el 68% de los encuestados manifestó que prefiere de tipo orgánica



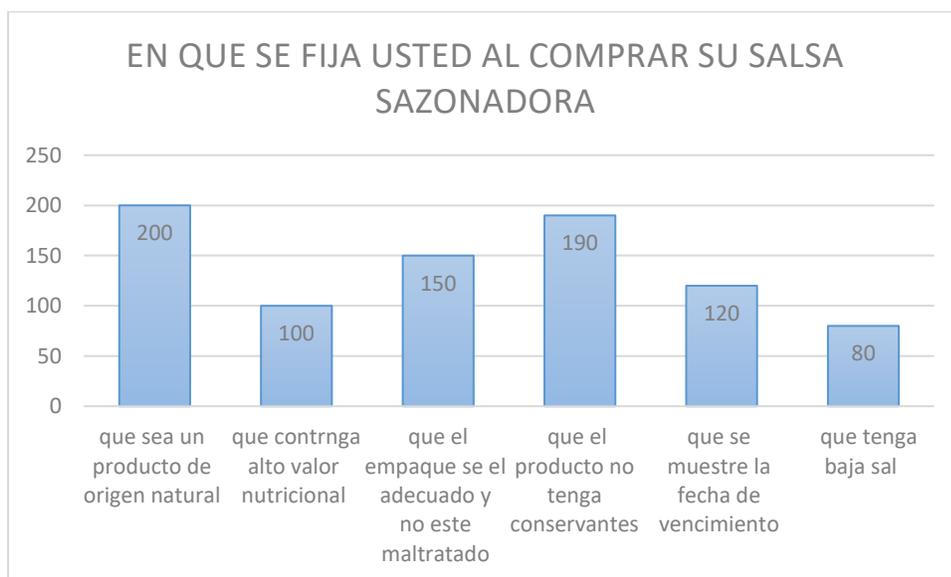
3. Al indagar con qué frecuencia consumen los productos, los consumidores mostraron un comportamiento tendiente a un consumo de mas de dos veces por semana (35%), preferiblemente en la cena y el almuerzo.



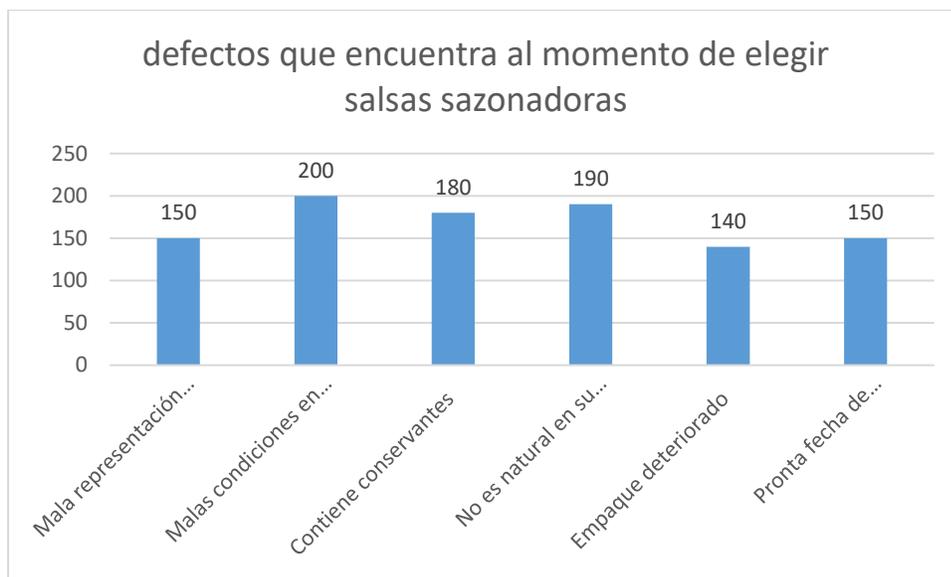
4. En lo que respecta a los lugares donde acostumbra a consumirlas, estos mostraron preferencias por los restaurantes y su casa, así mismo un porcentaje menor pero significativo manifestó que en el trabajo asombra a consumir el producto.



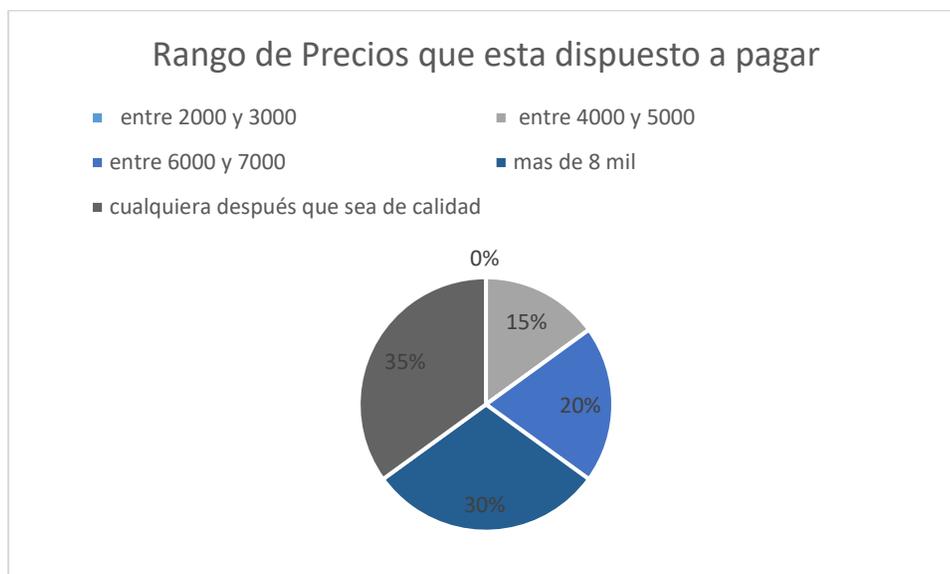
5. Al indagar sobre que se fija al momento de comprar la salsa estos manifestaron preferencias por que sea de origen natural, que el empaque no este maltratado, que el producto no tenga conservantes y que se muestre la fecha de vencimiento.



6. Al consultar a los consumidores sobre los defectos encuentra al momento de elegir salsas sazonadoras, estos expresaron que los defectos se manifiestan principalmente con malas condiciones de empaque, no es de origen natural, contiene conservantes, pronta fecha de vencimiento y mala presentación del empaque.



7. En lo que refiere al rango de precios, estos la mayoría de consumidores manifestó estar dispuesto a pagar por un producto de entre 6000 y 7000, y mas de 8 mil siempre y cuando este sea de calidad y cumpla con sus expectativas.



## Conclusión

De lo anterior podemos concluir que un producto de tipo salsa de guacamole tiene un 35 % preferencia dentro del público objetivo

- El consumidor prefiere un producto de origen natural
- La frecuencia de consumo de los productos es de más de dos veces por semana, preferiblemente en la cena y el almuerzo.
- Los lugares donde acostumbra a consumirlas, son los restaurantes y su casa.
  
- Al momento de comprar la salsa estos manifestaron preferencias por que sea de origen natural, que el empaque no este maltratado, que el producto no tenga conservantes y que se muestre la fecha de vencimiento
  
- Sobre los defectos encuentra al momento de elegir salsas sazonadoras, estos expresaron que los defectos se manifiestan principalmente con malas condiciones de empaque, no es de origen natural, contiene conservantes, pronta fecha de vencimiento y mala presentación del empaque.
  
- En lo que refiere al rango de precios, estos la mayoría de consumidores a pagar más de 8 mil siempre y cuando este sea de calidad y cumpla con sus expectativas.

## Modelo de Negocio Canvas

<b>Problema</b>  El cliente desea, necesita, anhela y sueña un producto de calidad, que cumpla sus expectativas y mantenga un sabor natural. La mayoría de la oferta es extranjera, se encuentra con productos en el mercado que tienen mal sabor, poco saludable, efectos secundarios, no orgánico, no cumple con las expectativas anunciadas.	<b>Solución</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Producto con ingredientes de origen orgánico que conserva su sabor natural.</li> <li>- Expiración una vez abierto el producto es mayor a otros del mercado.</li> <li>- Acompañante de diversidad de comidas.</li> <li>- Empaque práctico que cumple con normas de calidad.</li> </ul>	<b>Propuesta de valor</b>  “Waka-Mole, de origen natural, sabor natural para cumplir con las expectativas del cliente”	<b>Ventaja especial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sabor único, producto, para clientes con gustos por el guacamole.</li> </ul>	<b>Segmento de clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- el cliente ideal es aquel que tenga preferencia por el guacamole, -</li> <li>- gusto por productos de origen orgánico</li> <li>- Le gusta acompañar algunas de sus comidas o platos con esta salsa y prefiera una salsa producida con normas de calidad que garantiza que no atenta contra su salud.</li> <li>- Jóvenes, adultos en el país, con poder adquisitivos, y gusto por el guacamole-empresas minoristas restaurante que hagan uso de la salsa</li> </ul>										
	<b>Métricas claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cantidad de productos vendidos al mes.</li> <li>- Ingresos netos.</li> <li>- Costos e producción</li> <li>- Crecimiento en redes</li> </ul>		<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pagina web venta directa.</li> <li>- Ventas a Distribuidor especializado.</li> <li>- Ventas directas a restaurantes, super mercados.</li> </ul>											
<b>Estructura de coste</b> <table> <tr> <td>Gastos de producción</td> <td>12.000.000</td> </tr> <tr> <td>costos fijos</td> <td>6.000.000</td> </tr> <tr> <td>costos variables</td> <td>8.000.000</td> </tr> <tr> <td>Impuesto</td> <td>400.000</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>26.400.000</td> </tr> </table>		Gastos de producción	12.000.000	costos fijos	6.000.000	costos variables	8.000.000	Impuesto	400.000	Total	26.400.000	<b>Fuentes de Ingreso</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- venta directa a distribuidores de productos</li> <li>- ventas pagina web</li> <li>- ventas a minoristas tiendas, super mercados</li> <li>- ventas a restaurantes</li> </ul>		
Gastos de producción	12.000.000													
costos fijos	6.000.000													
costos variables	8.000.000													
Impuesto	400.000													
Total	26.400.000													

**Referencias**

Sampieri, R., Batista, P., & Fernadez, C. (2016). *Metodologia de investigación*. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO.