

# *Bengelados Asxan*

*De cubo a cubo con los campesinos*



Presentado por:

Astrid Xiomara Paiba Castillo

Bogotá

2020

**WIX**.com  
<https://n9.cl/ie>



@Asxanagro



@Asxan

## TABLA DE CONTENIDO

COMPROMISO DEL AUTOR .....	6
RESUMEN EJECUTIVO .....	7
INTRODUCCIÓN .....	8
OBJETIVOS .....	10
OBJETIVO GENERAL .....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	10
CLAVES PARA EL ÉXITO.....	11
DESARROLLO .....	12
ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	12
PROBLEMA 1 .....	12
PROBLEMA 2.....	13
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....	14
VALOR COMPARTIDO.....	16
ESTUDIO DE MERCADO .....	17
PROBLEMÁTICAS EN SECTOR RURAL Y URBANO.....	19
ANÁLISIS PESTEL .....	20
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD .....	25
PROBLEMA 1 .....	25
PROBLEMA 2 .....	25

PROBLEMA 3 .....	25
ARBOL DE PROBLEMAS .....	27
ARBOL DE SOLUCIONES .....	28
ANÁLISIS DE PROBLEMAS .....	28
PREGUNTA PROBLEMA.....	29
LLUVIA DE IDAS .....	29
DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	32
ANALISIS DOFA.....	34
ESTRATEGIAS .....	37
ESTRATEGIA DO.....	37
ESTRATEGIAS FO .....	38
ESTRATEGIA DA.....	39
ESTRATEGIA FA.....	40
ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN .....	41
ALIANZAS .....	41
PROCESOS CLAVES.....	41
COMPETENCIA .....	42
ANÁLISIS .....	42
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	43
ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	44

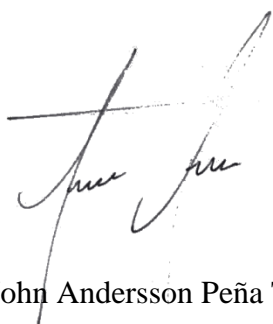
ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	44
ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN .....	46
ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DE LOS PROVEEDORES .....	47
SEGMENTACIÓN EL MERCADO .....	49
BONDADES DEL CUBIFRUIT .....	49
EJERCICIO BUYER.....	51
DESCRIPCIÓN .....	52
EXPLICACIÓN .....	52
PROPUESTA DE VALOR.....	53
CICLO DE VIDA .....	54
DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA .....	55
DISEÑO DE CONCEPTO.....	56
DISEÑO EN DETALLE.....	59
CADENA DE DISTRIBUCIÓN .....	60
VALIDACIÓN DE VERIFICACIÓN .....	60
PRODUCCIÓN .....	61
PERCIO DE VENTA.....	62
PROTOTIPO .....	63
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO .....	63
CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO .....	63

INTERACCIÓN CON EL CLIENTE .....	63
EVIDENCIA DEL PROTOTIPO.....	64
MODELO RUNNING LEAN.....	65
VALIDACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO .....	66
OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	66
OBJETIVO GENERAL.....	66
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	66
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	66
FORMULARIO DE ENCUESTA .....	67
TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	69
TABULACIÓN Y ANALISIS .....	70
LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES.....	77
BIBLIOGRAFÍA.....	78

## COMPROMISO DEL AUTOR

Yo ASTRID XIOMARA PAIBA CASTILLO con C.C 1.016.039.051 y JOHN ANDERSSON PEÑA TORRES con C.C 1.012.401.585 estudiante del programa ADMINISTRACION EN SALUD declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



John Andersson Peña Torres

Ingeniero Agrónomo

CC. 1012401585



Astrid Xiomara Paiba Castillo

Estudiante Administración en salud

CC. 1016039051

## RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo del campo se encuentra detenido porque no se dan las suficientes oportunidades para el desarrollo de esta práctica, aparte que se debe hacer bajo condiciones muy desfavorables y riesgos económicos muy altos, las personas que se acercan al sector de explotación agrícola a comprar los productos (Intermediarios) les ofrece por debajo del valor del producto por constante cambio de precio en centrales de abastos, muchos productos los pagan muy económico sin procesar, pero logran un aumento muy significativo de dinero con su procesamiento o transformación (poscosecha), por esta razón nace Asxan, somos una compañía que quiere eliminar intermediarios de varios productores, comprando directamente al campesinado y estandarizando el precio de la cosecha, se disminuirá el riesgo de los agricultores de pérdida económica, se ofrecerá asesorías técnicas y microcréditos para insumos que protegen el cultivo de plagas y enfermedades e insumos para nutrición del cultivo, así logrando aumentar el rendimiento del cultivo, con el compromiso de venta de la totalidad de su cosecha a nuestra compañía, con la agroindustria se logra llegar a consumidores finales con productos de alta calidad y conservados en congelación.

Ya que en el empaque se utilizará productos plásticos y se utiliza la refrigeración los cuales son principales contaminantes en el mundo, nuestra compañía donara una parte de sus ganancias a siembra de árboles, esta donación es directamente proporcional a nuestras ventas.

## INTRODUCCIÓN

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), para el 2050 se espera que la población mundial alcance los 9,15 billones de habitantes, para suplir esa población se necesitan 455 millones de toneladas de carne. Según la (FAO) Colombia está en el puesto 22 en los países con más hectáreas disponibles para la explotación agrícola sin afectar sus recursos naturales esto a sus condiciones ambientales (Tiempo, 2019).

Hace 30 años el agro colombiano estaba en un crecimiento exponencial que nos volvía competitivos con el resto del mundo, pero la falta de información y el conflicto armado logro una disminución muy considerable de las explotaciones agrícolas. Productos como el café, banano, flores, azúcar y palma de aceite son unos de los productos más representativos en la exportación Colombiana, esto condujo que crecieran los monocultivos y que cultivos endémicos de las regiones disminuyeran o desaparecieran (Tiempo, 2019).

La agricultura en este momento en Colombia representa el 22,30% del producto interno bruto (PIB), “es paradójico que en un país en el que se puede aumentar 20 millones de hectáreas el área de producción, se estén importando cerca de 12 millones de toneladas de alimentos al año”, el último Censo Nacional Agropecuario (CNA) publicado en el 2015, da cifras que de 111 millones de hectáreas son de área rural y de esas 26 millones tienen un gran potencial agrícola, pero solo se está produciendo en 7 millones (27%) (Tiempo, 2019). El desarrollo del campo se encuentra detenido porque no se dan las suficientes oportunidades para el desarrollo de esta práctica, aparte que se debe hacer bajo condiciones muy desfavorables y riesgos económicos muy altos, las personas que se acercan al sector de explotación agrícola a comprar los productos (Intermediarios) les ofrece por debajo del valor del producto por constante cambio de precio en centrales de abastos, muchos productos los pagan muy económico sin procesar, pero logran un



aumento muy significativo de dinero con su procesamiento o transformación (poscosecha), por esta razón nace Asxan, somos una compañía que quiere eliminar intermediarios de varios productores, comprando directamente al campesinado y estandarizando el precio de la cosecha, se disminuirá el riesgo de los agricultores de pérdida económicamente, se ofrecerá asesorías técnicas y microcréditos para insumos que protegen el cultivo de plagas y enfermedades e insumos para nutrición del cultivo, así logrando aumentar el rendimiento del cultivo, con el compromiso de venta de la totalidad de su cosecha a nuestra compañía, con la agroindustria se logra llegar a consumidores finales con productos de alta calidad y conservados en congelación.

Ya que en el empaque se utilizará productos plásticos y se utiliza la refrigeración los cuales son principales contaminantes en el mundo, nuestra compañía donara una parte de sus ganancias a siembra de árboles, esta donación es directamente proporcional a nuestras ventas.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Llevar productos de alta calidad congelados al consumidor final de los productos aportando facilidad en los procesos de preparación en Bogotá y Soacha

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Capacitar a los agricultores para un uso adecuado del terreno para aumentar el rendimiento del cultivo.
2. Procesamiento de los productos para una mejor rentabilidad y calidad del producto.
3. Implementar requisitos de calidad y presentación amigables con el medio ambiente.
4. Identificar los factores internos y externos que favorecen o perjudican el desarrollo del proyecto.
5. Investigar el mercado.

## CLAVES PARA EL ÉXITO

1. Compromiso con el cambio y la innovación.
2. Productos de alta calidad único y capaz de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
3. Excelencia por el cual se estipulan estándares de alta calidad.
4. Perseverancia ya que se cuenta con muchos competidores y obstáculos que se deben sobrellevar con tenacidad para llegar al posicionamiento esperado.

## **DESARROLLO**

### **ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

#### **PROBLEMA 1**

Los 7,7 mil millones de personas en el mundo día a día tienen menos tiempo para el procesamiento de alimentos y muchos de ellos no tienen acceso a una seguridad alimentaria de esos 7,7 mil millones hacemos parte 50 millones de colombianos, los cuales buscan facilidad de productos exprés y de larga duración ya que el tiempo se ve reducido en el transporte público (promedio 2 horas), trabajo (promedio 8 horas), estudio (promedio 6 horas), descanso (promedio 8 horas) lo que esto conlleva que de 24 horas del día solo 2 horas quedan para una vida social y de más tareas diarias, muchos hogares lo invierten en preparación de alimentos. Esto se ve más reflejado en las zonas urbanas principalmente en Bogotá con 7,4 millones de habitantes, según el censo registrado en el 2018 la mayoría de población se encuentra en las edades de 15 a 89 años, de esa población el 96,3% tienen acceso a la energía eléctrica, esta población cada vez busca la solución de productos de rápida preparación y usando menos utensilios para esta función y en el momento no se evidencia productos de rápida preparación a base de fruta natural.

Basado en esta problemática se busca brindar productos del agro colombiano de rápida preparación y accesible para toda la población con precios de baja oscilación, por consiguiente, nace el proyecto Asxan para satisfacer la necesidad que presenta la sociedad de disminuir el tiempo en la preparación de bebidas hidratantes naturales a base de fruta natural, nuestros productos brindan un jugo con todas las características necesarias de un jugo convencional.

Nuestros productos de fruta congelada en forma de pulpa tienen dos formas de preparación, una de ellas es el acceso súper exprés que es licuando la fruta sin necesidad de

filtrar semillas o residuos habituales del desperdicio de un proceso convencional y se obtiene jugo en 5 minutos o con nuestro proceso de jugo sin uso de procesadores de fruta.

Acceso: todo consumidor potencial de fruta natural con edades comprendidas entre los 5 años a 90 años, de la ciudad de Bogotá.

## ***PROBLEMA 2***

Precios elevados al consumidor final, uso inadecuado de producto agrícolas y trazabilidad a los consumidores.

Nuestro producto se comprara directamente a los agricultores y así brindar productos con alta rentabilidad y con precios acordes a la necesidad del consumidor, Asxan eliminara intermediarios y trabajara de la mano con los agricultores como proveedores únicos de fruta para la industrialización y entrega directa al consumidor final, capacitación constante para el uso adecuado de insumos agrícolas, buenas prácticas agrícolas y logrando una excelente trazabilidad de los productos ofreciendo productos de alta calidad a la población consumidora de nuestros productos del mismo modo, suministrar herramientas intelectuales a los agricultores para el aumento de rendimiento en sus lugares de explotación agrícola.

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

**Figura1.**

*Objetivos de desarrollo sostenible*



**Fuente:** Autoría propia

Basado en las problemáticas anteriormente relacionadas en el documento podemos dar solución a los objetivos que se presentan en la gráfica:

- Fin de la pobreza y hambre cero: basado en nuestra política y estrategia de empresa para ayudar al fin de pobreza y hambre cero está en brindar capacitaciones para el mejor aprovechamiento de la tierra del agricultor y así brindar seguridad alimentaria a todos nuestros proveedores, como huertas de auto sostenimiento, y estandarizar precios de cosechas.
- Salud y bienestar y alianzas para lograr objetivos: brindando acompañamiento en cada visita técnica se orienta al agricultor cuales son los riesgos de la mala utilización de pesticidas, además se quiere llegar a una alianza con la gobernación y alcaldía municipal para llevar orientación médica a las veredas alejadas, como toma de tensión,

diagnostico odontológico, visual entre otros procedimientos básicos que diagnostiquen estados de salud y posterior tratamiento en su respectiva EPS, a los proveedores que no cuenten con EPS, se afiliaran y nosotros como empresa gestionaremos para brindarle los mínimos servicios vitales de salud, nuestro productos con estándares de calidad y baja utilización de productos químicos brinda un alimento amigable a la salud, algunos de nuestros productos tendrán endulzantes naturales que son aptos para diabéticos o personas con problemas de salud.

- Agua limpia y saneamiento: orientación para cosecha de agua lluvia, filtros purificadores de agua, almacenamiento adecuado de agua, tratamiento de residuos de los procesos agrícolas para evitar la contaminación de fuentes hídricas
- Industria, innovación e infraestructura: AsxAn con la ayuda de sus proveedores llegara a transformar productos agrícolas en conservación en congelación y eliminar intermediarios logrando un valor agregado con la industrialización de cada uno de ellos.
- Reducción de las desigualdades y Producción y consumo responsable: Llevando educación, salud, progreso entre otras oportunidades se reducirá la desigualdad y se promoverá la producción y consumo adecuado de los recursos humanos.
- Vida submarina y vida de ecosistema terrestre: con aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas productos orgánicos se logrará llevar un equilibrio y disminuir en gran medida la huella humana en las explotaciones agrícolas

## VALOR COMPARTIDO

Los productos ofrecidos por nuestra compañía tienen como objetivo disminuir los recursos para su preparación, entre ellos el más importante es la disminución de tiempo en la preparación que se reduce en un 80% ya que las presentaciones de los alimentos ofrecidos vienen precocidas y lo más expés posible.

Considerando que los agricultores recibirán privilegios al vendernos sus productos a nosotros directamente tendremos una responsabilidad social y teniendo en cuenta que nuestros productos en su mayoría van empacados en plástico y esto perjudica al medio ambiente tendremos ciertas estrategias para disminuir el impacto en la sociedad, comunidad, cultura, ambiente entre otros factores:

- Ya que nuestros productos serán empacados en plástico y necesitamos de refrigeración para su conservación, AsxAn se compromete a la siembra de árboles semestrales, esto conlleva a reducir la huella de carbono que generamos al comercializar nuestros productos.
- Los residuos orgánicos generados de la obtención netamente de la pulpa (cascara, semillas, ramas etc.) se utilizarán para la creación de abonos orgánicos los cuales se comercializarán entre los mismos asociados (proveedores) donde se les brindara crédito (de una parte, del valor total del producto) para la obtención de estos productos (sin ninguna clase de interés), con la condición que su pago será con producto en el tiempo de cosecha.
- Dar acceso a la toma de signos de salud.



## ESTUDIO DE MERCADO

El consumo de papa en el año 2017 fue de 2.751.837 toneladas. (Ministerio de Agricultura, 2018)

El 90% de los productores de papa se encuentran concentrados en 4 departamentos específicos, Cundinamarca con un 37%, Boyacá con un 27%, Nariño 20% y en último lugar Antioquia 6%.

Cabe resaltar que la producción de papa en Colombia genera anualmente cerca de 264 mil empleos (Ministerio de Agricultura, 2018).

Los rendimientos por hectárea debería subir a 25 toneladas para lograr ser competitivos, para aumentar considerablemente la producción de los cultivos debemos tener en cuenta algunas recomendaciones por la Federación de Papa (FEDEPAPA) (FEDEPAPA, 2019).

- Semillas certificadas
- Análisis de suelos
- Asistencia técnica integral

Este aumento logra suplir la necesidad de consumo en el país y logra competir con productos importados (FEDEPAPA, 2019), los agricultores deben asociarse, industrializarse y tecnificarse. Disminuyendo intermediarios y comercializadores que se enriquecen con el esfuerzo del campesino y que proporcionan productos con costos más altos para el consumidor final (FEDEPAPA, 2019).

Tabla 1

La siguiente tabla muestra los aportes nutricionales que tiene la papa

<b>Aportes</b>	<b>Descripción</b>
Energía	A través de un carbohidrato llamado almidón proporciona energía al consumidor, provoca sensación de saciedad y ayuda a controlar el apetito, tener consideración los otros ingredientes como mantequilla y aceite.
Fibra	Se obtiene por medio de la cascara del tubérculo, su consumo ayuda a un mejor tránsito intestinal
Vitamina C	Contiene cantidades importantes de esta vitamina, esto contribuye a fortalecer el sistema inmunológico, es antioxidante y ayuda a la asimilación del colágeno.
Potasio	El potasio de la papa contribuye en nuestra actividad neuromuscular
Fosforo	Fuente importante en la formación de dientes y huesos.

Tabla 1. “aportes nutricionales de la papa” (Prokop & Albert, 2008)

Colombia es uno de los mayores productores de fruta fresca durante todo el año, pero no consume lo recomendado por la Organización Mundial de la Salud que está en promedio de 120 kilos de fruta al año por persona (Dinero, 2013), los Colombianos consumen una tercera parte, la iniciativa es fomentar el consumo de frutas y vegetales, Dar la importancia del valor que puede tener la fruta producida en Colombia para la dieta diaria y sus aporte nutricionales.

Los últimos estudios demostraron que el bajo consumo de frutas y verduras en Colombia se debe al precio elevado del mismo en base a la fluctuación del valor de los mismos, teniendo en cuenta otros factores como la educación, nivel social entre otras. (Combariza, 2013)

Sus características geográficas, diferentes climas por sus pisos térmicos, abundante agua y miles de tierras agrícolas.

“Colombia tiene 433 especies nativas de frutales comestibles identificados, que la hacen el primer país del mundo en biodiversidad de frutas por kilómetro cuadrado” (Montaño, 2007)

En Colombia de esas 433 especies se ofrecen en los mercados aproximadamente 42 especies y algunas frutas exóticas como el carambolo, borjón y agraz (Combariza, 2013).

## PROBLEMÁTICAS EN SECTOR RURAL Y URBANO

- El sector rural y agropecuario tiene varias problemáticas basado en la inequidad de sus productos, ya que los precios de su mercancía oscilan en base a la oferta que se encuentra en el país o en la central de abastos más cercana en donde se comercializa los productos de explotación agraria esto influye que se pierda la rentabilidad del producto y en muchos casos dejar los productos sin ser cosechados porque el costo beneficio es más elevado y es mejor perder el producto en la tierra que vender por debajo del precio de producción.
- Mediante a la problemática que tenemos en el sector salud se puede identificar que en la zona rural no se cuenta con mayor infraestructura a nivel hospitalario por lo tanto se ve la disminución del programa de prevención y promoción de la enfermedad, esto conlleva que los agricultores no cuenten con atención oportuna para el bienestar. Si desean acceder a sistema de salud deben desplazarse largos trayectos para llega centro de salud más cercano a su comunidad.
- En las zonas rurales y en sectores de explotación agrícola, no se cuenta con tecnologías adecuadas y educación de calidad para el aumento de sus rendimientos esto conlleva a malas cosechas, altas incidencias de plagas y enfermedades, mala fertilización, productos de baja calidad, trabajo infantil por falta de oportunidades de estudiar, contaminación de fuentes de agua entre otras.
- Deficiencia en acceso al agua potable y de calidad
- Deficiencias en servicios de energías limpias y renovables

## ANÁLISIS PESTEL

➤ **Político:** Nicolás García Bustos siendo el gobernador de Cundinamarca enfoca en su plan de desarrollo el sector agrícola como principal eje hacia la reactivación de la economía nacional siendo el departamento con más producción hacia la capital del país (*ORDENANZA 011 2020 OK.pdf*, s. f.), “Teniendo en cuenta que países como Estados Unidos, Brasil, Perú, Ecuador, Venezuela, Argentina y la mayoría de los países de la Unión Europea subsidian a sus campesinos” (Fuertes, 2016), por tal motivo los costos de producción de los alimentos se ven reducidos logrando que el campesinado colombiano no pueda competir con los precios (Fuertes, 2016), según el estudio que hizo la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), más del 60% de productos agrícolas importados son cereales entre maíz, trigo y pastas (Fuertes, 2016) el 40% restante está en productos que genera el mismo país, como papa, cebolla entre otros productos, con esto se impacta negativamente a los agricultores colombianos por el aumento de oferta en las centrales de abastos, en base a los dicho por Rafael Mejía, presidente de las (SAC) indica que los Tratados de Libre Comercio (TLC), deben beneficiar a ambas partes (Fuertes, 2016), los productos agrícolas que entran al país ingresan de países que tienen este tratado con Colombia, lo que conlleva que los productos ingresen con menos aranceles o con cero impuestos y esto vuelve una oferta desleal para los productos cosechados en el territorio nacional.

**Invima:** Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), es una entidad de vigilancia y control científico tecnificado, el encargado de la protección de la salud individual y colectiva de los habitantes de

Colombia, con la ayuda de las normas sanitarias asociadas al consumo de alimentos y medicamentos. (*Registro Sanitario INVIMA*, s. f.)

Un registro sanitario es el documento expedido por el Invima, mediante se autoriza la fabricación, envasado e importar productos de consumo humano.

Este documento es necesario para los productos ofrecidos por el proyecto ya que tenemos procesamiento en las frutas y verduras, cabe resaltar que también ofrecemos productos en fresco los cuales no generan IVA ni permiso sanitario (Invima). En cambio los productos ofrecidos en estado de conservación (congelación) tienen un IVA del 16% impuesto generado por el gobierno nacional de Colombia. (Llerena, 2016)

- **Económico:** según el DANE el crecimiento de Producto Interno Bruto (PIB), en el primer trimestre del presente año el sector “Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca” creció 6,8% (DANE, 2020) y el “Comercio al por mayor y al por menor” un aumento de 0,9% (DANE, 2020) esto indica que nuestra compañía está en los sectores que van aumentando a pesar de la pandemia no afecto en números negativos estos sectores, el proyecto se presentara en diferentes programas de financiación entre uno de ellos el fondo emprender. Algunas entidades pueden financiar el proyecto con capital semilla, una de estas entidades es El Servicio Nacional de Aprendizaje (**SENA**) en su programa Fondo Emprender, Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (**FINAGRO**).
- **Social:** En base a nuestros proveedores se encontraran en zonas rurales del departamento de Cundinamarca en avanzada edad, principalmente hombre agricultores y mujeres agricultoras, pero nuestras campañas de promoción y

prevención será para toda la familia, nuestros cliente están ubicados principalmente en la ciudad de Bogotá, comprendidos entre los 16 años en adelante, personas las cuales les guste consumir jugos de fruta y tengan posibilidad de tener una refrigerados con congelador para mantener los productos en adecuados parámetros de temperatura, los proveedores acceden a nuestros servicios siendo productores de pequeña y mediana escala de productos los cuales se comercializaran, como los son frutas y verduras, los clientes finales consumidores de los productos congelados y pulpas de fruta tendremos centros de distribución y entrega a domicilio, se contactaran con la empresa en una forma virtual, como lo son redes sociales, página web, numero telefónicos entre otros, los clientes potenciales se encuentran en la ciudad de Bogotá y en el municipio de Soacha comprendiendo un aproximado de 7 millones de usuarios potenciales para la compra de los productos ofrecidos por la compañía con un estilo de vida saludable y vital, ya que los productos son de primera necesidad. Se comprenden los clientes entre el estrato 1 a estrato 5.

- **Tecnológicos:** Implementar tecnología al campo como insumos agrícolas de alto rendimiento, maquinaria agrícola para el procesamiento de la fruta maquinas industriales para ahorro en mano de obra, se tendrá como primordial herramienta de marketing las redes sociales y herramientas audiovisuales.
- **Ecológico:** Se encuentra una compañía relacionada con todo el apoyo social con lo es “Nestlé”, pero no se encuentra compañías con la misma responsabilidad social la cual se quiere implementar en nuestra compañía, la más cercana a la siembra de árboles es “ecosia” navegador de internet que por la utilización del

mismo en las búsquedas web se comprometen en la siembra de árboles, nosotros respecto a las ventas que generamos y por el uso de productos químicos y procesos de refrigeración sentimos la necesidad de devolver algo al medio ambiente y sembraremos a nombre de nuestros clientes árboles en los diferentes parques naturales o en sectores vulnerables para la ayuda de la reforestación, ya que se tiene una responsabilidad social y ambiental esto genera un valor compartido y un valor agregado enorme en nuestros productos esto logra tener una conciencia ambiental y social, con esto llegamos a tener unas mejores ventas de nuestros productos. Aparte de eso la tendencia del compromiso ambiental va en aumento, los alimentos naturales y saludables cada vez van en crecimiento en el consumo la población cada día está más preocupada por mantener hábitos de salud y bienestar y son productos los cuales brindamos en nuestro portafolio

➤ **Legal: Decreto 3075 de 1997. “La salud es un bien de interés público”**

(Manipulación de Alimentos Colombia, 2020), este decreto regula toda actividad que genere factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicara:

1. Toda empresa y/o fabrica donde se procese alimentos, todo utensilio y personal que tenga contacto con los mismos
2. “A todas las actividad de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional”(Manipulación de Alimentos Colombia, 2020)
3. A los alimentos y materias primas procedentes de alimentos

**Resolución 5109 de 2005:** “Reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para

consumo humano, expedido por el ministerio de protección social”(Manipulación de Alimentos Colombia, 2020)



## **IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD**

### **PROBLEMA 1**

Los 7,7 mil millones de personas en el mundo día a día tienen menos tiempo para el procesamiento de alimentos y muchos de ellos no tienen acceso a una seguridad alimentaria de esos 7,7 mil millones hacemos parte 50 millones de colombianos, los cuales buscan facilidad de productos exprés y de larga duración ya que el tiempo se ve reducido en el transporte público (promedio 2 horas), trabajo (promedio 8 horas), estudio (promedio 6 horas), descanso (promedio 8 horas) lo que esto conlleva que de 24 horas del día solo 2 horas quedan para una vida social y demás tareas diarias, muchos hogares lo invierten en preparación de alimentos. Esto se ve más reflejado en las zonas urbanas principalmente en Bogotá con 7,4 millones de habitantes, según el censo registrado en el 2018 la mayoría de población se encuentra en las edades de 15 a 89 años, de esa población el 96,3% tienen acceso a la energía eléctrica, esta población cada vez busca la solución de productos de rápida preparación y usando menos utensilios para esta función y en el momento no se evidencia productos de rápida preparación a base de fruta natural.

### **PROBLEMA 2**

Precios elevados al consumidor final

### **PROBLEMA 3**

Uso inadecuado de productos agrícolas y mala trazabilidad a los consumidores.

Tabla 2

*Requerimientos*

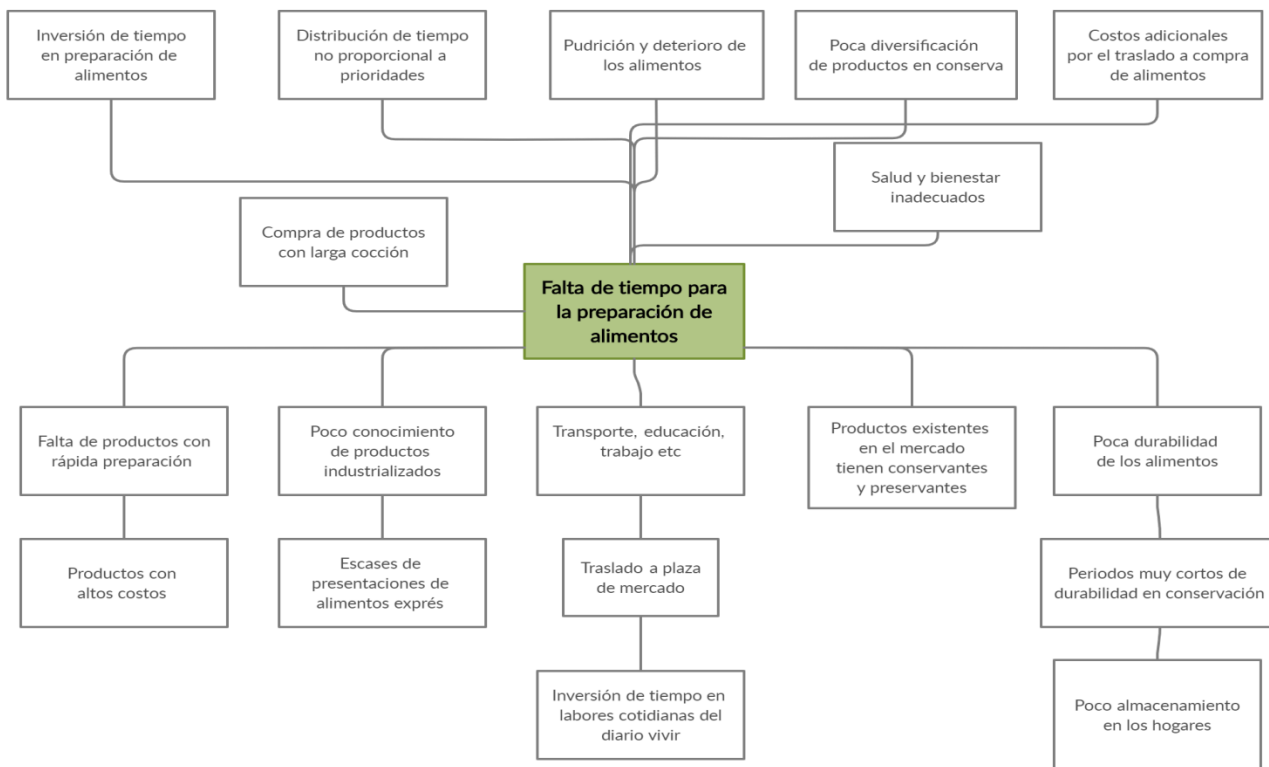
<b>Criterio</b>	<b>Falta de tiempo para la preparación de alimentos</b>	Precios elevados al consumidor final	Uso inadecuado de productos agrícolas y mala trazabilidad a los consumidores.
Conocimiento o experiencia	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Asesoramiento de un experto	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
Alcance	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Tiempo	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
Costos	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
Impacto	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>27</b>

**Fuente:** Autoría propia

## ARBOL DE PROBLEMAS

Figura 2.

### Árbol de problemas

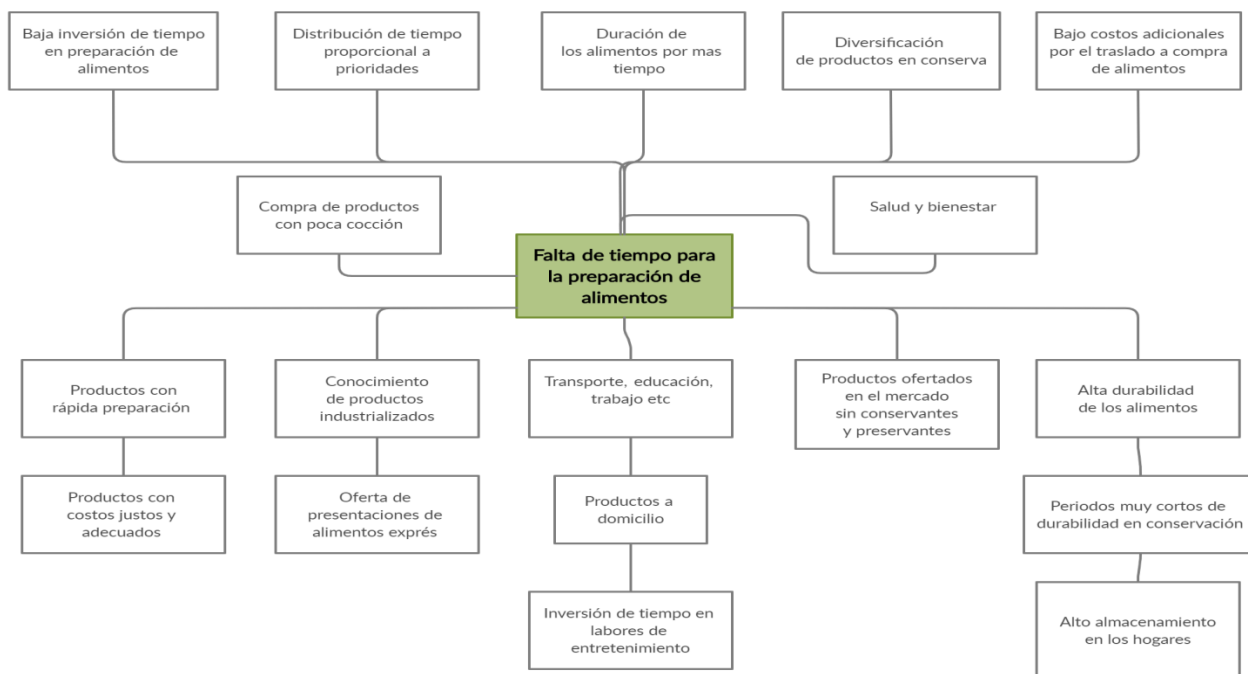


Fuente: Autoría propia

## ARBOL DE SOLUCIONES

Figura 3.

### Árbol de soluciones



Fuente: Autoría propia

## ANÁLISIS DE PROBLEMAS

¿Quiénes son los involucrados?

- Toda persona consumidora de productos naturales como frutas y verduras
- Agricultores de baja y mediana escala
- Tenderos de productos agrícolas
- Distribuidoras a domicilio
- Amas de casa

## **PREGUNTA PROBLEMA**

¿Cómo disminuir el tiempo gastado en la preparación de alimentos como frutas y verduras, brindando precios competitivos a los 7 millones de habitantes de la ciudad de Bogotá con una conservación de los productos más duradera y en mejor presentación?

## **LLUVIA DE IDAS**

- Subsidiar el valor de la fruta
- Cultivar los mismos productos
- Asociar a los agricultores para que suministren los productos a bajo costo
- Comprar directamente al agricultor así eliminar intermediarios
- Asesoría a los agricultores para el incremento de sus cosechas
- Venta directa al consumidor final
- Incentivar la alimentación responsable
- Entregar los productos en porciones fáciles de preparar
- Entregar los productos ya preparados
- Agregar conservantes a los productos ofrecidos por AsxAn
- Agregar conservantes naturales a los productos ofrecidos por AsxAn

Tabla 3

*Nuevas ideas*

<b>Conceptos y elementos estímulo</b>	<b>Características</b>	<b>Nuevas ideas</b>
Pulpa de fruta	Fruta en puré y/o pulpa Forma de cubo Se mezcla con agua o leche Se puede mezclar con diferentes sabores de pulpa Se puede preparar si usar licuadora Se puede combinar con vegetales	Fruta deshidratada en polvo para reconstrucción en sustancias líquidas Conservantes naturales Endulzante con extractos naturales
Vegetales congelados	Vegetales cortados y precocidos para su preparación al instante Combinación de vegetales	Vegetales aptos para el microondas Vegetales en cubos en porciones

**Fuente:** Autoría propia

Tabla 4

## Escala de valoración

INTERES / DISPOSICION AFIRMACION	Escala de valoración				
	F				V
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre eh querido hacer				4	
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad					5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio			3		
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando				4	
N TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	3	8	5

Fuente: Autoría propia

	A	B	C
Total, de afirmaciones valoradas en 1:	0	1	0
Total, de afirmaciones valoradas en 2:	0	2	0
Total, de afirmaciones valoradas en 3:	1	3	3
Total, de afirmaciones valoradas en 4:	2	4	8
Total, de afirmaciones valoradas en 5:	1	5	5
			16

## DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

Tabla 5 idea de negocio

Preguntas claves	Indicador
¿Cuál es el producto o servicio?	Productos congelados porcionados y de rápida preparación, frutas en congeladas, en trozos o transformada en pulpa con nuestra tecnología que permite obtener jugo sin necesidad de utilizar ningún procesador (licuadora) para la obtención de un jugo con todas las características de una preparación convencional, nuestras verduras y vegetales presentan una forma mucho más rápida de cocción de los mismos
¿Quién es el cliente potencial?	Amas de casa, restaurante, establecimiento de comidas rápidas, tiendas de barrio, almacenes de cadena
¿Cuál es la necesidad?	La falta de tiempo en la sociedad cada vez más busca la manera de encontrar productos ya listos para la preparación, que no demande tanto tiempo para preparación
¿Cómo funciona el producto o servicio?	El producto es pulpa porcionados lista para preparación de jugos naturales sin licuadora, vienen en forma de cubo, cada cubo nos da la suficiente fruta para obtener un vaso de jugo totalmente natural y endulzado con Stevia, dulce natural a base de una planta apta para personas con problemas de salud como diabetes
¿Por qué lo prefieren?	AsxAn es una empresa con sentido social y financiero, nuestros productos se diferencian porque brindamos una oportunidad a los agricultores del país, aparte de eso nuestros productos reducen el tiempo de cocción procesos de terminación y son más expés que nuestra competencia, un pequeño porcentaje de nuestras ganancias se donaran para la siembra de árboles ya que por los empaques y conservación en refrigeración nos sentimos en la necesidad de devolver algo al medio ambiente y lo hacemos por medio de siembra de árboles nativos en sectores específicos.

Fuente: Autoría propia



**Figura 4***Idea de negocio estructurada***Fuente:** Autoría propia

## ANALISIS DOFA

Tabla 6

Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Fortaleza:	Peso relativo	Evaluación	Resultado sopesado
Transformación del producto diversificado	0,2	4	0,8
Extensos terrenos aptos para cultivo cerca de la ciudad capital	0,02	4	0,08
Productos innovadores	0,1	3	0,3
Alto consumo de frutas y tubérculos	0,15	3	0,45
Implementación de tecnologías apropiadas para el cultivo y la agroindustria	0,15	3	0,45
Debilidades	Peso relativo	Evaluación	Resultado sopesado
Productores desconocen información del mercado.	0,03	2	0,06
Insumos agrícolas no asequible para todo tipo de publico	0,05	2	0,1
Poco financiamiento por parte del estado	0,05	2	0,1
Vías de acceso	0,05	2	0,1
Fluctuación de precios	0,2	1	0,2
	1		2,64

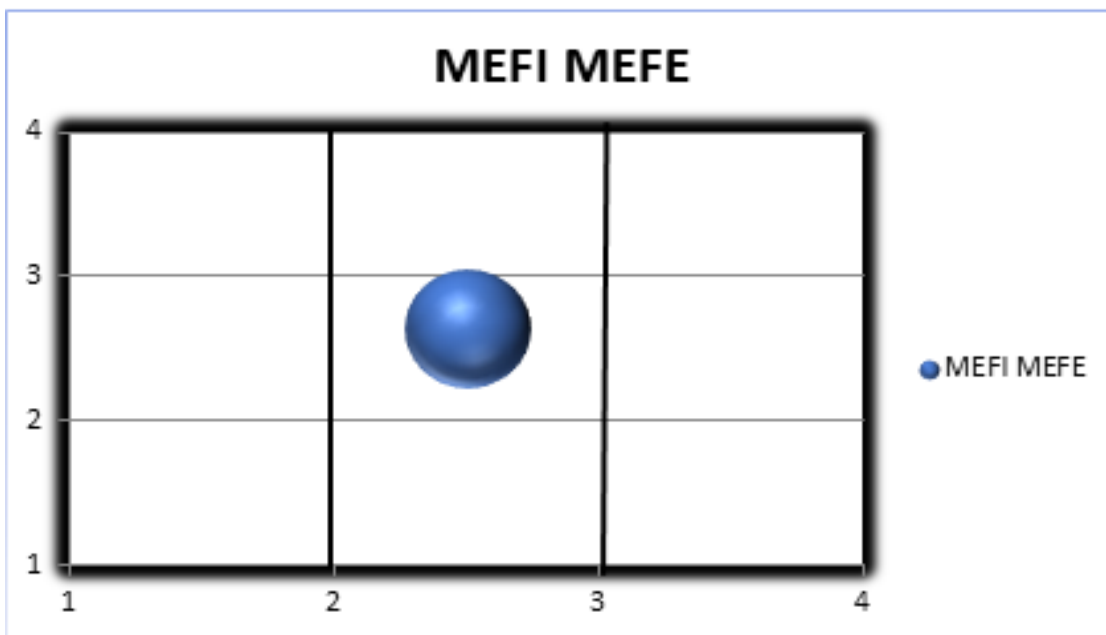
Tabla 7

## Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFE)

Oportunidades	Peso relativo	Evaluación	Resultado sopesado
Zidres	0,1	4	0,4
Abrir mercado con diferentes presentaciones	0,1	4	0,4
Las frutas y tubérculos van en aumento de consumo	0,05	3	0,15
Conservación de productos por más tiempo	0,08	3	0,24
Estandarización de precios en los productos con valores agregados	0,2	4	0,8
Amenazas	Peso relativo	Evaluación	Resultado sopesado
Presencia de plagas y enfermedades.	0,1	1	0,1
Desastres naturales o factores ambientales	0,05	2	0,1
Importaciones de otros países	0,2	1	0,2
Conflicto armado	0,1	1	0,1
Pérdida de cosechas	0,02	2	0,04
<b>Fuente:</b> Autoría propia	1		2,53

**Figura 5.**

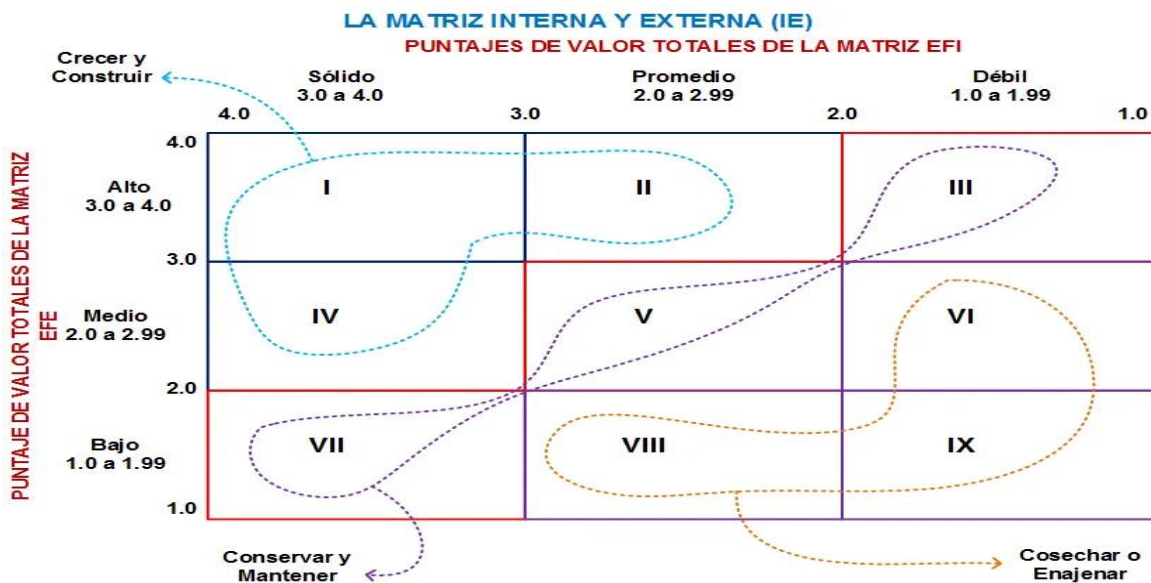
burbuja de la matriz DOFA



Fuente: Autoría propia

**Figura 6**

Interpretación de la gráfica de burbuja Tabla 6



Fuente: Autoría propia

## ESTRATEGIAS

### *ESTRATEGIA DO*

Tabla 8

*estrategia de Debilidades y Oportunidades (DO)*

<b>Debilidades</b>				
<b>Oportunidades.</b>	<b>Insumos de alta tecnología inasequible en el campo.</b>	<b>Poco financiamiento por parte del estado.</b>	<b>Vías de acceso.</b>	<b>Fluctuación de precios.</b>
<b>Conservación de productos por más tiempo.</b>	El traslado de materia prima a centrales de procesamiento.	Ya que el producto se cuenta con una poscosecha puede aumentar el valor de la empresa y del producto.	Implementar medios de transportes alternativos como cable vías.	Almacenando el producto y con asesoría podremos manejar la oferta y la demanda de los productos.
<b>Abrir mercado con diferentes presentaciones.</b>	Capacitar y créditos para material tecnológico que logre aumentar el rendimiento del cultivo.	Innovar y diferenciar el consumo de productos agrícolas	La diversidad de presentaciones ayuda a una conservación más duradera de los productos	Asociación para el control de picos de cosecha
<b>Estandarización de precios en los productos con valores agregados.</b>	Crecimiento en ambos sectores tanto agrícola e industrial con productos de fácil acceso y rápida cocción.	Obtención de créditos ya que se tiene seguridad monetaria de los cultivos.	Solicitud de estado de apoyo en el mantenimiento de vías de acceso	Comprando directamente al agricultor se logra manejar un estándar de precios.

**Fuente:** Autoría propia

**ESTRATEGIAS FO**

Tabla 9

*Estrategia de Fortalezas y Oportunidades (FO)*

<b>Fortalezas</b>				
<b>Oportunidades</b>	<b>Transformación del producto diversificado</b>	<b>Productos innovadores</b>	<b>Alto consumo de frutas y tubérculos</b>	<b>Implementación de tecnologías apropiadas para el cultivo y la agroindustria</b>
<b>Conservación de productos por más tiempo.</b>	Ya que nuestros productos tienen un proceso agroindustrial	La innovación permite una conservación más prolongada del producto	Brindar la mejor calidad de frutas con procesos de conservación	Aumentar el rendimiento por metro cuadrado con tecnologías económicas y eficientes
<b>Abrir mercado con diferentes presentaciones</b>	Varias presentaciones promueven el consumo de productos	Constante innovación al producto nos acerca a más nichos de mercados	Impactar al consumidos con maneras alternativas de consumir nuestros productos	Con el valor agregado y posteriormente aumento económico de los productos
<b>Estandarización de precios en los productos con valores agregados</b>	Los productos a los procesos de poscosecha pueden mantenerse mucho más tiempo vigente	Las presentaciones permiten tener un balance de precios acordes	Proyecciones de ventas y producción de materia prima	La tecnología para enmarcar en un rango de precio

**Fuente:** Autoría propia

**ESTRATEGIA DA**

Tabla 10

*Estrategia de Debilidades y Amenazas (DA)*

<b>Debilidades</b>				
<b>Amenazas.</b>	<b>Insumos de alta tecnología inasequible en el campo.</b>	<b>Poco financiamiento por parte del estado.</b>	<b>Vías de acceso.</b>	<b>Fluctuación de precios.</b>
<b>Presencia de plagas y enfermedades.</b>	Asesoría y prevención con metodologías económicas para el control fitosanitario.	Implementar microcréditos para ayuda al mantenimiento del cultivo con compromiso de compra.	Contribuir con el desarrollo del municipio.	Asistencias técnicas constante para disminuir la incidencia y severidad.
<b>Importaciones de otros países.</b>	Igualdad calidad y producción de la requerida en Colombia.	Incentivar el consumo colombiano y procesos más saludables.	Productos más saludables y mejor precio.	Produciendo el consumo colombiano de estos productos disminuiría las importaciones.
<b>Conflicto armado.</b>	El tratado de paz y reparación de víctimas.	Los beneficios del acuerdo de paz ponerlo en funcionamiento.	Restitución de tierras y cambio de cultivos ilícitos por lícitos.	Teniendo acuerdos con los grupos armados ilegales de la ley.

**Fuente:** Autoría propia

**ESTRATEGIA FA**

Tabla 11

*Estrategia Fortalezas y Amenazas (FA)*

<b>Fortalezas</b>				
<b>Amenazas.</b>	<b>Transformación del producto diversificado.</b>	<b>Producto innovador.</b>	<b>Alto consumo de frutas y tubérculos.</b>	<b>Implementación de tecnologías apropiadas para el cultivo y la agroindustria.</b>
<b>Presencia de plagas y enfermedades.</b>	Por sus diferentes presentaciones se puede transformar toda clase de categoría de calidad.	Asistencia constante de ingenieros de alimentos e ingenieros agrónomos.	Costo beneficio.	Implementando tecnologías se disminuirá en gran medida los patógenos.
<b>Importaciones de otros países.</b>	Ya que la producción es en nuestro territorio podemos competir con precio.	Innovar en la conservación y diversificación para incentivar el consumo.	Nuestra empresa al tener un catálogo amplio de productos se puede subsidiar uno con otro.	La tecnología nos incrementa la calidad y cantidad de producto.
<b>Conflicto armado.</b>	La congelación nos proporciona mucho tiempo en reserva en caso de un paro armado.	Ofrecer trabajo a desmovilizados y amas de casa.	El conflicto armado va en disminución y el consumo se aumentó.	Las tecnologías disminuirían la mano de obra.

**Fuente:** Autoría propia



## **ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN**

### ***ALIANZAS***

- Alianzas con los agricultores proponiendo un crecimiento simbiótico, comprando productos directamente al agricultor ofreciendo precios justos, los residuos de la industrialización de las frutas y verduras (cascara, semillas, hojas etc.) reprocesarlo para generar abonos orgánicos los cuales se pueden suministrar a los cultivos a muy bajo costo y así generar un alto rendimiento en los cultivos
- Alianzas con casas comerciales de agroquímicos para darles facilidad de pago a nuestros proveedores (agricultores).

### ***PROCESOS CLAVES***

- Los productos que no se van a comercializar en forma de congelación entregarlos limpios y/o pelados (papa, cebolla, yuca, mazorca etc.)
- Entregar mezcla de productos en las pulpas para conseguir zumos (zanahoria y naranja, cohombro y apio etc.) saludables y que ayuden al buen metabolismo del ser humano
- Incentivar a nuestros proveedores para generar productos libres de químicos (orgánicos) y así dar un valor agregado y mejor rentabilidad a los productos

#### **Innovación en sistema – producto**

- Por la compra de nuestro mercado de congelados 50% de descuento en licuadora personal, recargable y portátil

#### **Innovación en canal y experiencia**

- Nuestros usuarios pueden pedir sus alimentos por nuestros diferentes canales, tener una relación estrecha con nuestros proveedores (agricultores) y tener toda la

información del producto por el QR identificado único por productos, donde indica kilómetros recorridos por el producto, departamentos, municipio, vereda y nombre de la finca, así dar garantía que nuestros productos son 100% colombianos y que comprando nuestros productos apoyan el agro colombiano (Block Chain).

## COMPETENCIA

**Alimentos SAS:** empresa reconocida en el sector por brindar pulpas de todo tipo de frutas, distribuye y comercializa a nivel nacional e internacional, un gran portafolio de frutas comestibles de excelente calidad

**Frutísima:** creada en 1989, empresa líder en el mercado colombiano en producción y exportación de productos congelados naturales, empresa dedicada al procesamiento y obtención de pulpa de fruta 100% natural, sin adición de ingredientes, también proporciona paletas de fruta y mezcla de frutas

## ANÁLISIS

- Respecto a nuestra competencia ofrecen productos muy similares, en que somos diferentes que endulzamos con Stevia (endulzante natural derivado de una planta) la cual es apta para diabéticos y una alternativa para endulzar sus jugos, nuestra compañía tiene una responsabilidad social con nuestros proveedores (agricultores), brindando oportunidades y un buen manejo de residuos, los residuos se logran utilizar en una transformación a abonos orgánicos en donde tendremos otra fuente de ingreso, estos insumos se brindaran con precios justos y subsidiados a los agricultores, Asxan

está comprometida con entregar productos de alta calidad explotando frutas no comerciales.

- Nuestro portafolio es más amplio por manejo de frutas exóticas y preparación al instante por nuestra tecnología de entregar cubos de pulpa exprés
- Asesoría a los proveedores para el aumento de producción Asxan quiere llegar directamente a pequeños y medianos agricultores ofreciéndoles la mayor tecnología para el aumento en sus cosechas, se brindarán servicios adicionales a los proveedores, como campañas de salud, asesoría agronómica, cosecha de agua etc.
- Las empresas anteriormente pronunciadas (competencia), industrializadoras de los productos agrícolas, Asxan es productora e industrializadora de estos productos, trabajando de la mano con el campesinado colombiano y ofreciendo soluciones a problemáticas en la zona rural

## **CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA**

AsxAn Ltda.

De cubo a codo con los campesinos

Actividad económica: agricultura y consumo masivo, ya que ayudamos al agricultor con asistencias técnicas para mejorar sus tierras, procesamos la materia prima y comercializamos estamos clasificados en los tres sectores primario, secundario y terciario y el tamaño es pequeña empresa ya que contamos con 12 empleos directos y bastantes indirectos, nuestro ámbito de operación sería regional ya que compraremos en el departamento de Cundinamarca y la comercialización será en la ciudad de Bogotá (CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS, DEFINICIÓN Y TIPO, NEGOCIOS, 2013).

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Los usuarios compradores y/o consumidores potenciales comprenden en las edades de 2 a 90 años, ya que nuestros productos son saludables y endulzados con productos naturales es apto para cualquier persona, personas que cuidan de su estado de salud, con poco tiempo para la preparación de alimentos, estudiantes, trabajadores, vegetarianos, ecologistas, usuarios fitness, amas de casa, personas las cuales tengan preferencia a comprar productos colombianos sin trazas químicas que no consuman productos sintéticos como gaseosas, jugos artificiales, bebidas con conservantes y aditivos no naturales. El tamaño del mercado comprende de aproximadamente 7 millones de bogotanos y soachunos,

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Existen alrededor de 30 empresas que ofertan pulpa de fruta nacionalmente e internacionalmente son nuestra competencia directa entre ellas se encuentra “pulpa de fruta colombiana” ubicada en el municipio de Soacha, con gran portafolio de productos congelados

“pulpas y frutas merlow s a s” empresa dedicada al procesamiento de frutas en transformación de fruta, ubicados en la ciudad de Bogotá.

“Pulpas frutas del campo s a s” empresa que procesa frutas y tubérculos a nivel Bogotá, su planta ubicada en la capital de Colombia.

Tabla 12

*Análisis de la oferta*

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio	Ubicación
Pulpas de fruta el maná	Pulpa de fruta (durazno, feijoa, fresa, guanábana, guayaba, limón, lulo, mandarina, mango, maracuyá, mora etc.)	Kilo el precio está entre: \$5500 a \$11200	Empresa dedicada al procesamiento de frutas y entrega pulpa de fruta congelada	Carrera 111 # 64 – 14, Barrio san Antonio, Bogotá, Colombia
Alimentos SAS	Pulpa de fruta (diversificado de frutas)	Presentación de 230g el precio está entre: \$1.904 a \$2.142 y kilo entre: \$8.449 a \$11.900	Marca muy posesionada en el mercado con diferentes presentaciones y diversificados	Diagonal 19D # 39-20, Bogotá, Colombia
Quala Competencia indirecta	Bebidas en polvo para reconstruir en agua (Suntea, Frutiño, Naranya, light ya)	Sobre desde \$1000 a \$1500	Empresa con gran reconocimiento en el mercado, productos con alta rotación	Varias sedes en el país entre ellas Bogotá, posicionamiento a nivel nacional

## ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN



¿Cómo es el producto de nuestro competidor?

Pulpa de fruta convencional entera sin porcionar con buena presentación y diversificado de presentaciones en diferentes pesos

## ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores de nuestra compañía serán agricultores de pequeña y mediana escala, que no superen las 5 hectáreas ubicados en el territorio de Cundinamarca distribuidos en los diferentes municipios del mismo departamento entre ellos:

Sibaté: Fresa, papa, cebolla, aromáticas

Subía: Tomate de árbol, arveja, frijol, habichuela, mora, feijoa

Granada: lulo, curuba, uchuva

Pasca: gulupa, arveja, papa, granadilla

Mesa: mango, mandarina, guanábana, limón, maíz, plátano, yuca

### Figura 7.

*Mapa de Cundinamarca*



(Vector de Stock (Libre de Regalías) Sobre Mapa de Caminatas, Orientación Deportiva En367024772, n.d.)

Queda demostrado que la ciudad de Bogotá esta estratégicamente ubicada donde está concentrado nuestros clientes potenciales y donde se comercializara la mayoría de nuestros productos, nuestros proveedores y/o agricultores, están respaldados por la compañía, ya que nosotros ofrecemos la asesoría de sus cultivos por parte de profesionales (Ingenieros agrónomos), suministrando los subproductos que

genera la compañía con los desechos orgánicos (abonos orgánicos) los agricultores estos productos los pagarán en especie con sus cosechas, cabe resaltar que los abonos orgánicos serán comercializados a muy bajo costo y financiado por la misma compañía.

Precio: se buscará la manera para llegar a un común acuerdo de los precios para que no oscilen como hacen normalmente los precios de los productos agrícolas, estandarizando precios será una gran ayuda para los agricultores, se comprara productos de 3 categoría, ya que estos productos por su tamaño no se pueden exportar y tienen un menor costo.

Alianzas: el crecimiento por ambas partes puede ser extraordinario, se suministrará capacitaciones a los agricultores para generar productos orgánicos y así poder venderlos más costosos y tener una rentabilidad mucho más alta, si llegamos a congelar el precio y la misma compañía logra venderles el 100% de los productos agrícolas será un proceso cíclico en donde el mayor beneficiado será el agricultor y la compañía a su vez, brindando calidad y un precio justo al consumidor final.

Legalidad: Asxan proporciona asesoría para la acreditación de sus procesos en buenas prácticas agrícolas (BPA), certificaciones de producción limpia y producción orgánica a los agricultores que no cuenten con estas certificaciones, aparte de eso se capacitaran para el buen manejo de residuos y protección del medio ambiente

Experiencia: los agricultores deben tener un conocimiento previo de producción, los profesionales que van a capacitar deben tener experiencia en sistemas de producción, en reducción de costos y brindarles a los agricultores mejor rentabilidad en sus cosechas para beneficiar ambas partes.



## SEGMENTACIÓN EL MERCADO

### BONDADES DEL CUBIFRUIT

1. Natural, producto 100% natural con todos los beneficios que proporciona la fruta en deliciosos jugos y zumos
2. Rápido, nuestra tecnología presenta un producto de rápida preparación disminuyendo el tiempo de preparación considerablemente
3. En forma de cubo, esta presentación nos ayuda a que las porciones sean exactas para obtener un jugo con las características necesarias para su consumo
4. Saludable, ya que ofrecemos pulpas con endulzante natural (Stevia) es apto para cualquier público incluyendo diabéticos (algunas frutas por su cantidad de fructosa no se pueden proporcionar en altas concentraciones para diabéticos)
5. Conservación, la conservación de nuestros productos pueden durar hasta 6 meses en congelación sin perder sus bondades
6. Acompañamiento, pueden servir para cualquier alimento haciendo una mezcla balanceada
7. Colombiano, por ser un producto nacional ayuda a la agricultura colombiana y el crecimiento económico del país
8. Económico, nuestros productos tienen un precio justo y acorde a los beneficios que ofrece
9. Fácil almacenamiento, ya que es en pulpa es muy fácil su almacenamiento en un pequeño congelador podemos guardar gran cantidad de productos sin quedarnos sin espacio
10. Brinda beneficios con vitaminas, minerales, proteína, fibra etc.

11. Producto de consumo masivo, es un producto que se consume en el diario vivir de las personas
12. Previene enfermedades cardiovasculares, trastornos digestivos, sobrepeso.
13. Variados sabores y texturas, ya que promocionamos diferentes frutas en nuestras pulpas podemos ofrecer muchos sabores con la mezcla entre frutas.
14. Aportes a la belleza exterior, como en la piel, cabello, uñas, visión etc.
15. Siendo un producto de rápida preparación compite fácilmente con productos de síntesis química o sintéticos (gaseosas, jugos artificiales etc.)

## EJERCICIO BUYER



	<p>Hombres y mujeres dedicadas al hogar</p> <p>Miedo que los alimentos que prepara afecten la salud de su familia, frustración de no tener el tiempo suficiente para poder superarse en sus retos personales, ansiedad de acabar sus oficios lo más rápido posible</p>	<p>Desea ofrecer todo lo necesario para un buen desarrollo de sus hijos, sueña que sus hijos obtengan lo que ella no pudo lograr, anhela que su familia este unida por siempre</p>
<p>Ubicados en Bogotá, Colombia y el municipio de Soacha en el departamento de Cundinamarca, mujeres entre los 16 años a los 90 años, clases sociales entre estrato 2 a estrato 6, estudios sin culminar, sin restricción de religión y ocupación amas de casa</p>	<p>Llevar bienestar a sus miembros de la familia, esta labor es muy importante para ellas porque ayuda a sus hijos a seguir con su estudio sin interrupciones y a su esposo a continuar trabajando sin restricciones</p>	<p>Llevando alimentos a la mesa, teniendo el aseo en la casa en perfectas condiciones, ayudando con su estudio a los pequeños de la casa y su gran barrera es el tiempo, cada vez las cargas son más altas para estas personas y el tiempo es limitado</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>No tengo tiempo, todo me corresponde a mí, es el trabajo más desgastante y menos reconocido</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>		

## DESCRIPCIÓN

- a) Nuestro cliente ideal es basado en labores del hogar, personas que tienen poco tiempo, que gastan demasiado tiempo en labores del hogar pudiendo invertir más tiempo en labores de ocio, podemos encontrar estas mismas características en estudiantes universitarios, trabajadores que viven solos, empresarios independientes, madres solteras cabezas de hogar.
- b) Los valores destacan en el cliente ideal son:
  - a) Amor propio
  - b) Compromiso con la economía nacional, que compren productos colombianos
  - c) Respeto hacia la naturaleza y respeto al trabajo del agricultor colombiano
  - d) Responsabilidad social
  - e)
- c) El entorno que encuentra nuestro cliente ideal es: amigos, responsabilidades, poco tiempo, compañeros de trabajo, transporte público, familiares, desorden, preparación de alimentos.
- d) Las necesidades más urgentes que tiene el cliente ideal es: reducción de inversión de tiempo en labores cotidianas, tener acceso alimentación más sana sin tener que invertir más dinero en esto, sin tener que movilizarse a otros lugares, que lleguen a la puerta de su casa productos de gran calidad, saludables, de rápida preparación.

## EXPLICACIÓN

una ama de casa busca productos económicos que ayuden al presupuesto de su hogar, aparte de eso que sean saludables para ofrecer las vitaminas y minerales que necesita su familia para seguir con sus tareas diarias, rápido que le ayude a disminuir el tiempo de preparación de los productos, que no afecte la salud de los miembros de su familia y el amor propio hacia ella misma, productos bajos en químicos que sean naturales para así prevenir

enfermedades futuras, que sean variados para romper la rutina de la alimentación, que su almacenamiento no ocupe mucho espacio y que su conservación sea largo para evitar ir recurrentemente a los centros de frutas y verduras, es importante que venga en porciones así disminuirá los desperdicios de alimentos, ya que preparando las porciones exactas no tendremos sobre preparación de alimentos y se economizara producto, todos tenemos un conocido amigo o familiar que vive o vivió en el campo esto es importante para que esta ama de casa decida que sea un producto 100% colombiano que ayude a la economía del sector rural.

## PROPUESTA DE VALOR



Día a día con el apoyo que le brindamos al agro colombiano, llevamos a los hogares frutas transformadas fáciles de preparar simplemente brindamos salud y bienestar.

## CICLO DE VIDA

Theodore Levitt el primero en dar la definición de ciclo de vida diciendo que “es la ayuda a analizar las etapas de madurez de productos” por lo tanto es el progreso del producto en el mercado basándose en cuatro etapas.

**Introducción:** Asxan se encuentra en esta etapa ya que el producto se va a lanzar al mercado, es una etapa en la cual es un poco riesgosa y complicada ya que es la primera vez que el producto se encontrará con el consumidor, esta etapa puede tener un gran curso ya que es factible el apoyo a la innovación y al producto colombiano, respectivamente pulpa de fruta en cubos es especial ya que cualquier personas entre los 2 y los 90 años pueden tomar estos jugos naturales y tendrá un precios asequible.

**Crecimiento:** Cuando Asxan este en esta etapa se establecerá que este producto y la marca está siendo reconocida, entonces las pulpas de fruta en cubos pueden producir ventas de al menos un 50%, sin embargo, también debemos de tener en cuenta que existirán otras empresas que quieran hacer una especie de “Competencia” y es allí cuando los consumidores van a diferenciar nuestros productos con las de otras empresas, por lo tanto, es donde pueden llegar a ver un posicionamiento de marca.

**Madurez:** En esta etapa Asxan es cuando tendrá mayor distribución en el mercado, se distribuirá a diferentes supermercados donde tenga mayor impacto y las ventas se podría decir que son de al menos el 100% de producción, se contara con que el producto es de alta calidad para poder entrar a la competencia, es decir que aquí nuestro producto ya ha llegado prácticamente a la cima y que no solamente se habla de competencia en producto si no también

en precios, en esta etapa es muy bueno tener en cuenta añadirle algo al producto para que vuelva a ser innovador, añadir algo que la competencia no esté manejando.

**Declive:** El declive es la etapa final del producto esperando que Asxan no llegue al final, aunque llegue a esta etapa se puede decir que nuestro producto la mayoría de población objeto lo ha consumido, entonces bajaría la demanda y por lo tanto la oferta, se puede contar con diferentes factores como pueda que la competencia tenga productos mejores, baja calidad en el producto, aumentó inmensurable del precio, allí se tendrá que reinventar el producto para continuar en el mercado.

### **DEFINICIÓN DE ESTRATEGIA**

**Decreto 3075 de 1997.** “La salud es un bien de interés público” (Manipulación de Alimentos Colombia, 2020), este decreto regula toda actividad que genere factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicara:

- a) Toda empresa y/o fabrica donde se procese alimentos, todo utensilio y personal que tenga contacto con los mismos
- b) “A todas las actividad de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional”(Manipulación de Alimentos Colombia, 2020)
- c) A los alimentos y materias primas procedentes de alimentos

**Resolución 5109 de 2005:** “Reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado para alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano, expedido por el ministerio de protección social”(Manipulación de Alimentos Colombia, 2020)

Decreto número 612 de 2000:

Artículo 2: control posterior, la autoridad competente podrá verificar en cualquier momento que se estén cumpliendo los requisitos por los cuales se les dio el permiso sanitario (INVIMA), en caso de encontrar inconsistencia en alguna de las normas vigentes en materia sanitaria, la autoridad competente solicitara al dueño del registro sanitario aclaraciones que den a lugar, “de conformidad con lo previsto en el artículo 12 del Código contencioso administrativo” (Ministerio de salud, 2000)

El titular tiene un plazo de 10 días para entregar la información del incumplimiento, en caso tal que no entregue la información se entenderá que el registro queda suspendido hasta que se cumpla con lo establecido con todas las normas sanitarias (Ministerio de salud, 2000).

### DISEÑO DE CONCEPTO

*Tabla 13*

*Recursos tangibles*

<b>Materiales</b>	<b>Descripción</b>
<b>Camioneta</b>	Vehículo con capacidad de carga con thermo king
<b>Canastillas</b>	Recipientes para separación de fruta
<b>Mesón</b>	Mesón metálico
<b>Congelador</b>	Congelador con capacidad para varios kilos de fruta
<b>Cuchillos</b>	Cortador y pelador de frutos
<b>Despulpadora</b>	Despulpadora industrial
<b>Impresora</b>	Impresora tinta continua
<b>Cortador de papa</b>	Cortador de papa industrial o manual
<b>Computador</b>	Computador básico para manejo de información
<b>Harina</b>	Harina de trigo un bulto
<b>Azúcar</b>	Azúcar medio bulto
<b>Sal</b>	Sal 20 kilos
<b>Vinagre</b>	Vinagre 20 litros
<b>Fresa</b>	Materia prima



<b>Guayaba</b>	Materia prima
<b>Tomate de árbol</b>	Materia prima
<b>Mango</b>	Materia prima
<b>Guanábana</b>	Materia prima
<b>Habichuela</b>	Materia prima
<b>Arveja</b>	Materia prima
<b>Zanahoria</b>	Materia prima
<b>Mora</b>	Materia prima
<b>lulo</b>	Materia prima
<b>Papa</b>	Materia prima
<b>Papa Criolla</b>	Materia prima
<b>Aromáticas</b>	Materia prima
<b>Bolsas</b>	Bolsas con sellado hermético
<b>Etiquetas</b>	Etiquetas con logo e información del producto
<b>Cubetas</b>	Cubetas con dimensiones iguales en los cubos
<b>Estufa</b>	Estufa industrial
<b>Freidora</b>	Freidora industrial
<b>Colador</b>	Coladores metálicos finos
<b>Jarras</b>	Recipiente para vertimiento en cubetas
<b>Balanza</b>	Balanza electrónica
<b>Peladora de papa</b>	Pelador de papa industrial
<b>Picador</b>	Picador de papa industrial

**Fuente:** creación propia

*Tabla 14*

*La tabla indica los Proveedores.*

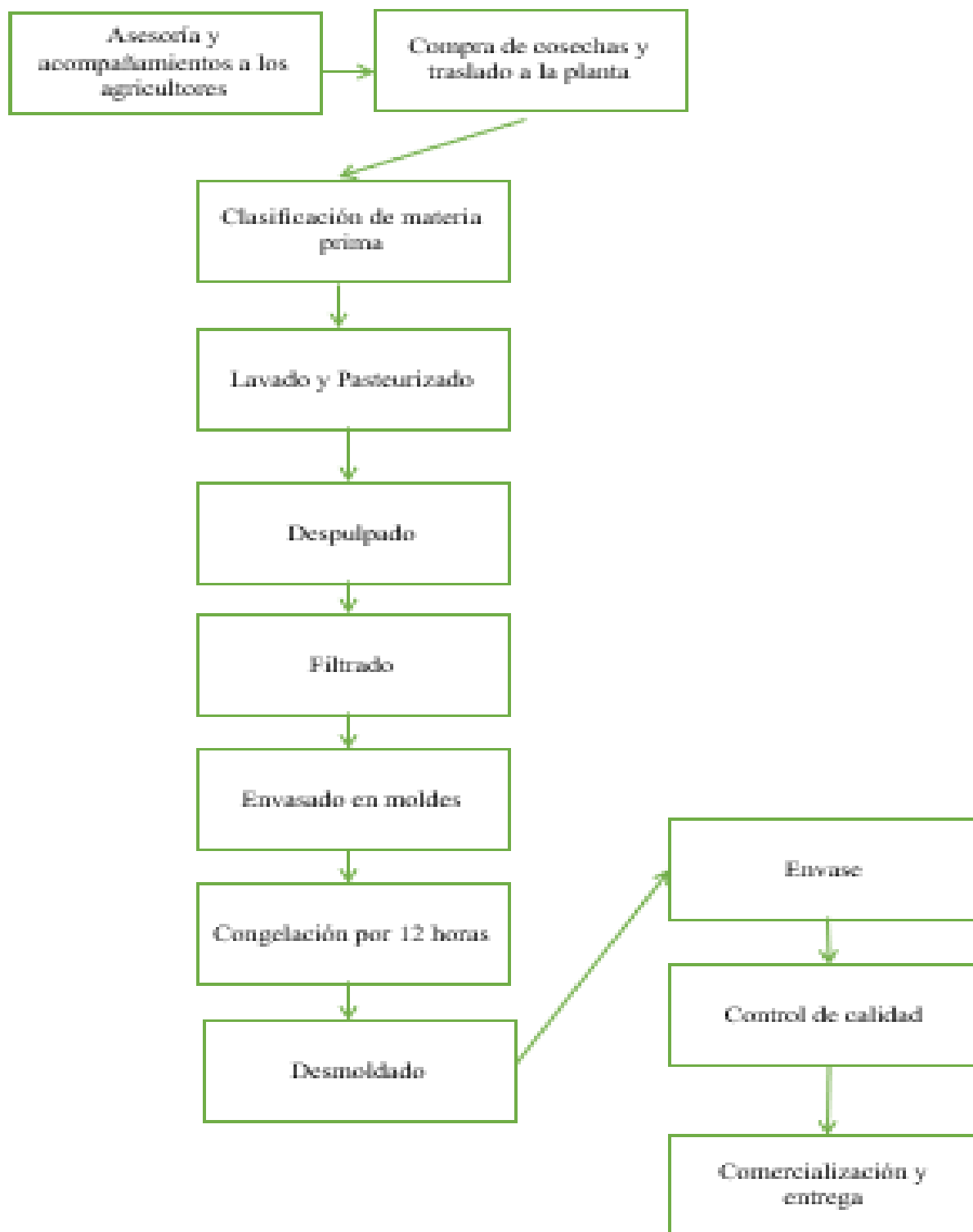
<b>Proveedor</b>	<b>Producto</b>
Viaindustrial	Estufa, picadora, peladora, cortador de papa
Camioneta	Chevrolet
Corabastos	Harina, vinagre, sal, azúcar
Alkosto	Computador, impresora, etiquetas
Alkosto	Congelador
Homcenter	Mesón metálico
Resopal	Cubeta, jarras, canastillas
Agricultores de Cundinamarca	Fresa, curuba, guanábana, maracuyá, gulupa etc.

Tabla 15

*Presentación del producto*

<b>Morfología</b>	<b>Funcionamiento</b>
Porciones de fruta en cubo, 200g 500g 1000g	Se recomienda tomar tres porciones de jugo diariamente cada porción de 30 g en 200 ml de agua
Cubo aprox. de 30g	
Congelados	
Con Stevia como endulzante	
Fruta 100% natural	
Bolsa hermética	

**Fuente:** Creación propia

**DISEÑO EN DETALLE**

## CADENA DE DISTRIBUCIÓN



**Asxan**

Compañía dedicada a la industrialización de productos del agro colombiano (cubifruit), eliminando intermediarios de agricultor al consumidor final. Se entrega asesoría técnica a los agricultores para el aumento de sus cosechas, se estandariza precios a los agricultores y las asesorías técnicas se cobran en especie a un precio muy cómodo.



Asxan, entrega sus productos directamente al consumidor final entregándole una experiencia diferente a la competencia por nuestras redes sociales y nuestra página oficial.

## VALIDACIÓN DE VERIFICACIÓN

1. Temperatura adecuada
2. Figura del cubo casi perfecta
3. Peso ideal
4. Que la materia prima cumpla con los requerimientos de Buenas Prácticas Agrícolas
5. Empaque en buen estado y rotulado
6. Los registros vigentes y en orden
7. Que no se pierda la cadena de frío
8. Verificar que el personal cumpla con los parámetros de la compañía
9. Olor
10. Sabor
11. Cantidad de dulce adecuado (los productos que llevan Stevia)

## PRODUCCIÓN

Figura 8.  
Hace referencia al diseño de producto



Fuente: creación propia

Tabla 16

### Ficha técnica

Ficha técnica del producto
A. Cubifruit marca Asxan
B. Pulpa de fruta basado en fruta 100% natural y endulzada con extractos vegetales basados en la planta Stevia
C. Invima y secretaria de salud
D. 200g, 500g, 1000g
E. Bolsa hermética en plástico de 15 x 15 cm
F. Plástico (ya que se utiliza plástico AsxAn se compromete a la siembra de árboles)
G. Congelación, mantener el producto en temperatura bajo cero
H. 2 meses en condiciones óptimas de temperatura
I. Tres porciones diarias de 30g en 200 ml de agua para cualquier público (tener en cuenta que para las personas diabéticas algunas frutas no son recomendadas seguir indicaciones del médico personal)

## PERCIO DE VENTA

Tabla 17

La tabla hace referencia a los costos de producción

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN X KILO</b>		
+	Costo unitario de materiales (Materia prima)	\$3.000
+	Costo unitario de mano de obra	\$914
+	Costos unitarios de CIF (Costos indirectos de fabricación como transporte, servicios públicos, transporte)	\$710
=	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$4.624</b>

**Fuente:** Creación propia

$$PV = \frac{4.624}{(1-0,22)} = \$ 5.928 \text{ X KILO}$$

## **PROTOTIPO**

### **CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

Cubifruit es un cubo de 4cm de ancho por 4cm de alto y 3cm de profundidad, de diferentes colores según la fruta a escoger, compuesto de 100% de pulpa de fruta fresca.

### **CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO**

Se escoge la fruta más fresca del mercado en este caso guayaba, tomate de árbol y gulupa, se despulpa según la fruta en la Guayaba y el Tomate de árbol se pela con cuchillo y en la Gulupa se saca la pulpa del interior de la cascara con una cuchara.

Cada una se licua y se pasa a moldes de cubos de hielo, se dispone a meter los moldes en el congelador por un tiempo de 4 horas, se sacan del congelador se dejan en una superficie plana limpia se espera alrededor de 20 minutos y se desmoldan quedando listos para verificación de calidad y empacado en bolsas con sellado hermético para nuevamente llevarlo a congelar y quedar listo para distribución.

### **INTERACCIÓN CON EL CLIENTE**

La primera interacción con el cliente sería por medio de estrategias de mercadeo donde se brindarán mostrar el producto, la facilidad de preparación y por último degustar el delicioso jugo natural preparado en pocos minutos sin ningún costo para “Testear así validaremos nuevas ideas o poder cambiar o mejorar el producto” (Emprende a conciencia, n.d.).

Daremos a conocer la marca como lo acepta los clientes y así poder implementar todas las estrategias correspondientes para el lanzamiento final del producto.

## EVIDENCIA DEL PROTOTIPO

Figura 9.  
Hace referencia al prototipo

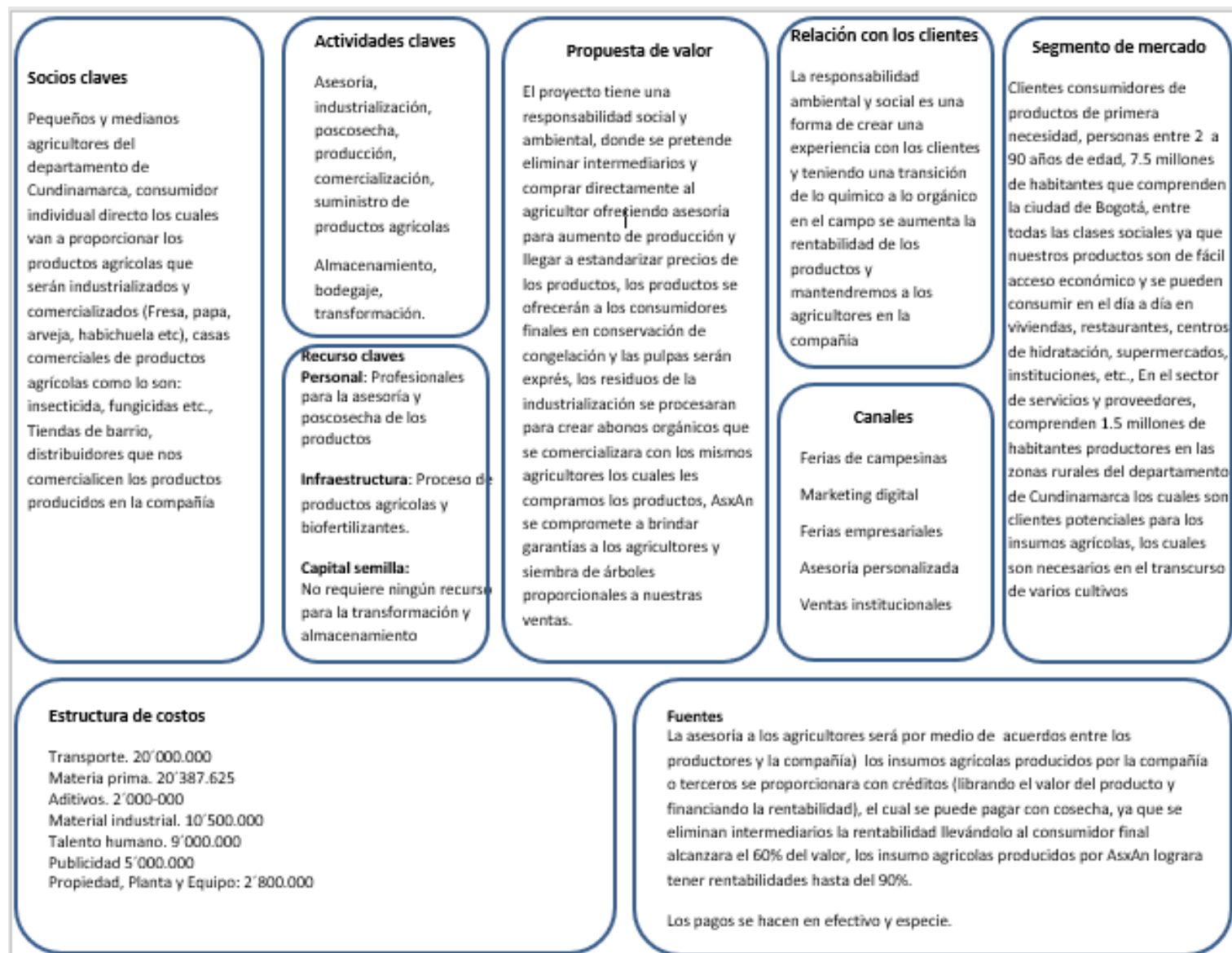


Fuente: creación propia



## MODELO RUNNING LEAN

Figura 10.  
Hace referencia al RUNNING LEAN



Fuente: creación propia

## **VALIDACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO**

### **OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

#### ***OBJETIVO GENERAL***

Determinar los factores importantes que responda a la propuesta de valor y apoyen las ventajas e innovación de Asxan.

#### ***OBJETIVOS ESPECÍFICOS***

- Plantear una encuesta con preguntas acorde a la propuesta de valor
- Identificar los elementos que puedan llegar a ser diferenciadores en el mercado
- Analizar los factores que puedan potencializar el producto o puedan ocasionar daños a el proyecto.

### **TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Se va a implementar el tipo de investigación Cuantitativa, ya que por este medio podemos graficar e identificar que espera los clientes con un producto nuevo en el mercado, además de apoyar a la implementación de planes estratégicos que ayuden a definir más la meta, los propósitos del proyecto y así poder dar cumplimiento de los objetivos planteados.

## FORMULARIO DE ENCUESTA



## Pulpa de fruta en cubos

Obligatorio

\*Obligatorio

Por lo general, ¿compra usted los jugos que consume o los prepara en casa? \*

- Compra
- preparado en casa

¿Qué compras para hacer tus jugos naturales? \*

- Fruta
- Pulpa de fruta
- Otro: \_\_\_\_\_

¿Qué precio por libra estaría dispuesto a pagar de pulpa de fruta en cubos? \*

- \$ 2.800 a \$ 3.000
- \$ 3.100 a \$3.500
- \$ 3.600 a \$ 4.000
- \$ 4.100 a \$ 5.000

¿Qué tipo de fruta congelada en cubos esperaría en el mercado? \*

Fresa

Tomate de árbol

Guayaba

Lulo

Otro: \_\_\_\_\_

¿Compras productos colombianos? \*

Sí

No

Si encontraras en el mercado pulpa de fruta en cubos, ¿lo comprarías? \*

Sí

No

¿En qué lugar le gustaría obtener nuestro producto? \*

Supermercados

Minimercados

fruver

Establecimiento donde se brinde los jugos y el producto para hacerlo en casa.

¿Conoces otro producto que ofrezca las mismas características? \*

- Sí
- No

¿En qué te basas para adquirir un producto congelado? \*

- Presentación
- Costo
- Calidad
- Sabor, Tamaño, Textura, Entre otros

Si la pulpa de fruta viene en cubos y te ayuda a disminuir tiempo en preparación ¿lo comprarías? \*

- Sí
- No

### TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(Z^2 pqN)}{(Ne^2 + Z^2 pq)}$$

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 8.000.000
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = \frac{((1.96)^2 (0.5) (0.5) (8000000))}{((8000000) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))}$$

$$n = \frac{((3.84) (0.25) (8000000))}{((8000000) (0.0025) + (3.84) (0.25))}$$

$$n = 7680000 / 20000 + 0.96$$

$$n = 7680000 / 20000.96$$

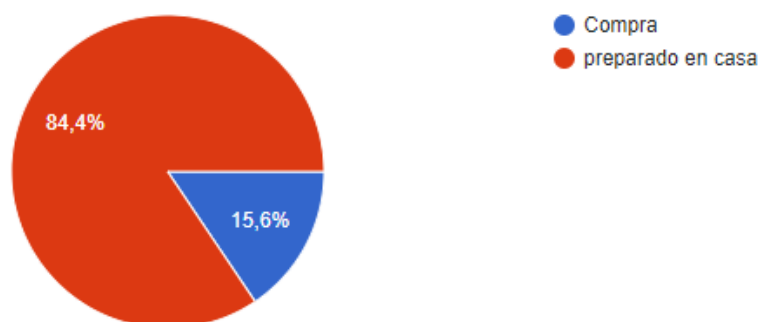
$$n = 384$$

## TABULACIÓN Y ANALISIS

Figura 11.  
*Tabulación Ira pregunta*

Por lo general, ¿compra usted los jugos que consume o los prepara en casa?

100 respuestas



Fuente: creación propia

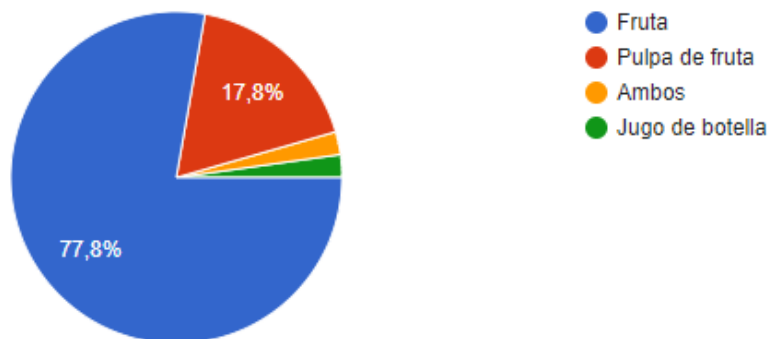
Entre la población encuestada con un total de 100 respuestas se puede evidencia que el 84,4% prepara sus propios jugos naturales índice que nos beneficia ya que con este resultado podemos identificar que no han tenido una buena experiencia con las pulpas de fruta.

Figura 12.

*Tabulación 2da pregunta*

¿Qué compras para hacer tus jugos naturales?

100 respuestas



Fuente: creación propia

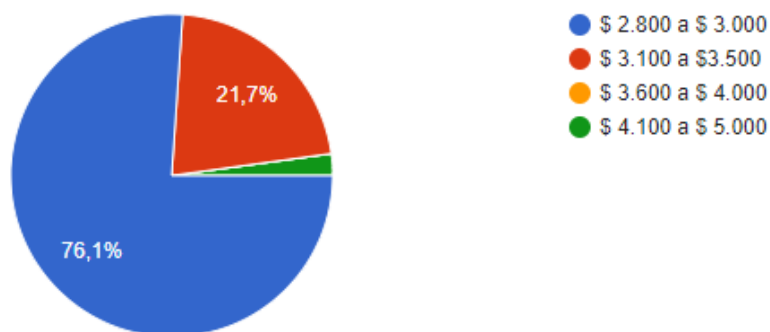
A base de las 100 respuestas obtenidas se puede identificar que la población prefiere hacer sus jugos naturales en casa el 77,8% prefiere comprando fruta y no reemplazan estas bebidas con productos sustitutos, índice que nos ayudaría a brindarles a una experiencia positiva con las pulpas de fruta en cubos.

Figura 13.

*Tabulación 3ra pregunta*

¿Qué precio por libra estaría dispuesto a pagar de pulpa de fruta en cubos?

100 respuestas



Fuente: creación propia

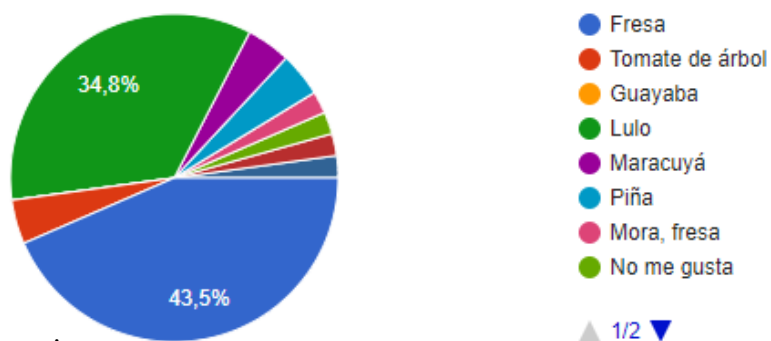
Con el 76,1% los encuestados confirman que el producto tiene buena acogida con un precio entre los 2.800 a los 3.000 pesos valor acorde y ya establecido para la distribución al público.

Figura 14.

*Tabulación 4ta pregunta*

¿Qué tipo de fruta congelada en cubos esperarías en el mercado?

100 respuestas



Fuente: creación propia

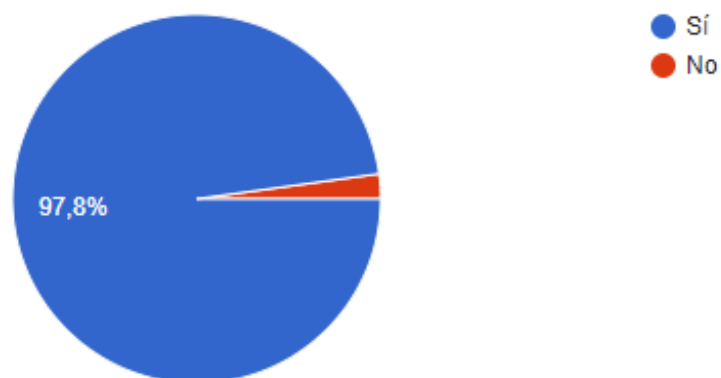
A base de estas respuestas podemos identificar que la población tiene diferentes gustos por los sabores de las frutas, aporte importante ya que podemos satisfacer la necesidad de cada uno de ellos con nuestra amplia diversidad de frutas, aunque el 43,5% y el 34,8% nos afirman que si se debe contar con pulpa de fruta sabor fresa y sabor lulo.



Figura 15.  
*Tabulación 5ta pregunta*

¿Compras productos colombianos?

100 respuestas



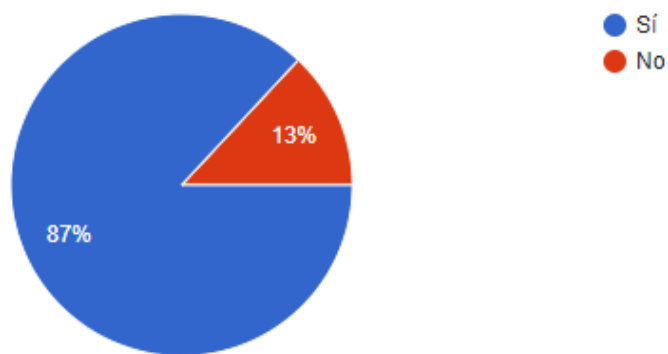
Fuente: creación propia

Con este resultado se evidencia significativamente que nuestro producto puede tener bastante acogida ya que el 97,8% de los colombianos apoyan la iniciativa y la innovación de los proyectos colombianos, cansados de que los productos nacionales no tengan el mismo valor que los importados.

Figura 16.  
Tabulación 6ta pregunta

Si encontraras en el mercado pulpa de fruta en cubos, ¿lo comprarías?

100 respuestas



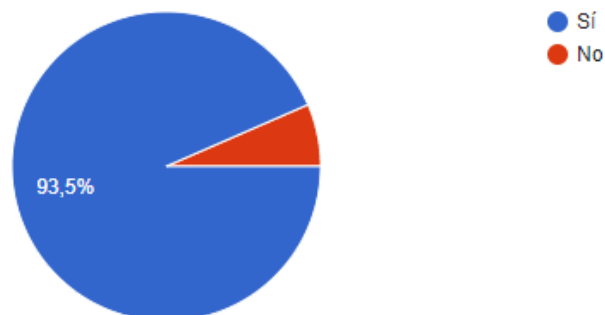
Fuente: creación propia

Esta pregunta es una de las más importantes ya que se puede evidenciar que, aunque es un producto nuevo y sin tanto auge el 87% está dispuesto a comprar pulpa de fruta en cubos y 100% colombiana que podría satisfacer necesidades de buena alimentación y optimización en tiempo de preparación.

Figura 17.  
Tabulación 7ta pregunta

Si la pulpa de fruta viene en cubos y te ayuda a disminuir tiempo en preparación ¿lo comprarías?

100 respuestas



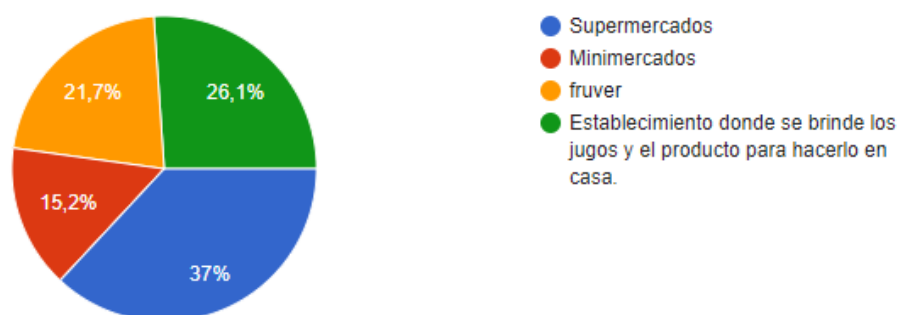
Fuente: creación propia

Con la anterior figura nuevamente confirmamos y damos cumplimiento al objetivo general ya que el 93,5% está dispuesto a comprar productos Asxan y ayuda a la determinación de los factores importantes que responden a la propuesta de valor y apoyan las ventajas e innovación del proyecto.

Figura 18.  
Tabulación 8va pregunta

¿En qué lugar le gustaría obtener nuestro producto?

100 respuestas

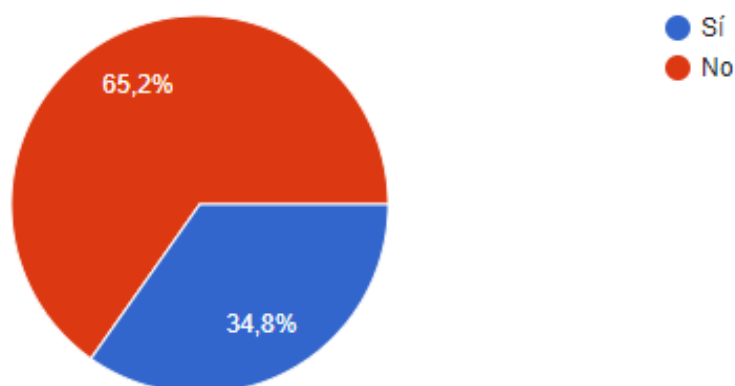


Fuente: creación propia

Los encuestados nos dan a entender que tenemos un amplio mercado y que les gustaría que el producto se encuentre en varios sitios de distribución que la primera introducción sea en los supermercados con el 37% pero no dejando atrás un establecimiento que brinde jugos naturales con un 26,1% pero que aparte se implemente la venta del producto para preparación en casa rápida y saludable, y aunque el Fruver es un sitio donde se podría pensar que es mas acorde la venta del producto no es tan satisfactoria ya que cuenta con el 21,7% y para finalizar no sería buena opción distribuirlos en minimercados ya que obtuvo un 15,2% .

Figura 18.  
 Tabulación 9na pregunta  
 ¿Conoces otro producto que ofrezca las mismas características?

100 respuestas



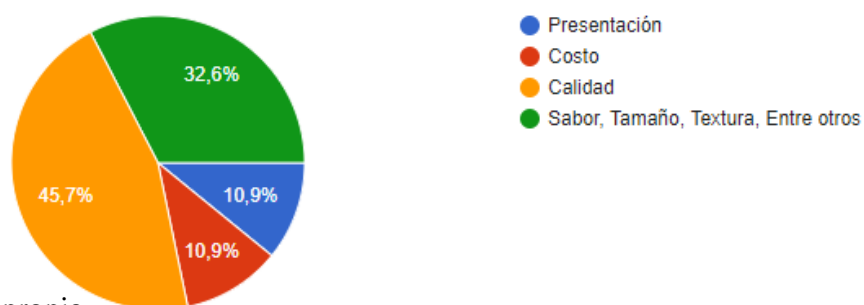
Fuente: creación propia

Aunque el 34,8% de los encuestados aseguran ya conocer productos similares al de nosotros, el 65,2% aun no conocen un producto similar porcentaje máximo de la encuesta que sigue brindándole un apoyo al proyecto y que base en eso y en el ciclo de vida del producto deberemos estar muy comprometidos al cambio y siempre a la innovación.

Figura 19.  
 Tabulación 10ma pregunta

¿En qué te basas para adquirir un producto congelado?

100 respuestas



Fuente: creación propia

Se evidencia totalmente que los factores más importantes a trabajar en el proyecto es en la calidad ya que obtuvo el 45,7% y en las características (saber, Tamaño, Textura, Entre otros) con un 32,6% teniendo en cuenta que los consumidores las catalogan por ser la base para que ellos quisieran comprar el producto.

### **LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES**

Con respecto al proceso de creación de empresa es gratificante poder obtener todo el conocimiento para realizar un proceso adecuado, que cada módulo es fundamental para garantizar los resultados esperados.

Además de los procesos es importante la parte de innovación en la que se debe trabajar mucho para lanzar primero algo novedoso, pero además que brinde una ayuda con enfoque a los objetivos de desarrollo sostenible, que pueda satisfacer una necesidad.

Este ciclo nos permite obtener un panorama más amplio para poner en práctica cada una de las temáticas de estudio contando con todo el material de apoyo adecuado y preciso.

Como recomendaciones es importante siempre estar dispuesto al cambio constante el compromiso y la dedicación para generar ideas de innovación pertinentes objetivas y de gran éxito.

## BIBLIOGRAFÍA

*CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS, DEFINICIÓN Y TIPO, NEGOCIOS.* (2013, enero 29).

encolombia.com.

<https://encolombia.com/economia/empresas/definicionyclasificaciondelaempresa/>

DANE. (2020). *Producto Interno Bruto (PIB) I trimestre 2020 preliminar.* DANE.

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_Itrim20\\_produccion\\_y\\_gasto.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim20_produccion_y_gasto.pdf)

Daniel Fuertes. (2016, marzo 30). *COLOMBIA: UN PAÍS AGRÍCOLA QUE IMPORTA*

*ALIMENTOS.* Atavist. <https://actualidadextereocul.atavist.com/colombia-un-pas-agrocolaque-importa-alimentos>

Dinero. (2013). *Colombia produce pero no consume.* Consumo de frutas y verduras en

Colombia. <http://www.dinero.com/pais/articulo/consumo-frutas-verduras-colombia/186472>

FEDEPAPA. (2019). *REVISTA PAPA.* [https://fedepapa.com/wp-](https://fedepapa.com/wp-content/uploads/2017/01/REVISTA-47-COMPLETA.pdf)

[content/uploads/2017/01/REVISTA-47-COMPLETA.pdf](https://fedepapa.com/wp-content/uploads/2017/01/REVISTA-47-COMPLETA.pdf)

John Llerena. (2016).

*Contratacion\_minima\_cuantia\_no\_\_005\_052\_de\_2016\_estudio\_de\_mercado.pdf.*

[https://www.agencialogistica.gov.co/sites/default/files/contracts/migrated/540113/contratacion\\_minima\\_cuantia\\_no\\_\\_005\\_052\\_de\\_2016\\_estudio\\_de\\_mercado.pdf?fbclid=IwAR0](https://www.agencialogistica.gov.co/sites/default/files/contracts/migrated/540113/contratacion_minima_cuantia_no__005_052_de_2016_estudio_de_mercado.pdf?fbclid=IwAR0)

[A4adu5cNRn4Z9Q6hdlGQPE5ZV7\\_BTCmayKDPwMNVuADAZrtXd\\_qgD8pE](https://www.agencialogistica.gov.co/sites/default/files/contracts/migrated/540113/contratacion_minima_cuantia_no__005_052_de_2016_estudio_de_mercado.pdf?fbclid=IwAR0)

Juliana Andrea Combariza. (2013). *Perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-*

*2013.pdf.*

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf>

Manipulación de Alimentos Colombia. (2020). *NORMATIVIDAD. Manipulación de Alimentos Colombia*. <https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad>

Ministerio de Agricultura. (2018). *La producción de papa en 2018 podría llegar 2 millones 690 mil toneladas*.

<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/La%20producci%C3%B3n%20de%20papa%20en%202018%20podr%C3%ADa%20llegar%202%20millones%20690%20mil%20toneladas.aspx>

*ORDENANZA 011 2020 OK.pdf*. (s. f.). Google Docs. Recuperado 14 de septiembre de 2020, de [https://drive.google.com/file/d/1JSFJZVwCVRDGYOXqHrvlfK3B483jte-k/view?usp=sharing&usp=embed\\_facebook](https://drive.google.com/file/d/1JSFJZVwCVRDGYOXqHrvlfK3B483jte-k/view?usp=sharing&usp=embed_facebook)

*Registro Sanitario INVIMA*. (s. f.). Cámara de Comercio de Tuluá. Recuperado 11 de octubre de 2020, de <https://camaratulua.org/registro-sanitario-invima/>

Tiempo, C. E. E. (2019, julio 14). *Desaparición de cultivos, una alerta en el campo de Colombia*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/situacion-del-campo-en-colombia-millones-de-hectareas-sin-cultivar-387276>

Prokop, S., & Albert, J. (2008). La papa, nutrición y alimentación - Año Internacional de la Papa 2008. In *Fao*. <http://www.fao.org/potato-2008/es/lapapa/hojas.html>

Emprende a conciencia. (n.d.). Diseño de Prototipo — Emprende A Conciencia. Emprende a Conciencia. Retrieved November 18, 2020, from <https://www.emprendeaconciencia.com/disenoprototipo>

Vector de stock (libre de regalías) sobre Mapa de caminatas, orientación deportiva en367024772. (n.d.). Retrieved November 19, 2020, from <https://www.shutterstock.com/es/image-vector/cundinamarca-administrative-map-281478602>

