



**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Seminario de Grado**

Desarrollo de nuevos sabores y propuestas de presentación de chorizos caseros, orientada a incrementar la satisfacción del consumidor y reforzar el posicionamiento de la marca

Adriana Maria Marsiglia Lozano

Docente

Andrés Felipe Cuervo Díaz

Corporación Universitaria Remington.  
Facultada de Ciencias Empresariales  
Tecnología en Gestión Empresarial y Financiera  
Seminario de Grado  
2025

## **Dedicatoria**

Esta dedicatoria se dirige a la señora Ledis Lozano Genes, mi madre, quien con creatividad, amor, esfuerzo, pasión y entrega ha desempeñado su labor de manera ejemplar. Gracias a su compromiso y conocimientos, ha logrado alcanzar los objetivos propuestos en su emprendimiento, sirviendo además como guía e inspiración durante mi proceso de aprendizaje y desarrollo personal.

Ella es la fundadora de este emprendimiento, que con dedicación y constancia se proyecta a futuro como una pequeña empresa sólida y reconocida. Su trabajo ha recibido el reconocimiento y los elogios de muchas personas cercanas, quienes valoran su empeño en mejorar continuamente la calidad de sus productos.

Realizar esta labor con dedicación, esmero y paciencia no es una tarea sencilla, especialmente en un mercado competitivo, donde es necesario llegar a los consumidores con un producto de calidad y alta demanda, distribuido en carnicerías, empresas y reconocidas marcas de embutidos.

De igual manera, deseo expresar mi agradecimiento a mi padre y a mi hermano, quienes forman parte fundamental del equipo de trabajo en las áreas de ventas y logística. Ambos se encargan de la atención y entrega de los productos con responsabilidad y amabilidad. En particular, mi hermano destaca por su habilidad en las ventas, al ofrecer los productos según las necesidades y preferencias de los clientes, ya sea para eventos o diferentes presentaciones, como nuestros chorizos caseros y chorizos picantes.

### **Agradecimientos**

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a las personas que hicieron posible la realización de este análisis y proyecto familiar: mi madre, padre, hermano y tío, cuyo apoyo y compromiso fueron fundamentales en cada etapa del proceso.

Agradezco de manera especial al docente Andrés Felipe Cuervo, por su valiosa orientación y acompañamiento durante el seminario. Su experiencia y asesoría fueron pilares esenciales para el desarrollo de este análisis y para sentar las bases del fortalecimiento de este emprendimiento.

## Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
¿Por qué la elaboración de un chorizo caseros sin conservantes? .....	6
Definición de Innovación Estratégica .....	7
Análisis de los Datos a través de Figuras y Tablas.....	8
Figura 2.....	9
Análisis del Sistema de Información.....	10
Concepto Clave.....	11
Pregunta Orientadora de la búsqueda.....	12
Nombre de la empresa.....	13
Innovacion Organizacional .....	14
Relación entre Innovación y Estrategia Corporativa .....	15
Contextualizacion .....	16
Conclusiones.....	17
Referencias.....	18
Anexos.....	19

## Resumen

El presente análisis se desarrolla en torno a la innovación y creatividad de un emprendimiento familiar cuyo objetivo principal es elaborar un producto casero, saludable y de excelente calidad. Este emprendimiento se enfoca en la producción de chorizos artesanales que no contienen conservantes, sodio, grasas saturadas ni otros aditivos artificiales. Se busca ofrecer un producto sabroso, natural y atractivo para los consumidores, garantizando su sabor tradicional y auténtico.

El objetivo principal es implementar estrategias que les permitan consolidar y posicionar la marca en el mercado local y posteriormente, a nivel nacional. Se busca que los productos sean reconocidos por su autenticidad y calidad, bajo el nombre “Los chorizos de La Mona”, sabor casero y naturalidad.

A través de la innovación, se generan herramientas que fortalezcan el crecimiento del emprendimiento, permitiendo su expansión hacia supermercados, tiendas locales y otros canales de distribución. Se considera ofrecer un producto 100% caseros constituye a la demanda de alimentos saludables y libres de conservantes.

Este análisis de innovación refleja el compromiso, calidad, salud y la tradición culinaria. La meta es que los chorizos caseros sean reconocidos a nivel nacional por su elaboración artesanal, libre de conservantes y grasas añadidas, y condimentados con ingredientes 100% naturales. De esta manera, se busca un posicionamiento como empresa familiar innovadora, que ofrece productos auténticos, saludables y con el verdadero sabor de lo casero.

## ¿porque la elaboración de un chorizo caseros sin conservantes?

### Metodología de la búsqueda de la información

Para la recolección de esta información se aplicó una metodología basada en encuestas y entrevistas a diferentes grupos de personas, entre ellas vecinos, comerciantes y consumidores frecuentes de productos cárnicos. El objetivo principal fue analizar las percepciones y comparaciones entre el chorizo casero y el chorizo industrial producido por grandes empresas del sector alimentario.

Las encuestas se centraron en aspectos como el sabor, textura, olor, presentación y la preferencia general de consumo. Los resultados evidenciaron que una parte significativa de las personas consultadas manifiesta mayor interés por consumir alimentos naturales, con menos aditivos, debido a la preocupación actual por la salud, el bienestar y la alimentación balanceada.

Así mismo, se llevó a cabo una revisión bibliográfica sobre los orígenes y evolución del chorizo. Este producto tiene sus raíces en España, donde se desarrolló a partir de antiguas técnicas de conservación de la carne de cerdo empleadas desde la Edad Moderna (García, 2012). Durante los siglos XVI y XVII, con la introducción del pimentón procedente de América tras el intercambio colombino, el chorizo adquirió su característico color rojizo y un sabor distintivo que transformó su elaboración y consumo. (Martínez, 2015). Con el paso del tiempo, la preparación del chorizo se adaptó a las tradiciones culinarias de diversas regiones españolas, lo que dio lugar a numerosas variantes locales (López, 2010). Posteriormente, su consumo y producción se extendieron a América Latina, donde surgieron nuevas versiones regionales, entre ellas el chorizo colombiano, con características específicas derivadas de los ingredientes y prácticas gastronómicas propias de la región (Ramírez, 2018).

## Definición de Innovación Estratégica

La definición de esta innovación se fundamenta en la relevancia que presentan los hábitos de consumo de los usuarios y compradores de productos embutidos destinados al uso doméstico, como los chorizos, los cuales suelen ser distribuidos de manera directa y con entrega inmediata a los consumidores finales. Esta fue dada a través de encuestas realizadas a nuestros clientes.

Esta situación ha contribuido al aumento de la preocupación de la población por la composición de los alimentos que consume, especialmente debido al alto contenido de conservantes, carbohidratos y a las extensas fechas de vencimiento que caracterizan a estos productos.

Ante esta problemática, surge la propuesta de elaborar embutidos de tipo artesanal, elaborados con ingredientes naturales y libres de conservantes químicos. Este enfoque busca ofrecer un producto más saludable y seguro para el consumidor, respondiendo a las actuales demandas del mercado por alimentos de mejor calidad y con procesos de producción más sostenibles.

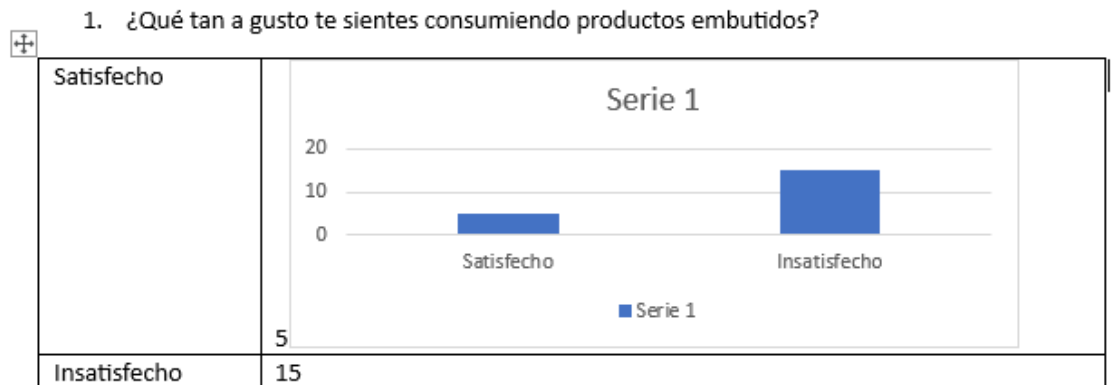
### Análisis DAFO



**Autor: elaboración propia**

## Análisis de los Datos a través de Figuras y Tablas

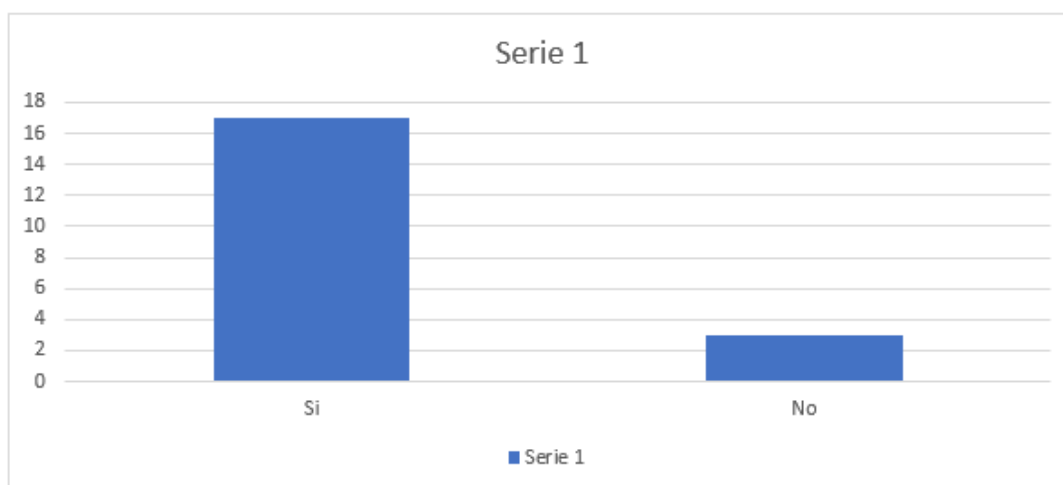
Se aplicaron algunas encuestas en donde distintos usuarios dieron a conocer su opinión referente al proceso de satisfacción de los productos ya comercializados y los que se van a ofrecer.



La figura 1. nos muestran que de las 20 personas que respondieron la encuesta de sentirse a gusto con los productos ya comercializados, refleja que están insatisfechos.

2. ¿te gustaría mejorar el producto?

Si	17
No	3

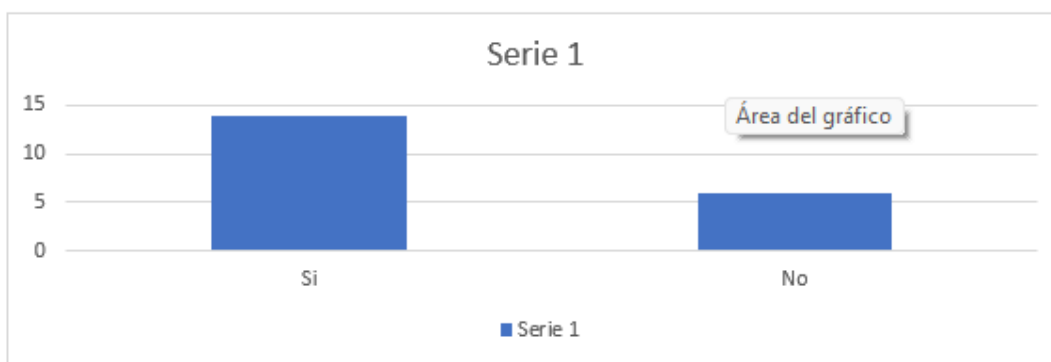


**Figura 2.**

Nos informa que si te gustaría mejorar el producto en donde 17 personas informaron que sí.

3. ¿te gusta consumir mas productos caseros que los ya conocidos y comercializados por las empresas reconocidas como lo son Zenú, Colanta, Fricar, ¿entre otras?

Si	14
No	6



**Figura 3.** La mayoría de las personas prefieren consumir hoy en día productos caseros, ya que estos no contienen tantos conservantes, y sabores artificiales.

## **Análisis del sistema de innovación actual**

### **Situación Actual**

El emprendimiento "La Mona" se encuentra en una etapa artesanal e innovación, caracterizada por:

- Innovación espontánea (surgida de redes sociales)
- Producción limitada y sin estructura formal
- Enfoque en producto único sin diversificación
- Distribución informal y limitada

### **Oportunidades Identificadas**

- Demanda creciente de productos naturales y saludables
- Diferenciación clara frente a productos industriales
- Potencial de escalabilidad y expansión
- Posibilidad de crear una marca reconocida

### Concepto Clave

Esta pequeña empresa, tiene como propósito consolidarse en el mercado local a través de la producción y comercialización de productos caseros que respondan a las demandas de un consumidor cada vez más orientado hacia un estilo de vida saludable. La propuesta busca no solo ofrecer alimentos de calidad, sino también promover hábitos de consumo responsables y sostenibles. (Heizer, J., Render, B. & Munson, C. (2017)

Las bases estratégicas que orientan este proyecto se estructuran en los siguientes ejes:

- **Producir:** Consiste en transformar materias primas en productos alimenticios de alta calidad, con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor e impactar positivamente en el mercado local mediante prácticas responsables y eficientes. (FAO, 2011)
- **Crear:** Implica idear, desarrollar e implementar procesos de innovación enfocados en la mejora continua de la calidad de los productos, garantizando su competitividad y diferenciación en el mercado. (ISO, 2015)
- **Innovar:** Se refiere a la búsqueda constante de ideas originales que permitan desarrollar nuevos productos y modelos de negocio capaces de generar valor agregado, impulsar el posicionamiento de la empresa y fomentar su crecimiento sostenible. (OCDE, 2018)
- **Diseñar:** Comprende la formulación de estrategias creativas orientadas a la planificación, optimización y perfeccionamiento de los productos, con el fin de satisfacer de manera integral las expectativas y necesidades de los usuarios finales. (Ulrich & Eppinger, 2016)

### **Pregunta orientadora de la búsqueda**

¿Cómo se puede innovar en el sabor y la presentación de los chorizos caseros con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor y fortalecer el posicionamiento de la marca en el mercado local?

#### **Objetivo general**

Analizar, proponer, desarrollar y ejecutar estrategias de innovación que posicionen la marca como referente en alimentación saludable, mediante la creación de productos caseros de alta calidad, capaces de atraer consumidores conscientes y fortalecer la identidad y el valor de la marca en el mercado

#### **Objetivos específicos**

Diseñar y desarrollar formatos de contenido visual enfocados en la promoción de los productos a través de plataformas digitales y redes sociales, con el propósito de mejorar la visibilidad y el reconocimiento de la marca.

Implementar acciones de marketing experiencial, como degustaciones y demostraciones en espacios estratégicos, que permitan dar a conocer los productos, captar nuevos clientes y consolidar la confianza del consumidor.

## **Nombre de la empresa**

### **Misión y Visión**

La empresa “Chorizos de la Mona” se orienta a la producción y comercialización de embutidos artesanales elaborados con ingredientes naturales, frescos y de alta calidad, con el propósito de ofrecer al consumidor productos saludables y confiables. Su misión consiste en contribuir al bienestar nutricional de la comunidad mediante la elaboración de alimentos caseros libres de conservantes y con un sabor auténtico.

La visión de esta empresa a mediano y largo plazo es posicionar la marca en supermercados y tiendas de barrio, consolidando su reconocimiento en el mercado local y regional. Asimismo, se proyecta registrar la marca, adquirir maquinaria de producción y adecuar las instalaciones para optimizar los procesos de elaboración. La organización busca continuar con la innovación en su línea de embutidos, incorporando próximamente nuevos productos como las butifarras y otras variantes artesanales.

### **Objetivos**

Los objetivos de esta pequeña empresa y emprendimiento se centran en promover la innovación continua en el desarrollo de embutidos, con el fin de mejorar su calidad nutricional y garantizar productos más saludables para el consumidor. De igual manera, se pretende adecuar el espacio de producción e implementar la maquinaria necesaria para fortalecer la capacidad operativa y cumplir con los estándares de calidad requeridos. Otro objetivo fundamental es formalizar el registro de la marca, lo que permitirá consolidar la identidad empresarial, fortalecer su posicionamiento en el mercado y generar confianza en los consumidores.

### **Metas**

Dentro de las metas establecidas se contempla el desarrollo e innovación de nuevos productos alimenticios que destaquen por su sabor, originalidad y calidad artesanal. Asimismo, la empresa busca diversificar su portafolio mediante la elaboración de tortas caseras, postres y comidas para eventos especiales, con el propósito de ampliar su presencia en el sector gastronómico y consolidarse como una marca reconocida por su compromiso con la calidad y la creatividad.

### **Innovación organizacional**

La estructura organizacional está conformada por cuatro integrantes que desarrollan funciones complementarias. Tres de ellos se encargan de la adquisición de insumos, la preparación y la elaboración del producto, mientras que uno asume las tareas de distribución y atención al cliente.

La producción se realiza desde un espacio doméstico adaptado para cumplir con las condiciones necesarias de higiene y funcionalidad, lo que permite mantener un control directo sobre la calidad del proceso y optimizar los recursos disponibles. Este tipo de organización favorece la eficiencia operativa, la coordinación del trabajo y la sostenibilidad del emprendimiento, fortaleciendo así su competitividad dentro del mercado local.

## **Relación entre Innovación y Estrategia Corporativa**

la estrategia se basa en atender y entender las verdaderas necesidades de los clientes. Se busca siempre la manera de satisfacer sus gustos y preferencias, adaptándose a lo que desean y a la cantidad que solicitan. El objetivo principal es ofrecer un producto que cumpla con las expectativas y les brinde una experiencia única.

### **Herramientas**

Aunque actualmente se cuenta con recursos limitados en cuanto a maquinaria, se dispone de un molino y una picadora de carne, dos embutidoras de chorizos, un refrigerador para conservar los productos y una pequeña alacena donde se almacena materiales plásticos y bandejas.

A medida que van creciendo en ventas, van mejorando los espacios y equipos de trabajo. Uno de los próximos proyectos es registrar la marca y continuar expandiendo la oferta con nuevos productos, siempre enfocándose en la calidad y la satisfacción del cliente.

### **Innovación**

La innovación de este producto radica en su esencia: son 100% caseros, elaborados exclusivamente con carne de cerdo, sin conservantes ni preservativos, y libres de grasa o gordos saturados.

Esta propuesta nace de observar el mercado actual, donde muchos consumidores evitan embutidos por su alto contenido de adictivos. Se ofrece una alternativa saludable y natural, sin perder el sabor tradicional que tanto gusta.

### **Estrategia**

La estrategia se centra en escuchar, aprender y mejorar constantemente, valoran las opiniones de los clientes porque gracias a ellos se logra perfeccionar cada detalle del producto.

Con dedicación, experiencia y pasión, se elaboran embutidos cuidando cada mezcla y cada paso del proceso, hasta alcanzar el sabor ideal antes de embutir.

Se ofrece un producto único, artesanal, sabroso y accesible, que refleja el esfuerzo y compromiso de este emprendimiento. Como solemos decir: “sabroso, rico y a buen precio” porque creemos que la buena calidad no tiene que ser.

### Contextualización

<b>Matriz de Impacto</b>			
<b>Aspecto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Estrategia y Acción</b>	<b>Resultado</b>
<b>Impacto en el Cliente</b>	Se ofrecen productos de alta calidad a precios accesibles, generando satisfacción y fidelización entre nuestros consumidores.	Mantener la calidad del producto, mejorar la atención al cliente y ajustar precios de acuerdo al mercado.	Clientes satisfechos y aumento sostenido en las ventas.
<b>Ingresos y Crecimiento</b>	Los ingresos se generan a partir de las ventas y ganancias obtenidas. Buscamos ampliar nuestra clientela.	Implementar estrategias de marketing y expansión comercial para llegar a nuevos mercados.	Incremento en las ventas e ingresos, fortaleciendo la sostenibilidad del negocio.
<b>Capacidad Interna</b>	Se quiere crecer como emprendimiento a través de la producción de alimentos caseros de alta calidad, generando empleo y reconocimiento.	Optimizar procesos productivos, capacitar al personal e invertir en innovación.	Crecimiento organizacional y mayor posicionamiento empresarial.
<b>Inversión y Financiamiento</b>	Acceder a créditos o fondos para fortalecer infraestructura y maquinaria.	Solicitar apoyo financiero a entidades, fondos de inversión y programas gubernamentales para emprendedores.	Adquisición de maquinaria, mejora de espacios y fortalecimiento de la producción.
<b>Equipo de Trabajo</b>	Actualmente se cuenta con cuatro personas encargadas de la elaboración y distribución del producto.	Ampliar el equipo a medida que aumente la demanda, generando empleo local.	Mayor capacidad productiva y nuevas oportunidades laborales.
<b>Recursos Físicos</b>	Requieren un local más amplio para mejorar la producción, almacenamiento y distribución.	Adquirir o adecuar un espacio que cumpla con los requerimientos de la empresa.	Incremento en la eficiencia operativa y mejora en la calidad del servicio.
<b>Aspectos Legislativos</b>	Se encuentran en proceso de formalizar la empresa y registrar la marca.	Registrar la marca ante la Cámara de Comercio, obtener el RUT y cumplir con la normativa vigente.	Empresa formalmente constituida y reconocida legalmente.

Autor: Elaboración propia

### **Conclusiones.**

El desarrollo de este proyecto de grado me permitió demostrar que es posible fabricar y distribuir un chorizo 100% casero, natural y saludable, con gran aceptación en el mercado. Los resultados obtenidos confirman que los consumidores valoran positivamente los productos sin conservantes ni grasas, especialmente cuando conservan su sabor tradicional.

Además, este proyecto impulsa el espíritu emprendedor y sienta las bases para la diversificación de productos, como tortas, postres y comidas para eventos especiales, fortaleciendo así el crecimiento empresarial y la generación de nuevas oportunidades económicas.

## Referencias

□ GARCÍA, J. Historia y tradición del chorizo español. España: Editorial Gastronómica Iberia, 2012. 150 p.

□ LÓPEZ, M. Cocinas regionales de España: Evolución y productos cárnicos. Madrid: Ediciones del Sabor, 2010. 220 p.

□ MARTÍNEZ, L. El pimentón y su impacto en la gastronomía española. Barcelona: Editorial Cultura y Alimentos, 2015. 180 p.

(Heizer, J., Render, B. & Munson, C.) (2017). Principios de administración de operaciones. Pearson.

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2011). Guía de buenas prácticas para la industria alimentaria. FAO.

Organización Internacional de Normalización. (2015). ISO 9001:2015 Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos. ISO.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2018). Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación (4.<sup>a</sup> ed.). OCDE/Eurostat.

Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). Diseño y desarrollo de productos (6.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill Education.

### Anexo

Capturas de fotografías del proceso y diseño de marca y producto

