

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

**Factibilidad Para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de
Mermelada Artesanal a Base de Mora, Fresa y Semillas de Chía en el Municipio de
Piedecuesta - Santander**

Autores:

Olga Fernanda Camargo Amaya

Paola Rojas Quintero

**Trabajo de Grado Para Optar el Título de:
Profesional en Producción Agroindustrial**

Director

Carlos Avellaneda Rueda

Magister en Gestión de la Tecnología Educativa

Universidad Industrial de Santander

Profesional en Producción Agroindustrial

Instituto de Proyección Regional de Educación a Distancia IPRED

Proyecto de Grado

Bucaramanga

2022

Dedicatoria.

Especialmente a nuestra familia por ser nuestra inspiración, por su tiempo y acompañamiento en este proceso de aprendizaje.

Olga Fernanda Camargo Amaya

Paola Rojas Quintero

Agradecimientos.

Queremos agradecer al creador de este infinito universo inicialmente, dado que en medio de una emergencia sanitaria fueron largas jornadas laborales y académicas. Nunca nos hizo falta la salud para afrontar este proyecto.

A nuestro director de proyecto el Magister Carlos Avellaneda Rueda, por su inmensa ayuda y direccionamiento en el desarrollo de este estudio.

Igualmente, a todas las personas que contribuyeron al desarrollo de este proyecto, en especial en la realización de las encuestas, quienes participaron en este ejercicio sin recibir ningún tipo de remuneración, más que nuestros más sinceros agradecimientos.

Olga Fernanda Camargo Amaya

Paola Rojas Quintero

Tabla de Contenido.

	Pág.
Introducción.....	14
1. Objetivos.....	22
1.1 Objetivo General.....	22
1.2 Objetivos Específicos.....	22
2. Cuerpo del Trabajo.....	23
2.1.1 Método.....	47
2.1.2 Resultados.....	60
3. Conclusiones.....	122
Referencias Bibliográficas.....	124
Apéndices.....	134

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Lista de Tablas.

	Pág.
Tabla 1 Porcentaje Mínimo de Fruta Para la Preparación de Mermelada y Jaleas de Fruta.....	33
Tabla 2 Requisitos Físico Químicos Para las Mermeladas y Jaleas de Frutas.....	35
Tabla 3 Marco Legal.....	44
Tabla 4 Ficha Técnica de la Demanda.....	60
Tabla 5 Criterios de Exclusión.....	61
Tabla 6 Cuadro Comparativo de Otras Marcas.....	81
Tabla 7 Maquinaria Requerida Para el Proceso	91
Tabla 8 Maquinaria Para la Zona de Descargue de la Materia Prima	95
Tabla 9 Maquinaria Para la Zona de Lavado de la Materia Prima	95
Tabla 10 Maquinaria Para la Zona de Pelado y Trozado.....	96
Tabla 11 Envase de Vidrio de Mermelada Artesanal NATTA.....	101
Tabla 12 Tapa Metálica del Envase de Vidrio de Mermelada Artesanal NATTA.....	101
Tabla 13 Ficha Técnica de Mermelada Artesanal NATTA	102
Tabla 14 Capacidad del Proyecto	108
Tabla 15 Asignación Laboral Administrativa.....	110
Tabla 16 Asignación Laboral Operativa.....	111
Tabla 17 Inversión Fija y Diferida.....	111
Tabla 18 Construcción y Edificaciones	112
Tabla 19 Maquinaria y Equipo	112
Tabla 20 Muebles y Enseres	113
Tabla 21 Equipos de Transporte	113

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Tabla 22 Equipos de Oficina.....	114
Tabla 23 Total, Inversión Fija.....	114
Tabla 24 Inversión Diferida	114
Tabla 25 Costos Unitarios de Producción.....	115
Tabla 26 Costos Indirectos de Fabricación.....	115
Tabla 27 Gastos Fijos Mensuales Oficina	116
Tabla 28 Mano de Obra Directa.....	116
Tabla 29 Mano de Obra Indirecta	116
Tabla 30 Gastos de Personal Administrativo, Ventas y Contabilidad	117
Tabla 31 Gastos Variables	117
Tabla 32 Capital de Trabajo.....	117
Tabla 33 Estructura del Capital.....	118
Tabla 34 Flujo de Caja Proyectado.....	119
Tabla 35 Punto de Equilibrio	121

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Lista de Figuras.

	Pág.
Figura 1 Lienzo del Modelo de Negocio	31
Figura 2 Proceso Para la Elaboración de la Mermelada	36
Figura 3 Mora de Castilla (Rubus Glaucus)	38
Figura 4 Fresa Albión	40
Figura 5 Semillas de Chía	43
Figura 6 Área Sembrada en Cultivos de Mora.....	50
Figura 7 Comercialización de Mora en el Departamento de Santander	52
Figura 8 Producción de Mora por Municipios	52
Figura 9 Pasos del Estudio de Mercado	54
Figura 10 Logotipo de Mermelada Artesanal NATTA.....	58
Figura 11 Presentación Producto Final	59
Figura 12 Rangos de Edad de las Personas Encuestadas	62
Figura 13 Género	63
Figura 14 Estrato Socioeconómico	63
Figura 15 Lugar de Residencia	64
Figura 16 Consumo de Mermelada.....	65
Figura 17 Frecuencia de Consumo de Mermelada	65
Figura 18 Preferencia del Tamaño de Compra de Mermelada	66
Figura 19 Conocimiento de las Personas Encuestadas Sobre los Principales Beneficios y Propiedades de las Semillas de Chía.....	67
Figura 20 Preferencias de las Personas Encuestadas en Cuanto al Sabor de Mermelada.....	68

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 21 Nivel de Importancia Sobre el Consumo Consciente de los Productos Elaborados Artesanalmente Ante los Productos Elaborados a Escala Industrial	69
Figura 22 Criterios que Tienen las Personas Encuestadas a la Hora de Comprar una Mermelada	70
Figura 23 Indicadores Donde Principalmente Realizan la Compra de Mermelada las Personas Encuestadas.....	71
Figura 24 Principales Consumidores de Mermelada en los Hogares de las Personas Encuestadas	72
Figura 25 Cantidad de Frascos de Mermelada Comprados al mes	73
Figura 26 Preferencia de Dulzura y Textura de la Mermelada.....	74
Figura 27 Disposición de Compra de Mermelada Artesanal por Parte de las Personas Encuestadas.....	74
Figura 28 Disposición a Pagar por una Mermelada Artesanal en Presentación de 250 g.	75
Figura 29 Indicadores de Probabilidad de Compra de Mermelada Artesanal NATTA.....	76
Figura 30 Productos de Preferencia con los Cuales Acompañan la Mermelada las Personas Encuestadas.....	77
Figura 31 Preferencia de Consumo de Mermelada de las Personas Encuestadas.....	78
Figura 32 Menú de Creación de Campaña Publicitaria - 1	85
Figura 33 Menú de Creación de Campaña Publicitaria - 2.....	86
Figura 34 Menú de Creación de Campaña Publicitaria - 3.....	87
Figura 35 Menú de Creación de Campaña Publicitaria - 4.....	88
Figura 36 Diagrama de Procesos Para Producir Mermelada Artesanal NATTA	100
Figura 37 Distribución de la Planta Mermelada Artesanal NATTA	103

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 38 Municipio de Piedecuesta.....	106
Figura 39 Organigrama de la Empresa Mermelada Artesanal NATTA	110
Figura 40 Excel de Donde se Extrae el Valor de la TIR.....	119
Figura 41 Excel de Donde se Extrae el Valor del VAN	120
Figura 42 Modelo CANVAS Estudio de Factibilidad Mermelada Artesanal NATTA	121

Lista de Apéndices.

	Pág.
Apéndices A Etiqueta de Presentación del Producto.....	134
Apéndices B Encuesta Para Determinar la Demanda de Mermelada Artesanal NATTA en el Área Metropolitana de Bucaramanga (Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta)	135

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Glosario.

Fruta: Órgano comestible de la planta vegetal, constituido por el ovario fecundado y maduro de la flor, que por lo general contiene una o más semillas y cualquier parte de la flor que tenga íntima asociación con dicho ovario (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013, pág. 4).

Grados Brix: Miden la cantidad de sólidos solubles presentes en el jugo o pulpa, expresado en porcentaje de azúcar (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015, pág. 9).

Mermelada: Pasta de fruta semisólida para untar, preparada a partir de frutas enteras, pulpa de fruta, jugos concentrados de fruta, que puede contener trozos de fruta y/o piel, sometida a procesos de calentamiento y evaporación adicionada de azúcar o edulcorantes calóricos o no calóricos o la mezcla de estos, con o sin adición de pectinas y aditivos permitidos en la legislación colombiana vigente (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013, págs. 5-6).

Pectina: Fibra natural que se encuentra en las paredes celulares de las plantas y se concentra en gran cantidad en la piel de los frutos. Es muy soluble en agua y se une con el azúcar y los ácidos de la fruta para formar un gel, considerándose un ingrediente esencial para la elaboración de mermeladas, ya que ayuda a espesar el producto de forma natural (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015, pág. 9).

pH: Es la medida de acidez o alcalinidad de una sustancia. El pH neutro es 7; a medida que tiende a 0, es más ácido; a medida que tiende a 14, es básico (Camara de Comercio de Bogota, 2015, pág. 9).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Resumen.

Título: Factibilidad Para la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Mermelada Artesanal a Base de Mora, Fresa y Semillas de Chía en el Municipio de Piedecuesta - Santander*

Autores: Olga Fernanda Camargo Amaya y Paola Rojas Quintero**

Palabras Claves: Mermelada, Factibilidad, Mercado, Cosecha y Mora.

Descripción:

Piedecuesta, Santander es el segundo municipio productor de mora de Castilla a nivel nacional, participando con un 13,93% de la producción del país. Este estudio de factibilidad busca dar una alternativa para la oferta de la mora de castilla en el municipio de Piedecuesta, comprendiendo que el mayor porcentaje de comercialización de esta fruta se realiza en fresco y no se genera un valor agregado en la transformación de la materia prima en un producto secundario como una mermelada, jalea o vino.

Indagando posibles soluciones para la problemática, se realizó una encuesta sobre la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada, donde los resultados fueron favorables, las personas que contestaron el instrumento, manifestaron consumir mermelada, prefiriendo un producto artesanal al industrializado. Resaltan una prioridad por la calidad del producto antes que su sabor y precio, el segmento poblacional de mayor potencial de consumo son los adultos y jóvenes. De igual forma, las personas están a favor de conocer esta mermelada artesanal y la combinación de sabor de mora, fresa y semillas de chía es la de mayor agrado entre los consumidores.

Para determinar la factibilidad de la empresa productora de mermelada fue necesario establecer el monto de la inversión inicial estipulada en \$150.000.000 COP. Dividendo estos costos entre: insumos, salarios, comercialización, distribución, alquiler de espacio físico, adecuaciones de espacio físico, gastos administrativos, gastos financieros, gastos de publicidad, servicios básicos e impuestos.

Lo anterior, demuestra que es factible la creación de una empresa que aproveche la oferta de mora en tiempos de cosecha, pasando de la producción a la transformación de la materia prima e innovando en los mercados municipales y regionales con un producto natural de elaboración artesanal.

*Trabajo de Grado.

* Universidad Industrial de Santander. Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia (IPRED) Producción Agroindustrial. Director Carlos Avellaneda Rueda, Magíster en Gestión de la Tecnología Educativa.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Abstract.

Title: Feasibility for the Creation of a Company that Produces and Markets Artisan Jam Based on Blackberry, Strawberry and Chia Seeds in the Municipality of Piedecuesta - Santander*

Authors: Olga Fernanda Camargo Amaya and Paola Rojas Quintero**

Keywords: Jam, Feasibility, Market, Harvest and Blackberry.

Description:

Piedecuesta, Santander is the second producer municipality of Castilla blackberry at a national level, participating with 13.93% of the country's production. This feasibility study seeks to provide an alternative for the offer of the blackberry of Castile in the municipality of Piedecuesta, understanding that the highest percentage of marketing of this fruit is done fresh and no added value is generated in the transformation of the raw material into a secondary product such as a jam, jelly or wine.

Investigating possible solutions to the problem, a survey was carried out on the feasibility of creating a jam production and marketing company, where the results were favorable, the people who answered the instrument stated that they consumed jam, preferring an artisanal product to an industrialized one. They highlight a priority for the quality of the product before its taste and price, the population segment with the greatest potential for consumption are adults and young people. Similarly, people are in favor of knowing this artisanal jam and the combination of blackberry, strawberry and chia seed flavors is the most popular among consumers.

To determine the feasibility of the jam production company, it was necessary to establish the amount of the initial investment stipulated at \$150,000,000 COP. Dividing these costs between: inputs, salaries, marketing, distribution, rental of physical space, adaptations of physical space, administrative expenses, financial expenses, advertising expenses, basic services and taxes.

The foregoing shows that it is feasible to create a company that takes advantage of the supply of blackberries at harvest time, moving from production to the transformation of the raw material and innovating in the municipal and regional markets with a natural product made by hand.

*Degree thesis.

* Industrial University of Santander. Institute of Regional Projection and Distance Education (IPRED) Agroindustrial Production. Director Carlos Avellaneda Rueda, Master in Educational Technology Management.

Introducción.

Al analizar los indicadores de producción de mora en Colombia, se observa que Piedecuesta es el segundo municipio a nivel nacional que cuenta con una alta oferta de mora como lo describe Pedro Quintero, productor y líder gremial de Piedecuesta; “En 22 veredas de Piedecuesta como Planadas, Cristales y San Isidro, más de 3 mil familias vivimos del cultivo de la mora; producimos en promedio 1.800 toneladas al mes, enviamos a CENTROABASTOS y a muchos lugares de Colombia como Barranquilla y Bogotá”. (La Cultural 100.7 FM, 2021)

La mora y las fresas son frutas que son apreciadas por la gran mayoría de las personas, estas se pueden preparar en diferentes presentaciones como en jugos, dulces, postres entre otros.

De acuerdo con esto Quintero manifestó que; “Tenemos asociaciones de mujeres productoras de mora y otras que han decidido innovar y producir dulces, postres y mermeladas. También cuatro casas comerciales están haciendo gestiones ante el INVIMA para producir el licor de mora, por el momento se lleva a los mercados campesinos y las ferias”. (La Cultural 100.7 FM, 2021)

Para poder llegar a la decisión sobre la inversión en un escenario o empresa para la transformación de materia prima en un producto secundario es necesario analizar diferentes componentes que determinen la viabilidad de la misma.

En este estudio se exploró la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas chía en el municipio de Piedecuesta - Santander, se realizó para obtener datos certeros que permitieran una toma de

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

decisiones asertiva sobre la consolidación de la misma, la factibilidad se evaluó mediante un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio administrativo y un estudio financiero.

En el estudio de mercado se aplicaron 397 encuestas de 16 preguntas, las cuales iban dirigidas a personas que actualmente residen en el área metropolitana de Bucaramanga, esto buscando saber, que tanto interés tienen las personas en conocer un producto nuevo de la región y que combinación de sabores es la de mayor agrado para las personas, de igual formase realizó una segmentación de la población para determinar los rangos de los potenciales consumidores y se desarrolló una estrategia de mercado por redes sociales.

Al igual, se desarrolló un estudio técnico, donde se determinaron los perfiles del talento humano, se estableció el proceso de producción de mermelada, desde la recepción de la materia prima (mora, fresa y semilla de chía), elaboración, empaque, almacenamiento y distribución del producto ya terminado.

En consecuencia, se elaboró un estudio administrativo, donde se diseñó el modelo empresarial, el organigrama institucional y se proyectó el pago de la mano de obra del talento humano.

Finalmente, se concretó el estudio financiero, donde se calculó la inversión fija y variable, costos de producción, costos fijos, gastos variables e inversión total del proyecto. Basado en estos datos sobre ingresos y proyecciones se realizó la evaluación financiera donde se determinó la Tasa de Retorno TIR, el Valor Presente Neto VAN y el Punto de Equilibrio.

Al implementar las diferentes herramientas de los estudios que determinan una factibilidad tales como encuestas de mercadeo, análisis de la competencia, levantamiento de perfiles, diagrama de procesos, inversiones en nóminas, la TIR, el VAN y la revisión documental de los indicadores del sector, se determina que es factible la creación de una empresa productora

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

y comercializadora de mermelada de mora, fresa y semillas de chía en el municipio de Piedecuesta – Santander. Los resultados favorables hacia una mermelada artesanal producida en la zona donde existe una alta oferta de la materia prima, permiten una oportunidad de transformación a un producto con un alto impacto nutricional, rico en sabor y que por años ha sido parte de la gastronomía de los hogares colombianos.

Planteamiento del Problema.

Colombia se caracteriza por ser un país agrícola, el cual tiene una alta variedad de producción agroindustrial, siendo la mora un cultivo que se produce de manera masificada, “de acuerdo con las cifras de asociación hortofrutícola de Colombia (Asohofrucol), ocupando el quinto lugar con un 12% de participación superada por otros productos como el limón (18%); mango (15%); guayaba (14%) y tomate de árbol (14%)”. (Guzmán Pinilla , 2016)

La producción de mora se desarrolla en gran magnitud en los departamentos de Cundinamarca y Santander, en Colombia de acuerdo con la (La Cultural 100.7 FM, 2021) se encuentra que “el departamento de Santander tiene tres (3) municipios en el ranking de los más grandes productores de mora en Colombia: Piedecuesta, Bolívar y Charta”.

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2015) la exportación de mora se realiza de la siguiente manera; 0,3% en fresco, 2,8% congelada y 96,9% procesada, donde la mora procesada es la de mayor aceptación en el mercado de exportación.

Las exportaciones en el año 2013 principalmente se han concentrado en EE. UU., España, Rusia, Reino Unido, Australia, Panamá. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2015, pág. 127).

De igual forma el boletín informativo de la Corporación Compromiso; contempla que “el municipio de Piedecuesta es el segundo productor de mora en Colombia y el primero a nivel

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

departamental. Para 2018 contaba con 690 hectáreas sembradas y se cosecharon 680, logrando producir 8.160 toneladas de mora en el año 2018”. (Observatorio Rural de Santander Cooperación Compromiso, 2019, pág. 17).

Las características propias de esta fruta generan un mayor riesgo de pérdida en el proceso productivo, en concordancia con lo manifestado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2019) se encuentra que; La corta vida útil de la mora a partir de su naturaleza azucarada, así como la rápida deshidratación del fruto debido a su carácter carnosos, generan que las cosechas se fermenten rápidamente, agregando premura a las ventas de mora por parte de los productores, y que éstos deban acogerse a precios de venta muchas veces bajos, ante el riesgo de pérdida de su producción. (pág. 15).

La alta oferta de esta fruta en tiempos de cosecha genera disminución en precios de venta de esta misma, ya que al tener demasiada producción su precio baja perjudicando a los cultivadores de mora, ya que, con un precio bajo prefieren en muchas ocasiones dejar perder el producto que comercializarlo.

En relación con las falencias que presentan los productores de mora el (Observatorio Rural de Santander Cooperación Compromiso, 2019) señala que existe:

- Dispersión de la producción, un tanto alejada de los centros de consumo.
- La organización social de los productores es muy débil y aún no saben respetar acuerdos comerciales, los comerciantes los rompen fácilmente utilizando el mecanismo de los precios.
- Lo comerciantes o intermediarios en las zonas de producción y en los grandes centros de comercio y las centrales de abasto se quedan con una gran tajada del trabajo campesino morero.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

- La falta de nuevos mercados en lo nacional y a nivel internacional limitan la inversión y producción de mora.
- El crédito de fomento para la producción de *Rubus Glaucus* es muy débil, por lo que el esfuerzo financiero lo asumen los campesinos con recursos propios y asumiendo créditos con intereses confiscatorios.
- Las vías terciarias que comunican las veredas entre sí y con el casco municipal son de muy mala calidad, aumentando los costos de transporte de los insumos y del producto al centro de mercado.
- Los campesinos moreros insisten en hacer mayor inversión en insumos químicos de mediana y alta toxicidad para combatir las plagas y enfermedades del cultivo, olvidando la sostenibilidad de esta agricultura y la importancia de bajar las trazabilidades.
- Las alianzas productivas, la cadena de la mora, y las compras públicas no terminan por convencer a los productores de los apoyos del estado. (pág. 21 – 22).

Delimitación del Problema.

Delimitación Espacial: Municipio de Piedecuesta - Santander.

Delimitación Conceptual:

La mora de según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2019) muestra en el mercado nacional que:

En Colombia, aproximadamente el 55% de la producción se ofrece en fresco en supermercados y plazas de mercado para el consumo de los hogares, en donde se utiliza para preparar bebidas y dulces; mientras que cerca del 20% se vende a la agroindustria

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

para la preparación de jugos, pulpas, mermeladas, conservas, confites y colorantes. (pág. 15).

Delimitación Cronológica: El proyecto se ejecutó en el periodo comprendido entre agosto de 2021 y junio de 2022, finalizando con un prototipo factible de la empresa.

Pregunta de Investigación.

¿Cuáles son los aspectos que determinan la factibilidad en la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chía en el municipio de Piedecuesta - Santander?

Justificación.

Una de las ventajas de elaborar mermelada en Colombia es la gran variedad de frutas que se pueden encontrar. Estas se pueden encontrar deshidratadas, frescas o procesadas. Estas poseen diferentes características de sabor que van del ácido al dulce. La diversidad de climas que hay en Colombia permiten gran variedad de cultivos nativos y foráneos con diferentes formas, tamaños y sabores.

De acuerdo con lo anterior, se evidencia una alta oferta de productos frutícolas, lo cual hace necesario que se desarrollen nuevas formas de mercado para llegar al consumidor.

La mermelada es un método de conservación de alimentos, consiste en la cocción y concentración de una mezcla de frutas trituradas, licuadas o enteras, a las cuales se le añade azúcar, ácido cítrico y pectina. Obteniéndose de esta manera un producto de consistencia pastosa con un color brillante y atractivo característico de la fruta procesada. Las mermeladas elaboradas artesanalmente conservan un mejor sabor natural y se destacan en el mercado por tener una buena textura, haciéndolas únicas y diferentes a las producidas por las grandes industrias.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

En el mercado actual existe una gran variedad de mermeladas con diferentes presentaciones accesibles a potenciales consumidores, pero que no se diferencian significativamente en el mercado. Es por esto que surge la necesidad de ofrecer a los habitantes del departamento de Santander un producto que se diferencie de la oferta disponible en el mercado actual, produciendo una mermelada natural, sin conservantes, sin saborizantes, ni colorantes artificiales. Este producto propone generar una diferencia significativa desde la implementación de materia prima local en la producción artesanal, asociada con productos saludables, de menor impacto ambiental y apelan a un sentido de apropiación regional.

Este producto contribuye a mejorar la calidad de la alimentación en la población, a optimizar el uso de las cosechas de mora y puede implementarse para contrarrestar la sobreoferta de un producto con una vida útil muy corta. La conservación de la materia prima transformada permite disfrutar durante todo el año frutas que se cultivan en temporadas específicas.

Entre las características físico - químicas del producto se encuentra que la mora es un fruto bajo en calorías, rico en vitamina C, contiene potasio, fibra, hierro, calcio, taninos y diversos ácidos orgánicos. Así mismo, posee pigmentos naturales con acción antioxidante como los antocianos, los cuales le dan su color característico (Cabezas Carrillo, 2008, pág. 12). En cuanto a las características físico – químicas de la fresa se destaca el aporte de proteínas, grasas, carbohidratos, fibra, potasio, magnesio, vitamina A, vitamina C, vitamina E, fosforo, fenoles y antocianinas. Estos beneficios que nos traen las frutas hacen que mejoren nuestros aspectos nutricionales que por medio de este método se pueden consumir durante todo el año.

Se evidencia que la mora en fresco tiene como desventaja competitiva su corta vida útil, su fragilidad para manipulación y distribución. Estas características hacen necesaria la

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

innovación en el mercado local, mejorando la distribución, duración, estabilidad del costo final y accesibilidad del producto.

Finalmente, el sector económico del municipio de Piedecuesta – Santander se beneficiará de la creación de una empresa que complementa el cultivo de mora, permitiendo la compra directa de la materia prima y disminuyendo así las pérdidas asociadas a la venta y distribución de la fruta en fresco. Mermelada Artesanal NATTA ofrece una solución a los campesinos de la zona al generar una demanda alternativa de su producto durante la cosecha mejorando la calidad de vida de los productores de mora del municipio de Piedecuesta - Santander, comprando materia prima de las fincas que producen en la zona y facilitando su recepción.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

1. Objetivos.

1.1 Objetivo General.

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chía en el municipio de Piedecuesta - Santander.

1.2 Objetivos Específicos.

- Analizar el contexto económico en el que se encuentra la producción de mora en el municipio de Piedecuesta - Santander.
- Realizar un estudio técnico y de mercado para la producción y comercialización de mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chía.
- Desarrollar un estudio administrativo y financiero para determinar la viabilidad de crear una empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal en el municipio de Piedecuesta - Santander.

2. Cuerpo del Trabajo.

Marco Referencial.

a. Marco Teórico.

Estudio de Factibilidad.

De acuerdo a Duarte y García (2021) un estudio de factibilidad; hace parte de una etapa fundamental dentro de la estructuración de un proyecto, y se constituye en una herramienta que permitirá orientar y precisar la toma de decisiones frente a la evaluación de conveniencia del proyecto de inversión. Teniendo en cuenta, que es en esta etapa donde se formula, a partir de la información obtenida, que resulta tener mayor certeza o menor grado de incertidumbre, permitiendo así viabilizar o medir las posibilidades de éxito del proyecto de inversión en estudio. (pág. 21).

Según (Blanco R, 2008), “todo Estudio de Factibilidad dirigido a evaluar un proyecto de inversión debe constar de las seis partes principales siguientes: I) Presentación, II) Marco Institucional, III) Estudio de Mercado, IV) Estudio Técnico, V) Estudio Económico-Financiero, y VI) Análisis de Sensibilidad”. (pág. 188).

De igual forma, el mismo autor presenta un objetivo fundamental para poder determinar las inversiones y proyecciones de posibles ganancias generadas por una empresa viable y factible mediante instrumentos contables; El objetivo principal de un Estudio de Factibilidad de un proyecto de inversión es determinar la factibilidad social, económica y financiera del FLUJO DE FONDOS de la empresa a través de herramientas contables y económicas pertinentes, tales como el Punto de equilibrio y el Valor Agregado, y de herramientas financieras como la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN). (Blanco R, 2008, pág. 188).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Estudio de Mercado.

Un estudio de mercado puede entenderse como la estrategia para entender cuáles son los canales que conectan una empresa con su mercado potencial. Estos estudios se realizan para consolidar el prototipo de un producto o servicio y convertirlo en compras efectivas que mantengan en pie a la empresa o negocio. (Martínez, 2008).

El estudio de mercado permite de una manera más concreta entender la interacción entre la oferta y la demanda para establecer el momento en que estas dos variables están en equilibrio, permitiendo una definición objetiva de precios y en las cantidades disponibles del producto que pueden ponerse a disposición de los clientes potenciales (Palacio, 2021).

De igual forma, Guzmán C. y Guzmán M. (2019) argumentan que un estudio de mercado; Va dirigido principalmente a la recopilación de la información de carácter económico que repercuta en la composición del flujo de caja del proyecto, cada actividad de este deberá justificarse por proveer información para calcular algún ítem de inversión, de costo de operación o de ingreso. Las variables más importantes son: la demanda, los clientes y competidores. Se basa en la Investigación de Mercados: Es principalmente al análisis del mercado de un producto o de una empresa, trata de conocer la situación de un producto específico en un mercado específico, generalmente con el objetivo de tomar decisiones estratégicas inmediatas.

En términos generales el mercado se define como un grupo o conjunto de consumidores que pueden ser empresas o individuos y las características comunes entre estos que determinan acciones de compra. (Palacio, 2021).

En la práctica un mercado requiere los puentes de comunicación entre productores y consumidores para delimitar una relación de tipo comercial para el intercambio de los bienes y

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

servicios que uno requiere del otro, esta relación es determinada por un valor monetario implícito. (Palacio, 2021).

Las dos variables que más inciden en el valor final de un producto son la oferta y la demanda, estas variables operan en una relación inversamente proporcional en cuanto el incremento de una disminuye los índices de la otra. La demanda consiste en la cantidad de productos que un consumidor desea o necesita adquirir y la oferta en la capacidad de venta que tiene la empresa. En el caso de la oferta se entiende que es una variable directamente proporcional al precio, si aumenta el precio aumenta la oferta y por consiguiente disminuye la demanda. La estabilización de estas variables se denomina punto de equilibrio (Palacio, 2021).

A continuación, se definirán los componentes del estudio de mercado y como estos se ajustan al desarrollo de un proyecto. Teniendo en cuenta que las etapas que se realizan no corresponden en nombre o denominación pero que son equivalentes en cuanto a contenido y estructura.

Estudiar el entorno: conocer el contexto, el entorno geográfico y social, las características generales que permitan indagar sobre una posibilidad de producto que se adapte a una empresa existente o que permita la creación de una. En un estudio de factibilidad este componente se desarrolla a profundidad en el marco teórico o de referencia.

Transformar la idea en un concepto de negocio: una vez identificado el contexto y las oportunidades que ofrece el mismo, la idea de negocios puede entenderse como una empresa nueva que aproveche una oportunidad o un producto que se adapte a las posibilidades productivas de esta empresa. En esta fase se plantea una hipótesis de investigación que debe transformarse en un prototipo del producto.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Definir el segmento o segmentos de mercado sobre los cuales enfocarse: La detección de un segmento de mercado define cuales son las características que un grupo de consumidores demandan de un producto o servicio, esto orienta la creación y especificaciones del mismo detallando los factores de diferenciación que le permitirán incursionar en nuevos sectores. Este punto se profundiza en el estudio de mercado al implementar una encuesta que permita conocer las diferentes variables que inciden sobre la posible compra del producto-prototipo.

Definir la estrategia y táctica de mercadeo: finalmente un producto competitivo en el mercado debe conocer su valor implícito, la oferta disponible en el mercado de productos semejantes y las variables que inciden tanto en el precio final como en el deseo de compra. Este aspecto se aborda como el estudio de mercado, que en general abarca los cuatro componentes anteriormente mencionados pero que contiene de manera más específica los dos últimos ítems ya que los dos primeros se encuentran distribuidos en el proyecto.

Estudio Técnico.

Un estudio técnico se contempla según (Guzmán C. & Guzmán M., 2019) como un escenario donde; La evaluación técnica del proyecto analiza si la alternativa escogida es técnicamente viable. Este estudio debe definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para la posterior operación del proyecto.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Estudio Organizacional – Administrativo.

De igual forma se plantea una descripción de la forma y organización interna de una factible empresa que irremediablemente estará supeditada a la distribución financiera, (Guzmán C. & Guzmán M., 2019) la narran de la siguiente manera; El estudio de las variables organizacionales durante la preparación del proyecto manifiesta su importancia en el hecho de que la estructura que se adopte para su implementación y operación está asociada a egresos de inversión y costos de operación, tales que pueden determinar la rentabilidad o no de la inversión. Los efectos económicos de la estructura organizativa se manifiestan tanto en las inversiones como en los costos de operación del proyecto. Toda estructura puede definirse en términos de su tamaño, tecnología administrativa y complejidad de operación.

“Conociendo esto podrá estimarse el dimensionamiento físico necesario para la operación, las necesidades de equipamiento de las oficinas, las características del recurso humano que desempeñará las funciones y los requerimientos de materiales, entre otras cosas”. (Guzmán C. & Guzmán M., 2019).

Estudio Financiero.

Una de las etapas finales de un estudio de factibilidad es el estudio financiero, el cual recoge procesos financieros de las demás etapas del proyecto, consolidando por medio de análisis y proyecciones formas para determinar valores positivos o negativos de una posible inversión. Según (Guzmán C. & Guzmán M., 2019); Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. La sistematización de la información

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que pueden deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el cálculo del monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor de desecho del proyecto.

Para el desarrollo del estudio financiero deben tenerse presentes cuatro (4) valores fundamentales que representan herramientas contables y financieras; Punto de equilibrio, Valor Agregado, Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN).

Punto de Equilibrio.

Una forma de visualizar lo factible que puede llegar a ser una propuesta de negocio es mediante la definición del punto de equilibrio, este sería un punto muerto o umbral de rentabilidad, como su nombre lo indica sería el equilibrio entre la cantidad de ventas que necesito para que mi ganancia se equipare con la inversión realizada (Economipedia, 2022).

Según el sitio web (Gerencie.com, 2020) este punto nos permitiría comprender;

la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades o pérdidas.

Su fórmula matemática sería los costos fijos CF sobre el precio unitario de venta PUV menos el costo unitario de venta CUV.

$$PE = \frac{Cf}{P^{uv} - C_{uv}}$$

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Valor Agregado.

Otro elemento a tener en consideración en un estudio financiero para determinar la factibilidad es el valor agregado, que se comprendería como la diferencia que existe entre poner un producto en un nuevo mercado y lo que el cliente pagaría por este mismo, en palabras del Diccionario de Oxford citado en (Salvador, 2016) refiere que sería “el monto por el cual el valor de un producto se incrementa en cada etapa de su producción, excluyendo los costos iniciales”. (pág. 75).

En concordancia con lo anterior, el valor agregado es la potencial ganancia que adquiere el producto a medida que se desplaza por la cadena de producción, de igual forma (Vinajera, Marrero, & Ruiz, 2017) manifiestan que se puede entender como “valor agregado económico, el que ha sido adoptado en disímiles ocasiones para medir el desempeño de un proceso y puede variar según las características de la empresa” (pág. 536).

Tasa Interna de Retorno.

Las herramientas financieras permiten tener claridad de todas las variables posibles antes de tomar una decisión frente a una inversión o puesta en marcha de una idea de negocio, disminuyendo así los riesgos de posibles pérdidas o rentabilidades bajas.

Una de estas herramientas de la matemática financiera es la Tasa Interna de Retorno o Tasa de Utilidad Interna, (Altuve, 2004) la define como; aquel valor relativo que iguala el valor actual de la corriente de ingresos con el valor actual de la corriente de egresos estimados. Es decir, este concepto envuelve criterios de matemáticas financieras al referirse a valores actuales, y criterios contables al mencionar o incluir corrientes de ingresos y egresos. Efectivamente, se trata de actualizar una corriente de ingresos (flujos netos esperados) al momento cero o inicial de

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

la inversión, y compararla con el valor actual de una corriente de egresos (volumen de inversión en ese momento) a una tasa K ó i denominada costo de capital o costo de oportunidad de la empresa, enmarcada en una estructura adecuada, previamente determinada. (pág. 12).

Otro autor que aborda una definición de la TIR es (Mete, 2014) quien en un artículo revisa la utilidad de esta en los procesos de análisis y evaluación en los procesos de inversión, encontrando que; El argumento básico que respalda a este método es que señala el rendimiento generado por los fondos invertidos en el proyecto en una sola cifra que resume las condiciones y méritos de aquel. Al no depender de las condiciones que prevalecen en el mercado financiero, se la denomina tasa interna de rendimiento: es la cifra interna o intrínseca del proyecto, es decir, mide el rendimiento del dinero mantenido en el proyecto, y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo de aquel. (pág. 71).

Valor Actual Neto.

Otra herramienta financiera que permite revisar los valores de ingreso, los valores de egreso y su equivalencia es el Valor Presente Neto o Valor Actual Neto, según (Mete, 2014) se podría definir que en; “un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos”. (pág. 69).

En este orden de ideas si el resultado del VAN es mayor o igual a 0 el proyecto es aceptado, si el valor es inferior a 0 no quiere decir que se rechaza, pero sí que las regalías no están cubriendo las expectativas del proyecto a desarrollar.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Modelo CANVAS.

Este modelo estructura una guía detallada que permite determinar la factibilidad en la creación de empresas, está estructurado en cuatro secciones y nueve casillas. La primera sección corresponde a la oferta que representa la propuesta de valor del producto, en la sección clientes se establecen las acciones que son necesarias para vender el producto, la infraestructura hace referencia al proceso productivo y las finanzas establecen los ingresos y los costos para entender y tomar decisiones que ofrezcan rentabilidad (Pájaro, 2020).

El modelo CANVAS complementa la planificación de una empresa a partir de nueve elementos fundamentales que el emprendedor debe considerar para tener una visión completa de su negocio.

Figura 1

Lienzo del Modelo de Negocio



Nota: Modelo de Negocio Canvas, Reproducida, Repository, 2020,

(<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24691/1/MODELO%20DE%20NEGOCIOS>)

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

%20CANVAS%20APLICADO%20A%20UN%20PROYECTO%20DE%20EMPREDIMIENTO%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20BOGOT%C3%81.pdf)

b. Marco Conceptual.

Mermelada.

De acuerdo con la Norma Técnica Colombiana 285, “la mermelada es un producto de consistencia pastosa, semisólida o gelatinosa que se obtiene por la cocción y concentración de una o más frutas enteras, concentrado, pulpa, jugos de fruta o sus mezclas al cual se le agregan edulcorantes naturales” (ICONTEC, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certific, 2007, pág. 3).

De igual forma la Cámara de Comercio de Bogotá (2015), argumenta que es “un método de conservación de alimentos en el cual se mezclan frutas y/o verduras con azúcar, acidificantes y en algunos casos pectinas, de consistencia pastosa o gelatinosa y un color brillante y atractivo que refleja el color del producto.” (p.10).

Características de la Mermelada.

Todo alimento procesado para ser consumido, incluida la mermelada debe ser realizado con higiene y cumplir con protocolos de calidad salvaguardando la salud de los clientes. Por lo cual, se debe escoger los mejores frutos en cuanto a maduración, limpieza de residuos químicos, enfermedades o cualquier tipo de impureza.

Según la NTC 285 (ICONTEC, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certific, 2007) se deben cumplir las siguientes indicaciones:

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

- a. Será elaborada con no menos de pulpa y su jugo correspondiente de acuerdo con lo establecido en la Tabla No. 1.
- b. La mermelada de una fruta podrá contener hasta el 10 % en fracción de masa de la pulpa y jugo de otra fruta, sin ser obligatoria su declaración en el rotulo.
- c. Los sólidos solubles del producto terminado serán no menos de los indicados en la Tabla No. 2 (Determinados por refractometría según la Escala Internacional para Sacarosa).
- d. La mermelada podrá contener hasta 1,5 % en fracción de masa, de cáscara sana y limpia, finamente dividida en trozos longitudinales.
- e. Este producto se rotulará: Mermelada de... o Jalea de ..., llenando el espacio en blanco con el o los nombres de las frutas en caso de mezclas y en el orden decreciente de sus proporciones, con caracteres de igual tamaño, realce y visibilidad. Con caracteres y en lugar bien visible se consignará: peso neto. (pág. 3).

En concordancia con lo mencionado anteriormente, se presentan las Tablas No.1 y No. 2 correspondientes al porcentaje mínimo de fruta para la preparación de mermelada y jaleas de frutas y requisitos físico químicos para las mermeladas y jaleas de fruta respectivamente.

Tabla 1

Porcentaje Mínimo de Fruta Para la Preparación de Mermelada y Jaleas de Fruta

Porcentaje, en Fracción de Masa	Fruta
40	<ul style="list-style-type: none"> - Breva (<i>Ficus carica</i>) - Agraz (<i>Coccoloba novogranatensis</i>) - Ciruela (<i>Prunus spp</i>) - Fresa (<i>Fragaria vesca</i>) - Durazno (<i>Prunus persica</i>) - Guayaba (<i>Psidium guajaba L</i>) - Mango (<i>Mangifera Indica</i>)

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Porcentaje, en Fracción de Masa	Fruta
30	<ul style="list-style-type: none"> - Manzana (<i>Pyrus malus</i>) - Pera (<i>Purus comunis</i>) - Tomate de árbol (<i>Cyphomandra betacea</i> Cav Sendt) - Papaya (<i>Carica Papaya</i> L) - Papayuela (<i>Jatropha aconitifolia</i> Mill) - Frambuesa – Feijoa - Albaricoque (<i>Prunus armenica</i>) - Coco (<i>Coco nucifera</i>) - Mora (<i>Rubus spp</i>) - Lulo (<i>Solanum quitoence</i> Lam) - Piña (<i>Anana sativa</i> y <i>comosus</i>) - Uva (<i>Vitis vinífera</i>) - Cereza (<i>Prunus Cereessus</i> L) - Banano (<i>Nasa sapientum</i> L) - Uchuva (<i>Physalis peruviana</i> L) - Café - Guanábana - Higo - Pitahaya - Cítricos (<i>Citrus spp</i>)
20	<ul style="list-style-type: none"> - Curuba, Maracuyá, Granadilla (<i>Passiflora spp</i>) - Ciruela Claudia - Tamarindo - Chontaduro - Borojó - Grosella

Nota: El resultado obtenido para el contenido mínimo de fruta para la preparación de mermelada y jalea, se expresa en fracción de masa según el Sistema Internacional de Unidades, el cuál dice:

“Fracción de masa de B, WB: Esta cantidad se expresa frecuentemente en por ciento, %. La notación “% (m/m)” no deberá usarse”.

Factor de conversión 1% = 0,01

Nota: Norma Técnica Colombiana NTC 285, Adaptada, Icontec, 2007,

(<https://www.icontec.org/>)

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Tabla 2

Requisitos Físico Químicos Para las Mermeladas y Jaleas de Frutas

Requisitos	Mínimo	Máximo
Sólidos solubles por lectura refractométrica, en % en fracción de masa	60	-
pH a 20 °C	-	3,4
Acidez en % en fracción de masa (Ac. Cítrico)	0,5	-

Nota: Los resultados obtenidos para el contenido de sólidos solubles y el contenido de acidez (ácido cítrico), se expresa en fracción de masa según el Sistema Internacional de Unidades, el cuál dice:
 “Fracción de masa de B, WB: Esta cantidad se expresa frecuentemente en por ciento, %. La notación “% (m/m)” no deberá usarse”.
 Factor de conversión 1% = 0,01

Nota: Norma Técnica Colombiana NTC 285, Adaptada, Icontec, 2007,

(<https://www.icontec.org/>)

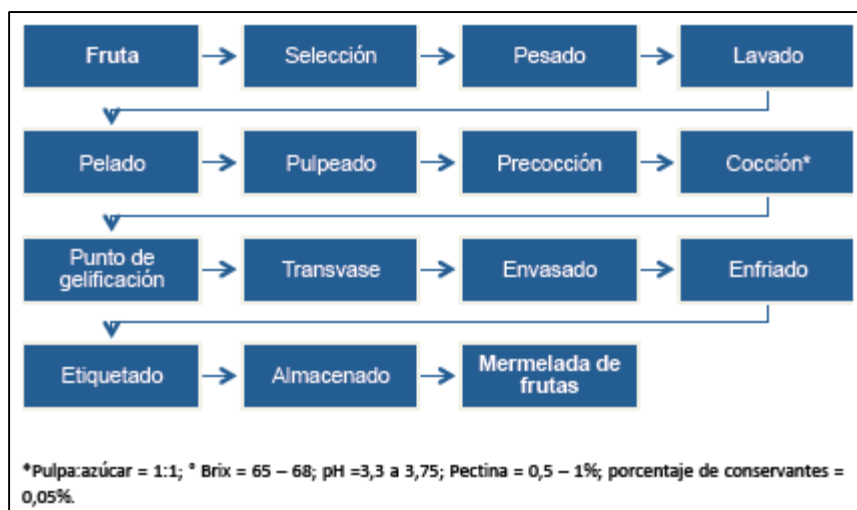
Proceso de Elaboración de Mermelada.

Para el proceso de elaboración de mermelada se deben realizar 15 diversos sub-procesos que pasan desde la cosecha hasta la entrega del producto envasado y su respectiva conserva, para comprender la cadena productiva Conrado y Rosales (2001) citados en (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015) presentan la Figura No. 2.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 2

Proceso Para la Elaboración de la Mermelada



Nota: Manual Mermelada, Reproducida, Cámara de Comercio de Bogotá, 2015,

(<https://www.ccb.org.co/>)

Materias Primas.

Los componentes fundamentales en la elaboración de mermeladas según Hernández y Villabona (1969) e ICONTEC (2007) citados en (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015) son:

Fruta: Debe estar madura, pero no pasada para que conserve todo su aroma y sabor, además de aportar el jugo necesario para obtener un producto que genere una coagulación adecuada. Al emplear frutas que no reúnen las condiciones óptimas de calidad, es conveniente preparar mermeladas en forma de pasta o puré, sin incluir la piel. Se puede decir que todas las frutas son aptas para la preparación de mermeladas, teniendo como requisito la manipulación

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

adecuada. Se permite la presencia de fruta entera, trozos de fruta, trozos de cascara o piel o semillas comestibles características de las frutas.

Pectina: Es un producto que fomenta la coagulación de la mermelada, se encuentra principalmente en las semillas de las frutas y en menores proporciones en las células de los tejidos de la pulpa y la piel. Este elemento se caracteriza por ser soluble en agua, se puede adicionar a la mezcla de la mermelada jugo o frutas ricas en pectina, o agregando pectina comercial. (...).

Ácido: Acidificar la mermelada es necesario ya que el ácido ayuda a extraer la pectina de los tejidos celulares y unifica la glucosa que estos tienen con la sacarosa que se adiciona a la mezcla, además de clarificar el producto y darle un mejor sabor. La adición de ácido se realiza agregando jugo de limón o una disolución de ácido cítrico o tartárico en agua. (...).

Glucosa: La glucosa hace que la mermelada tome fluidez, proporciona mayor transparencia e impide que se formen cristales de azúcar.

Azúcar: Este ingrediente es esencial para la coagulación y conservación de la mermelada cuando entra en una proporción de 60 por cada 100 partes de pulpa. Al agregar cantidades superiores, que se aproximen al 68 por 100 del peso de la pulpa, puede generarse cristalización; por lo tanto, si se desea emplear grandes cantidades de azúcar se recomienda sustituir. (...).

Colorantes: Se adiciona cuando las frutas pierden su pigmentación en el proceso, haciéndolos más agradables a la vista sin generar sabores extraños. Solo es permitido el uso de colorantes para las mermeladas de fresa y guayaba hasta un nivel máximo de 40mg/kg de producto. (...).

Conservantes: Se permite el contenido máximo de conservantes en mg/kg de ácido benzoico o ascórbico o sus sales de 1000 (solo) y 1250 (en mezcla). (pág. 12).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

El presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada tiene dentro de su materia prima fundamental dos frutas y una semilla; mora, fresa y semillas chía.

Mora: *Rubus Glaucus* (Mora de Castilla).

Según Morales y Villegas (2012), citados en un Manual sobre la Mora (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015). Esta es la variedad más conocida y cultivada en el país por su importancia comercial a nivel nacional e internacional. Sus frutos son grandes, de forma larga y cónica, con un color morado brillante; presenta los mayores contenidos de azúcares. Sin embargo, comparado con otras variedades, es la que tiene menor vida útil. (pág. 14).

Para su mejor reconocimiento se plantea la figura No. 3 establecida en un Blog de (Quintero , 2009) donde se aprecian detalles de esta variedad de mora.

Figura 3

Mora de Castilla (Rubus Glaucus)



PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Nota: Cultivo Orgánico de Mora, Reproducida, Cultivo-Orgánico, 2009, (<http://cultivo-organico-de-mora.blogspot.com/2009/03/mora-de-castilla-rubus-glaucus.html>)

Las propiedades físicas y químicas de la mora presentan; un fruto bajo en porcentajes calóricos, alto en vitamina C, contenidos de calcio, fibra, hierro, taninos y potasio al igual que varios ácidos orgánicos. De igual forma contiene en su composición pigmentos naturales antioxidantes; antocianos, los que le permiten obtener su color particular. (Cabezas Carrillo, 2008).

Según la Gobernación del Huila citada en la (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015) esta fruta presenta las siguientes propiedades organolépticas “frutos de 2 a 4 cm de longitud, con colores que van del rojo a la púrpura o del rojo al rojo oscuro” (pág. 12).

Ficha de Producto de la Mora.

Nombre común: Mora de castilla, Mora de gato, Mora criolla.

Nombre comercial: Holandés Braam, Inglés Blackberry, Alemán Brombeere.

Nombre Científico: (*Rubus Glaucus Benth*).

Familia: Rosáceae.

Género: Rubus.

Variedades: Glaucus.

Tipo: Fruta. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015, pág. 10).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Fresa: Variedad Albión.

Según Eurosemillas (2012), citada en el Manual sobre Fresa (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015) esta variedad; Se caracteriza por la alta calidad de su fruto, tanto en tamaño como en sabor y firmeza (del orden de 32 gramos por fruta). Es de muy fácil recolección y es resistente a las actividades postcosecha. En Colombia, actualmente es la variedad de mayor crecimiento en área sembrada y se destaca por su adaptabilidad a zonas entre 2500 – 2800 msnm. Resistente a phytophthora, verticillium y antracnosis. Es una de las variedades preferidas por los agricultores por sus producciones constantes durante la cosecha. (pág. 17).

Se plantea la figura No. 4. Fresa Albión establecida en un Foro Digital de (Infojardin , 2016) donde se observan características de esta variedad.

Figura 4

Fresa Albión



Nota: Plantas de Fresa, Reproducida, Infojardin, 2016,
(<https://foro.infojardin.com/threads/plantas-de-fresas-variedad-albion.64609/>)

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

De igual forma, la (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015) presenta las propiedades físicas y químicas; “el peso de la fresa varía según la variedad entre 6,53 y 6,65 g. Su concentración de azúcar oscila entre 6,7 y 7,28 grados brix.” (pág. 13).

Así como las propiedades físico – químicas son de relevancia para esta materia prima, existen características organolépticas que deben ser tenidas en cuenta para los diferentes procesos industriales; el sabor es condicionado por el balance de azúcar y acidez, ya que cuenta con una serie de azúcares y ácidos con diferentes grados de concentración según la variedad. Generalmente son cónicas y alargadas; sin embargo, dependiendo de la variedad puede variar la forma. Su olor es característico de la fruta. La fresa ha de tener un brillo intenso y un color rojizo oscuro y uniforme, aunque puede ser más rosado o anaranjado dependiendo de la variedad. El color natural en estado maduro es rojo y solo dos variedades maduran con un color blanco. Su pulpa es de color blanco, pero también puede ser rojizo de acuerdo con la variedad. Su textura es suave con firmeza moderada firmeza a alta firmeza. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015, pág. 13).

Ficha de Producto de la Fresa.

Nombre común: Fresa o Frutilla.

Nombre comercial: Español Fresa, Inglés Strawberry, Francés Fraise, Holandés Aardbei

Nombre científico: Fragaria Vulgaria sp, Fragaria Chiloensis L.

Familia: Rosáceas.

Género: Fragaria.

Especie: Dioica.

Tipo: Fruta.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Varietades: Las variedades más utilizadas comercialmente son Camarrosa, Albión, Camino Real, Monterrey, San Andreas, Portola, Ventana y Palomar (estas dos últimas, las más cultivadas en Colombia) (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015).

Chía (Salvia Hispanica L).

Es una planta herbácea, la cual tiene sus primeras referencias dentro de la gastronomía de las culturas Mayas y Aztecas, fue un alimento esencial para la zona de América Central durante el período precolonial, posteriormente se descubre su valor nutricional y comienza a cultivarse hacia Suramérica, siendo Colombia uno de sus principales productores.

De acuerdo al artículo publicado en la revista Avance Agroindustrial (Rovati, Esoobar, & Prado, 2018) describen sus características; la composición química de su semilla posee entre un 34% y 35,6% de ácidos grasos, destacándose el alfa-linolénico (64%), perteneciente a la serie omega. Posee además 25% de fibra y 20% de proteínas. Es también fuente de otros compuestos de gran importancia para la salud, tales como antioxidantes, vitaminas y minerales. (...).

Habitualmente se denomina semilla al fruto de chía, el que se clasifica dentro de los frutos secos indehiscentes. Su tamaño es de 1 mm a 1,2 mm de ancho y 2 mm a 2,2 mm de largo aproximadamente; tiene una forma oval y la capacidad de desarrollar un mucílago cuando se hidrata. Posee además una superficie lisa y brillante. En nuestra zona en particular, se caracteriza por presentar mezcla de colores y tonalidades diferentes. (pág. 1).

En la figura No. 5. Semillas de Chía presentada en la ficha técnica de chía Negra (Quinua de Perú, 2020) permite ver las características organolépticas de esta semilla.

Figura 5*Semillas de Chía*

Nota: Ficha técnica Chía negra, Reproducida, Quinuadeperu, 2020,
(<https://quinuadeperu.com/wp-content/uploads/2020/12/FT-CHIA-NEGRA.pdf>)

2.2.4.6. Ficha de Producto Semillas Chía

Nombre común: Semillas de Chía.

Nombre comercial: Semilla de Chia, Chia, Chian.

Nombre científico: Salvia hispánica L.

Familia: Lamiaceae.

Tipo: Semilla.

Descripción: Crece en suelos no muy húmedos como arcilla o arenales que cuentan con luz solar, su mejor crecimiento se realiza entre 1.000 a 2.750 m sobre el nivel del mar en climas tropicales y subtropicales. (Consulting y Desarrollo Biotecnológico CODEBIO, 2014).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

c. Marco Legal.

Tabla 3

Marco Legal

Factores Normativos y Legales	
Norma de Producción	
Norma Técnica Colombiana NTC 285	Esta norma establece los requisitos fisicoquímicos y microbiológicos que deben cumplir las mermeladas y las jaleas de frutas (ICONTEC, Instituto Colombiano de Normas Tecnicas y Certific, 2007).
Resolución Numero 14712 de 1984	Por lo cual se reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas y hortalizas elaboradas (Ministerio de Salud, 1984)
Resolución Número 15789 de 1984	Por la cual se reglamenta las características organolépticas fisicoquímicas y microbiológicas de las mermeladas y jaleas de frutas (Ministerio de Salud, 1984).
Norma de BPM	
Decreto 3074 de 1997	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones (Ministerio de Salud, 1997).
Resolución 2674 de 2013	La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo de salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013).
Norma de Rotulado	

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Factores Normativos y Legales

Resolución 5109 del 2005	Se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano. (Ministerio de la Protección Social, 2005)
resolución 333 de 2011	Por lo cual establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado nutricional que deben cumplir los alimentos envasado para consumo humano. (Ministerio de la Protección Social, 2011)
Resolución Número 2652 de 2004	Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano (Ministerio de Salud y Protección Social, 2004).

Norma de Envase

Norma Técnica Colombiana NTC 1117	Esta norma establece los requisitos que deben cumplir y los ensayos a los cuales deben someterse los envases de vidrio diseñados como no retornables, destinados a contener productos alimenticios para consumo humano (ICONTEC, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certific, 2006).
-----------------------------------	---

Norma de Comercialización

Resolución Número 003929 DE 2013	Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013)
----------------------------------	---

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Estado del Arte.

Una tesis a tener en cuenta es la realizada por (Sánchez Real , 2020), la cual tuvo como objetivo ejecutar un estudio de viabilidad de mercado para la elaboración de un nuevo producto; la mermelada de chonta, en la provincia de Tungurahua, Ecuador; definiendo los beneficios de la chonta, a su vez determinaron los costos de la materia prima, insumos y materiales indirectos para la elaboración y comercialización de la mermelada de chonta; por otra parte los investigadores evidenciaron que el de riesgo de la industria es alto, debido a que existen diversos productos alternativos que son una gran competencia frente a la mermelada de chonta, ya que los clientes pueden cambiar con facilidad su preferencia.

Otra tesis encontrada es la desarrollada por (Montalvo Polanco , 2017), este proyecto de investigación se radico en el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de mora en la Ciudad de Atuntaqui, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, Ecuador. Esta empresa servirá para contribuir con el bienestar de los habitantes de la ciudad y fomentar el desarrollo económico de la misma. La creación de esta microempresa de mermelada de mora se realiza con el fin de aprovechar los beneficios nutricionales de la fruta que se produce en la región de la Sierra, puesto que, hasta el momento, estas frutas, especialmente la mora, se han utilizado para la comercialización y no han sido aprovechados estos productos, la creación de proyectos productivos beneficiarían directamente a la población.

Por otra parte, se encuentra la tesis para mencionar de (Cañon & Chaparro, 2017), la cual evidencio que la alta demanda de producción de guanábana en el municipio de Tununguá ubicado en el departamento de Boyacá, no están siendo aprovechados; esto conlleva a no generar un valor agregado en el desarrollo de esta actividad agrícola. En tal virtud, se considera que al

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

poner en marcha un proyecto de producción de mermelada de guanábana, se contribuye a la industrialización del proceso de producción de esta fruta y, por consiguiente, a la dinamización de la economía de la región, constituyéndose en una fuente de generación de nuevos empleos. Así mismo, mediante el desarrollo de este proyecto se incentiva la creación de alianzas entre los productores de la región, y nuevos emprendimientos basados en la vocación económica del municipio, la cual es principalmente frutícola.

Finalmente, la tesis de (Castañeda Martínez & Macías Prieto , 2016), habla sobre la factibilidad tomando como estudio la fabricación y venta de barras de cereal, con el fin de establecer los parámetros necesarios para le elaboración de un proyecto de inversión. Se puede definir un estudio de factibilidad como “ el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso” para la determinación de la factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos: operativo, técnico y económico; el éxito del proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los 3 aspectos anteriores; los estudios de factibilidad sirven para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión si procede su estudio, desarrollo o implementación.

2.1.1 Método.

Diseño Metodológico.

El presente estudio se basa en el enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo, se utilizaron métodos de recolección de información para una muestra por conveniencia en el Área

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

metropolitana de Bucaramanga y se realizaron estudios de mercado, técnicos, administrativos y financieros para determinar la factibilidad de la empresa.

Fases.

Fase 1: Análisis de Contexto.

Se analizó el contexto económico, social y comercial del municipio de Piedecuesta, Santander, de igual forma se estudió la oferta de mora de castilla por medio del sistema de información de precios SIPSA del DANE, es decir, la cantidad de producción diaria, como se distribuye en el municipio de Piedecuesta y cuáles son los canales de recolección, almacenamiento y comercialización de esta fruta.

Fase 2: Estudio de Mercado.

Se realizó un estudio de mercado donde se describió el producto, se presenta el producto terminado para mercadeo, se aplicó una encuesta a una muestra de personas del área metropolitana de Bucaramanga para determinar la demanda y características propias del producto a ofrecer por parte de la factible empresa, se realizó un análisis comparativo con otras marcas del mercado y finalmente se establecieron los criterios de marketing y publicidad.

Fase 3: Estudio Técnico.

Se realizó un estudio técnico donde se presenta la ficha técnica del producto, el diagrama de procesos para la elaboración de mermelada, el organigrama, maquinaria para producción, mobiliario, espacio físico para el desarrollo de la potencial empresa, características de la materia prima y capacidad del proyecto.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Fase 4: Estudio Administrativo y Financiero.

En esta fase del estudio se determinaron costos de inversión, misión y visión empresarial, organigrama, presupuesto inicial, costos fijos, costos variables, costos operacionales, fuentes de inversión, capital de trabajo, estructura del capital, se hallaron indicadores como la tasa interna de retorno TIR y el valor actual neto VAN, de igual forma se estableció el punto de equilibrio para el producto.

Análisis de Contexto.

Contexto Económico de la Producción de Mora en el Municipio de Piedecuesta.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MinAgricultura); En Colombia existen 279 municipios que producen mora, distribuidos en 18 departamentos. Las cifras conocidas de la EVA para 2018, notifican que el área sembrada es de 15.696 hectáreas (has), y las cosechadas son de 13.585. La producción total nacional es de 129.977 toneladas (Ton), con un rendimiento promedio de 9,5 toneladas por hectárea 5, incluida la participación porcentual de la producción por departamentos. (Corporación Compromiso , 2019).

La Corporación Compromiso mediante su Observatorio Rural de Santander, muestra el informe relacionado con el cultivo de mora. Donde se evidencia que la mora se produce en Colombia en 279 municipios. Se cultivan 15.696 hectáreas y se producen 130.583 toneladas a nivel nacional. La mora es un producto de la economía campesina, que se cultiva por núcleos familiares, esto representa estabilidad en el territorio donde se cultiva esta planta. El interés es mostrar las variables de la cosecha y el volumen de producción. Así como los datos que se reciben de las evaluaciones agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Que se convierten en información local y regional. En Santander la mora es fundamental, pues ocupa el segundo puesto a nivel nacional en la producción de mora como departamento, siendo

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

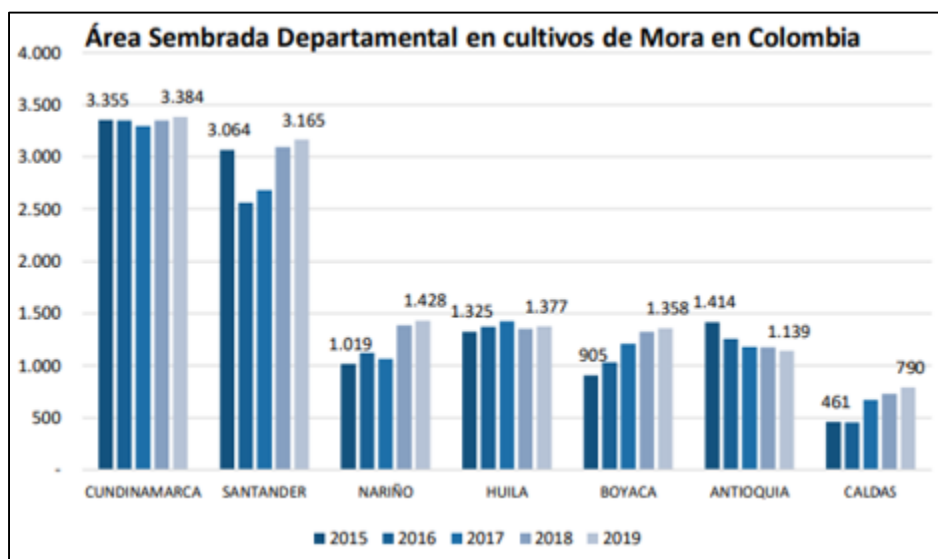
Piedecuesta el primer municipio productor, seguido del municipio de Bolívar. Esta información les permite a las personas que trabajan en este cultivo, plantear estrategias en el cultivo, su comercialización y en cómo mejorar la vida de los cultivadores.

La producción de mora presenta muchas dificultades, como la falta de apoyo del gobierno en el orden nacional, departamental y municipal. Aun, falta investigación y transferencia de tecnología y sobre todo conciencia en el uso intensivo de insumos químicos ya que es un gran problema para la producción de mora. En la parte de comercialización la mayoría de los campesinos, la realizan en Centroabastos vía Girón y con los intermediarios del área metropolitana de Bucaramanga.

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MinAgricultura), en la figura No. 6 “Área sembrada en cultivos de Mora” muestra las áreas sembradas por departamento en el país:

Figura 6

Área Sembrada en Cultivos de Mora



Nota: Evaluaciones Agropecuarias Municipales, Reproducida, UPRA, 2020, (<https://www.upra.gov.co/web/guest/evaluaciones-agropecuarias-municipales-eva>)

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Los principales departamentos sembradores de mora son; Cundinamarca (21%), Santander (20%), Nariño (9%) y el Huila, que representa el 8,8% de las áreas cultivadas del país. (MinAgricultura, 2020, pág. 6).

Santander desde del 2015 tiene 3.064 hectáreas sembradas, aumentando en el 2019 ha 3.165 hectáreas sembradas de mora.

En concordancia con lo anterior el ministerio de agricultura y desarrollo rural (2020) manifiesta que (MinAgricultura, 2020); Para 2019, Santander registró la mayor participación en la producción de mora en el país con el 25%; seguido de Cundinamarca, que representó el 24% del volumen de la producción anual. Les siguen Nariño, Boyacá, Antioquia y Caldas, cada uno con un 7%.

Los cultivos de mora en Santander han aumentado en los últimos años, con un 25% de participación en la producción del país, permitiendo ser el segundo lugar de siembra y cosecha.

Mercado Nacional de la Mora.

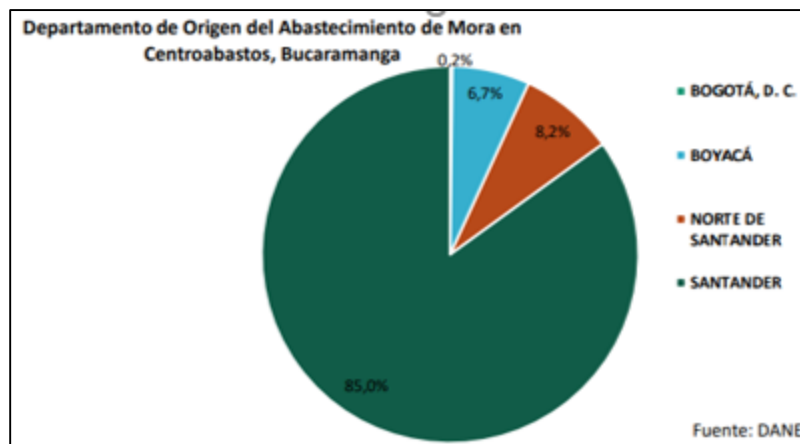
El mercado nacional de la Mora de Castilla tiene diferente segmento de demanda, a saber: Industria debidas; Hoteles, Restaurantes y Cafeterías; mercado mayorista en fresco, y medianas y grandes superficies. (MinAgricultura, 2020, pág. 15).

Los consumidores de mora en fresco lo realizan mediante bebidas en el núcleo familiar, como en la preparación de jugos, dulces, mermelada o postres. Siendo una fruta de alto consumo por la mayoría de los hogares colombianos, seguido de los restaurantes, fruterías y cafeterías. Dentro de las industrias alimentarias, la transforman en néctar, jugos, refrescos o zumos que se distribuyen a nivel nacional.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 7

Comercialización de Mora en el Departamento de Santander



Nota: Sistema de Información de Precios y Abastecimiento, Reproducida, DANE, 2020, (<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/sistema-de-informacion-de-precios-sipsa>)

Figura 8

Producción de Mora por Municipios

Bucaramanga, Centroabastos	Kilos	%
PIEDRECUESTA	1.577.475	61,75%
ZAPATOCA	131.700	5,16%
ARCABUCO	114.750	4,49%
HERRÁN	110.000	4,31%
SANTA BÁRBARA	109.300	4,28%
GUACA	109.250	4,28%
CHARTA	96.950	3,80%
PAMPLONA	56.250	2,20%
TUNJA	37.500	1,47%
Los demás (17 municipios)	211.250	8,27%
TOTAL	2.554.425	100%

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Nota: Cadena Productiva de la Mora, Reproducida, Minagricultura, 2020, (<https://www.minagricultura.gov.co/>)

- El 61% de la mora que abastece la central mayorista de Bucaramanga, Centroabastos, se produce en el municipio de Piedecuesta, Santander. Seguido de Zapatoca (5%). (MinAgricultura, 2020, pág. 18).
- Piedecuesta se ubica a 28 kilómetros de la plaza mayorista, mientras que Zapatoca se acerca a los 62 kilómetros de distancia. (MinAgricultura, 2020, pág. 18).
- Esto indica que, en el municipio de Piedecuesta - Santander, existe una alta oferta de mora de castilla. Donde se da la posibilidad de obtener la materia prima desde el productor, disminuyendo los costos de intermediarios, y transporte de este producto para su transformación agroindustrial.

Estudio de Mercado.

La creación de una empresa requiere una identificación de las particularidades del mercado, determinando cual es el contexto, el entorno y la competencia referente a un producto que se quiera ofertar en un nuevo escenario. Los estudios de mercado discriminan esta información en función de la comprensión general de la problemática y los detalles específicos que puedan aportar diferenciación. (Palacio, 2021).

Según la cámara de comercio de Bogotá el estudio de mercado se enmarca en cuatro componentes fundamentales que se definirán a continuación (Martínez, 2008) en la figura No. 9. “Pasos del estudio de mercado”.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 9

Pasos del Estudio de Mercado

Etapas en las que debo investigar*	Los estudios por consultar o realizar
<p>1.</p> <p>Estudiar el entorno "Con la idea para crear empresa que tengo en mente, es importante mirar el mercado y saber si está o no creciendo, su tamaño y si presentan oportunidades frente a los mercados internacionales y los tratados de libre comercio. Así mismo, hay que indagar quiénes están atacando ese mercado, cuánto venden y cómo es el comportamiento del sector".</p>	Estudios sobre el entorno
<p>2.</p> <p>Transformar la idea en un concepto de negocio "Tengo una idea para crear empresa, pero necesito que me reconozcan por algo diferente a los demás competidores. Es decir, necesito atraer por ese "algo". Esto es, debo definir mi concepto de empresa y probar su aceptación en el mercado".</p>	Prueba de concepto
<p>3.</p> <p>Definir el segmento de mercado sobre el cual enfocarse "Necesito definir a quién le voy a vender. A muchos les podría interesar mi producto o servicio, pero ¿cómo hago para complacer a todos? Además, ¿cómo hago para llegarle a todos? Finalmente, me disperso tanto que nunca me va a alcanzar el tiempo y el dinero para lograr mi objetivo: vender y hacer crecer mi empresa".</p>	Selección del o los segmentos que se espera atacar Segmentación
<p>4.</p> <p>Definir la estrategia y tácticas de mercadeo "Teniendo definido el o los segmentos de mercado a los que quiero llegar, así como un concepto de empresa, tengo que saber qué precio estarían dispuestos a pagar, en dónde y cómo compran, dónde van y cuáles son los canales de comunicación a través de los cuales les puedo llegar, además de mirar satisfacción frente a los productos/servicios que ofrezco".</p>	Estudios de mercadeo Con relación a los competidores se mira: <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción por el producto/servicio • Canales de distribución • Formas de darse a conocer • Precio • Satisfacción por el servicio

Nota: Como Hacer un Estudio de Mercado, Reproducida, Cámara de Comercio de Bogotá, 2008, (<https://www.ccb.org.co/Cursos-y-eventos/Nuestros-eventos/Cursos-virtuales-gratuitos/Como-hacer-un-estudio-de-mercado>)

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Descripción del Producto.

La mermelada de mora, fresa y semillas de chía, es un producto natural, este, consiste en la combinación de frutas y semillas mediante la cocción de las mismas, adicionándole azúcar orgánica, y pectina cítrica para su preservación.

- Mermelada con trozos de frutas.
- Semillas de chía que contienen omega 3 y 6.

Características del Producto.

- Mermelada artesanal libre de saborizantes y conservantes artificiales.
- Combinación de 2 frutas y una semilla, resaltando en el mercado local.
- Tiene valor nutricional apto para cualquier persona (niño, joven o adulto).
- Ventaja en la oferta de mora en el municipio de Piedecuesta – Santander.
- Transformación de una materia prima del contexto en un producto agroindustrial.

Beneficios del Producto.

- Impacto el mercado local, siendo un producto más artesanal que industrializado, resaltando los sabores y sus combinaciones.
- La mora es una fruta de alta oferta en el municipio de Piedecuesta – Santander, siendo el segundo municipio con más producción de mora a nivel nacional.
- En el mercado local no se cuenta con esta combinación de frutas y semillas.
- La chía y los valores nutricionales que contiene.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Ventajas Diferenciales de Mermelada Artesanal “NATTA”

Consiste en un producto de consistencia gelatinosa que se ha producido por medio de la cocción y concentración de moras, fresas troceadas y enteras, con un óptimo balance entre la cantidad de azúcar blanca orgánica, semillas de chía, pectina y ácido cítrico. Esta viene en presentación comercial en envases de vidrio transparente de 250 g. Diferenciándose esta mermelada de las otras que están mercado por su textura, sabor, olor y color natural. Esta mermelada no contiene conservantes, saborizantes, ni colorantes artificiales.

Ventaja Competitiva del Producto.

La creación de una mermelada de mora permite atender diferentes aspectos que suman valor a la fruta y a su sector productivo, generando apropiación cultural desde las nuevas tendencias de consumo de productos regionales con procesos productivos simples como una alternativa a la penetración de alimentos ultra procesados disponibles en el mercado.

Uno de las principales problemáticas que se atienden con este proyecto es la corta vida útil del fruto, que somete a los agricultores a bajos precios de venta en el mercado y al acatamiento de condiciones variables dispuestas por los distribuidores. Alrededor del 55% de la comercialización del fruto se realiza en fresco aumentando las pérdidas debido a la urgencia con la que debe concretarse la venta del fruto al canal de distribución (Minagricultura, 2019)

El segundo aspecto consiste en la necesidad de apropiar las nociones de consumo de uno de los países que demanda mayor cantidad de mermeladas. En este sentido Alemania se perfila como uno de los principales importadores de mermeladas preparadas y que puede encausar las características ideales del producto, ya que en lo que respecta al consumo interno colombiano encontramos un mercado incipiente que gasta menos de un dólar por persona al año. (Treid,

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

2021) Por esto es necesario apropiarse estándares de consumo que aumenten el atractivo nacional y que permitan una posterior apertura internacional de mercado. En general el consumidor alemán reconoce valores como el sabor exótico de las frutas tropicales, el bajo impacto ambiental en la transformación de la materia prima, el alto porcentaje de fruta natural en la composición de la mermelada (alrededor de 75%) el sabor intenso de la fruta y un menor uso del azúcar respecto a productos industrializados. Estas características también son interpretadas por los consumidores como de productos más saludables. (Procolombia, 2015).

El tercer aspecto que permite aumentar la competitividad del producto es la combinación de mora con chía y fresa. Estos dos componentes adicionales aportan al concepto de producto unas características nutricionales que suman valor y sabor:

- En el caso de la chía se aporta un valor ancestral relacionado con el uso de la misma por tribus indígenas latinoamericanas, además se encuentra bastante información documental sobre los beneficios de incluir este alimento en la dieta por su alto contenido en Omega-3 Omega-6, por la reducción de enfermedades del corazón y por propiedades antiinflamatorias. (Garcés, 2013).
- Según Carrillo G., Gutiérrez C., Muro V., Martínez H. & Torres B (2017); La chía tiene alto contenido de ácidos grasos como el omega 3, fibra, aminoácidos, antioxidantes, vitaminas y minerales; nutrimentos que, además de ser indispensables en el buen funcionamiento celular sumado a que es fácil de conseguir y de bajo costo, son excelentes para el mantenimiento de la piel y ayudan a prevenir enfermedades crónico - degenerativas como las cardiovasculares o el cáncer. (Pág. 19).
- En el caso de la fresa se aporta un valor nutricional aportando vitamina K, C y además posee características antioxidantes que se preservan aun cuando esta es

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

procesada. La fresa es un fruto que se cultiva durante todo el año y que se produce principalmente en el departamento aledaño de Cundinamarca, (Minagricultura, 2019) esta cercanía geográfica permite mantener los postulados de un producto de bajo impacto ambiental y aporta los matices geográficos que cada piso térmico determina en las frutas que allí se producen.

- Finalmente, los campesinos, productores y comerciantes de las zonas donde se cultiva la mora de castilla se dieron cuenta que esta necesitaba una transformación, ya que en fresco no tenía el mismo valor que tiene un producto procesado. Es por esto, que se han motivado a dar la transformación a la materia prima, convirtiéndola en dulces, mermelada y jaleas de diferentes presentaciones, siendo del mayor agrado para los consumidores.

Marca.

Mermelada Artesanal NATTA, *El Sabor de una Pasión*.

Figura 10

Logotipo de Mermelada Artesanal NATTA



PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

El logo representa las conservas de las frutas, es decir, la elaboración de mermeladas de forma artesanal, en donde se puede apreciar los trozos de frutas, resaltando los colores, el nombre de la mermelada y su slogan que será la etiqueta del producto ya finalizado.

Slogan: *“El Sabor de Una Pasión”*.

Quiere mostrar al consumidor, que mediante el sabor se podrá encontrar la pasión de experimentar combinaciones de frutas, en este caso la mora, fresa y semillas de chía.

Envase y etiquetado: para su comercialización se utilizará frascos de vidrio en presentación de 250 g, con el nombre del producto “Mermelada Artesanal NATTA” y el slogan *“El Sabor de Una Pasión”*.

Presentación Final del Producto.

Envase y etiqueta de la Mermelada Artesanal “NATTA”

Figura 11

Presentación Producto Final



2.1.2 Resultados.

Análisis de Resultados Obtenidos Para Determinar la Demanda

Tabla 4

Ficha Técnica de la Demanda

Ficha Técnica	
Tipo de Investigación	<p>Cuantitativa: Para recopilar la información, se hizo a través de una encuesta con 16 preguntas. Donde se utilizó la herramienta digital de Google Forms y el análisis se realizó mediante tablas de Excel.</p> <p>Descriptiva: A través de la encuesta aplicada, se observó y analizo el entorno de percepción del consumidor frente a este nuevo producto.</p>
Método de Investigación	<p>Análisis, síntesis y concluyente: Mediante el estudio se reunieron datos necesarios para analizar y concluir las relaciones que enmarcan la determinación de las variables de la demanda.</p>
Fuentes de Información	<p>Primarias: Población del Área Metropolitana de Bucaramanga.</p> <p>Secundarias: Documentos que se utilizaron como base para el estudio.</p>
Técnicas de Investigación	<p>Encuesta.</p>
Instrumento Para la Recolección de Información	<p>Encuesta: Formulario estructurado.</p>
Modo de Aplicación	<p>Encuesta: Digital.</p>
Definición de Población	<p>Hombres y mujeres entre los 18 a 64 años, de los estratos 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Área Metropolitana de Bucaramanga.</p>
Proceso de Muestreo	<p>Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Este muestreo se caracteriza por no realizar un procedimiento aleatorio en la selección de los participantes. Encontrándose condicionado por aquellos que voluntariamente deseen desarrollar la encuesta.</p> <p>En este proyecto de investigación se recibieron 410 respuestas por medio de la plataforma Google Forms, de estas se excluyeron 13, de acuerdo con 2 criterios de exclusión establecidos por las investigadoras.</p>

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Ficha Técnica	
	Finalmente, fueron aceptadas 397 encuestas para el estudio.
Alcance	Área Metropolitana de Bucaramanga.
Tiempo de Aplicación	La aplicación de la encuesta tuvo una duración de 45 días contados a partir del 10 de marzo del 2022 al 23 de abril de 2022.

Muestra.

Se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Este muestreo se caracteriza por no realizar un procedimiento aleatorio en la selección de los participantes. Encontrándose condicionado por aquellos que voluntariamente deseen desarrollar la encuesta.

En este estudio de mercado se recibieron 410 respuestas de la encuesta por medio de la plataforma Google Forms, de estas se excluyeron 13 encuestas realizadas, de acuerdo con 2 criterios de exclusión establecidos por las investigadoras. (Ver Tabla No. 5)

Tabla 5

Criterios de Exclusión

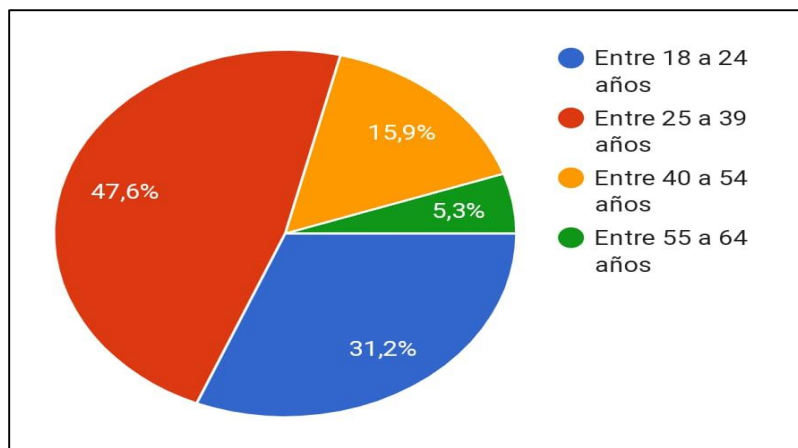
Criterios de Exclusión	
Razones de Exclusión	Número de Respuestas Excluidas
1. Correos sospechosos	2
2. Respuestas repetidas	11
Total, respuestas excluidas:	13

De las 397 encuestas aceptadas en este estudio de mercado se encontraron los siguientes resultados:

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Resultados y Análisis Sociodemográficos.

- Edad.

Figura 12*Rangos de Edad de las Personas Encuestadas*

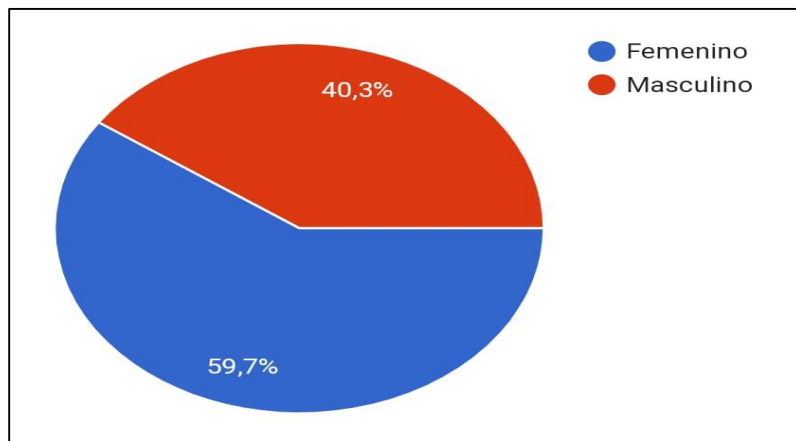
En los resultados de la encuesta se identificó que el rango de edad poblacional más alto fue el contemplado entre los 25 a los 39 años con un porcentaje de 47.6%, seguido del rango comprendido entre los 18 a los 24 años con un 31.2%, estos dos porcentajes nos indicarían que los jóvenes y los adultos jóvenes alcanzan un 78.8%. Los demás participantes se ubicaron en una edad superior a los 40 años representando un 15.9% y finalmente el 5.3% de los encuestados se ubicaron entre los 55 a 64 años.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

- Género.

Figura 13

Género

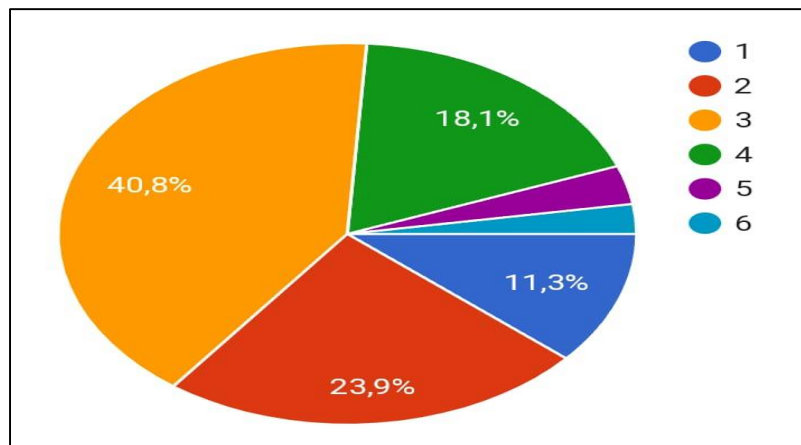


El género femenino obtuvo la participación más alta en el desarrollo de la encuesta con un porcentaje de 59,7%, el género masculino representa un porcentaje de 40,3%.

- Estrato Socioeconómico.

Figura 14

Estrato Socioeconómico



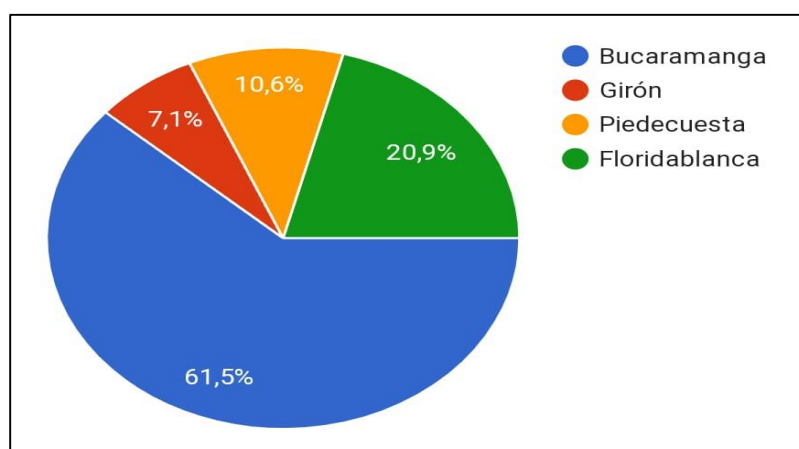
PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

En la variable de estrato socioeconómico que califica las condiciones sociales y el hábitat de los sujetos que respondieron la encuesta, se encontró que el estrato 3 alcanzó el porcentaje más alto con un 40,8%, seguido por el estrato 2 con el 23,9%, estrato 4 con 18.1%, estrato 1 con 11,3%, estrato 5 con 3,3% y el estrato 6 con una participación del 2,6%. Esto nos lleva a comprender que el 94.1% de los participantes son personas pertenecientes a las clases sociales, medio – bajo, bajo, medio y alto.

- Lugar de Residencia.

Figura 15

Lugar de Residencia



Respecto al lugar de residencia de las personas que respondieron la encuesta se encontró que el 61,5% vive en la ciudad de Bucaramanga, seguido del municipio de Floridablanca con una representación del 20,9%, Piedecuesta con un 10,6% y la menor cantidad de población se encuentra en Girón donde viven el 7,1% de las personas encuestadas.

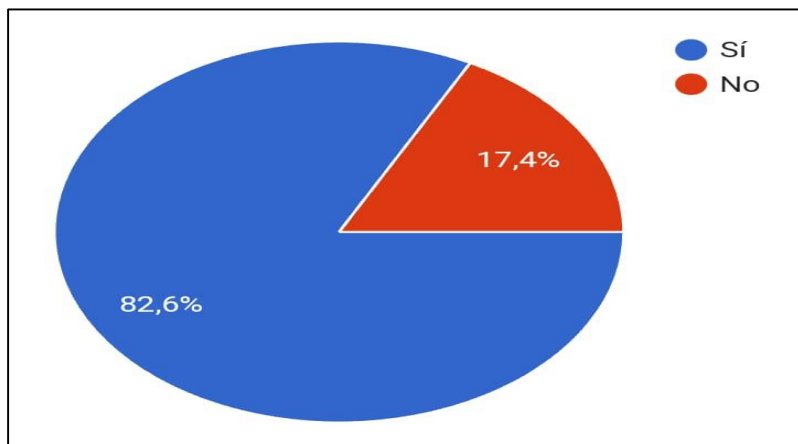
PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Resultados y Análisis de la Encuesta

1. ¿Consume usted mermelada?

Figura 16

Consumo de Mermelada

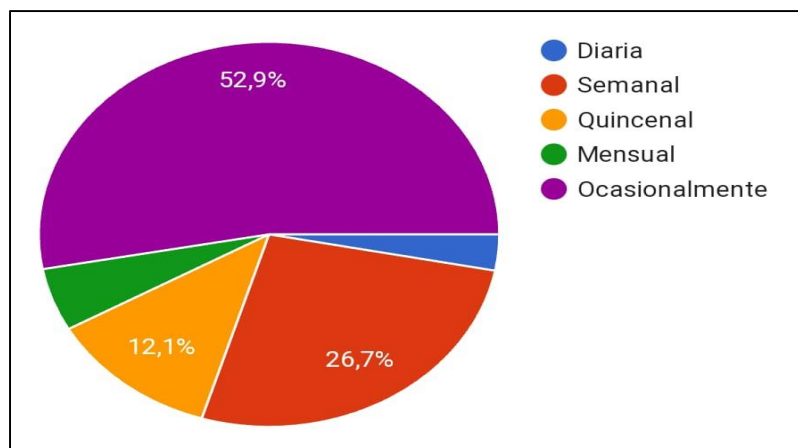


Las personas frente a la pregunta sobre el consumo de mermelada respondieron que “sí” en un 82,6% y manifestaron “no consumir” este producto en un 17,4%.

2. ¿Con qué frecuencia consume mermelada? (Selecciona una sola opción)

Figura 17

Frecuencia de Consumo de Mermelada



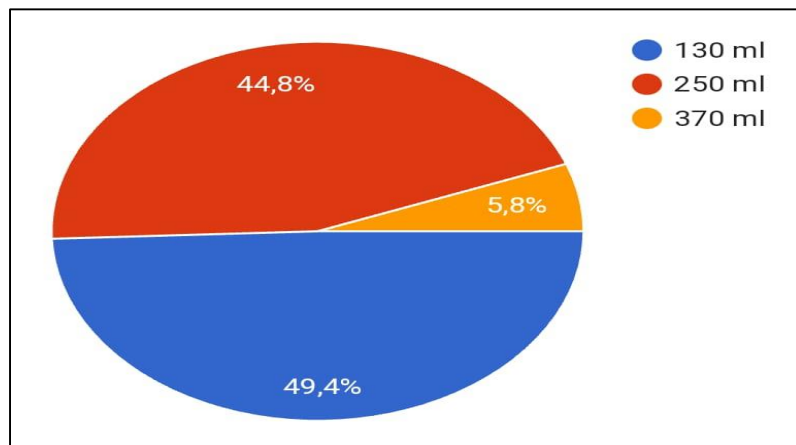
PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

La frecuencia en el consumo de mermelada de los encuestados obtuvo un mayor porcentaje en la opción de respuesta “ocasionalmente” con un 52,9%, seguido de la opción de respuesta “semanal” con un porcentaje de 26,7%, la tercera frecuencia de mayor consumo la alcanzo la opción “quincenal” con un porcentaje del 12,1%, mensual con 5,3% y la frecuencia de consumo más baja fue la “diaria” con un 3%. Estos resultados sobre la frecuencia de consumo indican que más del 50% de las personas encuestadas, no ven la mermelada como un producto de primera necesidad en la canasta familiar.

3. ¿Qué tamaño de presentación de mermelada prefiere comprar? (Selecciona una sola opción)

Figura 18

Preferencia del Tamaño de Compra de Mermelada



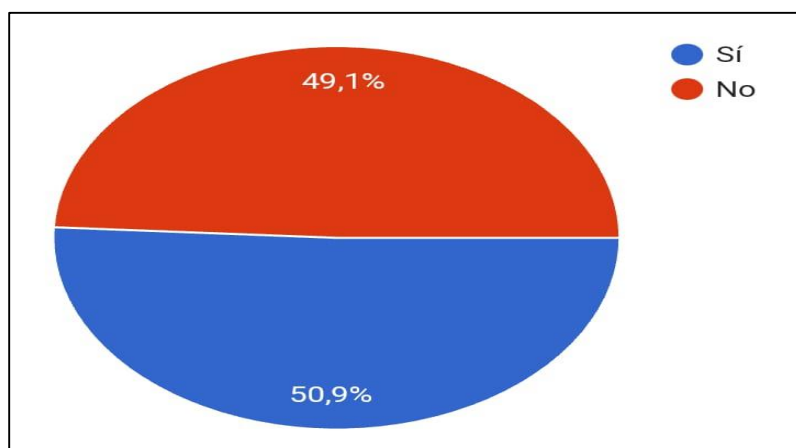
PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

El tamaño de presentación de mermelada de mayor aceptación fue el de 130 g. con un porcentaje de 49,4%, seguido de la presentación de 250 g. con un porcentaje de 44,8% y el 5,8% de las personas encuestadas prefieren la presentación de 370 g. Frente a esta pregunta se puede aseverar que los encuestados prefieren la presentación del producto más pequeña.

4. ¿Conoce los principales beneficios y propiedades de las semillas de chía?

Figura 19

Conocimiento de las Personas Encuestadas Sobre los Principales Beneficios y Propiedades de las Semillas de Chía



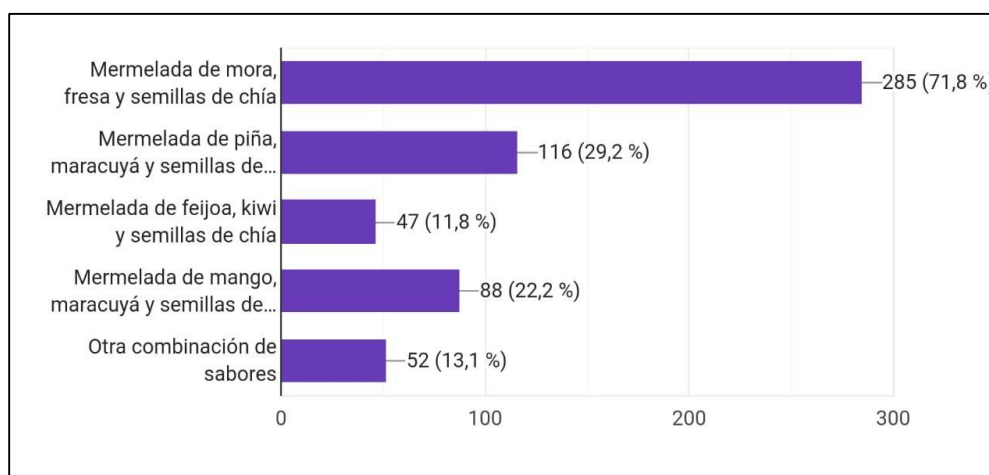
Cuando se pregunta sobre los beneficios y propiedades de las semillas de chía, el porcentaje de “sí conocerlas” fue de 50,9% y de “no conocer los beneficios y propiedades” fue de 49,1%. La pregunta nos permite ver que cerca del 50% de los encuestados desconocen los beneficios de la chía, siendo pertinente realizar campañas en la presentación del producto sobre el aporte que genera la chía en el organismo como su alto contenido de fibra y las mejoras en el tracto digestivo.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

5. ¿Qué sabor de mermelada prefiere consumir? (Selecciona varias opciones)

Figura 20

Preferencias de las Personas Encuestadas en Cuanto al Sabor de Mermelada



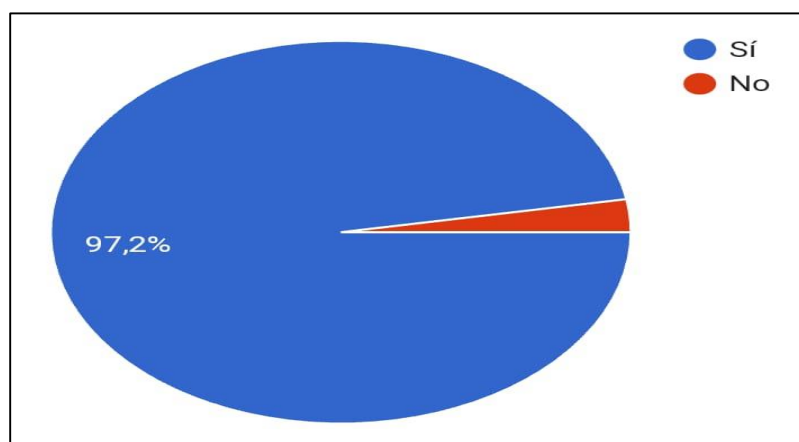
Respecto a la pregunta sobre que sabor de mermelada prefiere consumir, el 71,8% de los encuestados manifestaron agrado por la mermelada de mora, fresa y semillas de chía, el 29,2% se inclinaron por la mermelada de piña, maracuyá y semillas de chía, el 11,8% de los participantes dijeron que preferían la mermelada de feijoa, kiwi y semillas de chía, de igual forma el 22,2% de personas se inclinaron por la mermelada de mango, maracuyá y semillas de chía y finalmente el 13,1% de participantes dijeron que les gustarían otras combinaciones de sabores. Las respuestas frente a esta pregunta determinan que la mermelada de mora, fresa y semillas de chía es la de mayor aceptación entre los consumidores potenciales.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

6. ¿Considera usted que los productos artesanales son mejores que los elaborados a escala industrial en cuanto al aporte nutricional que le dan a su cuerpo?

Figura 21

Nivel de Importancia Sobre el Consumo Consciente de los Productos Elaborados Artesanalmente Ante los Productos Elaborados a Escala Industrial



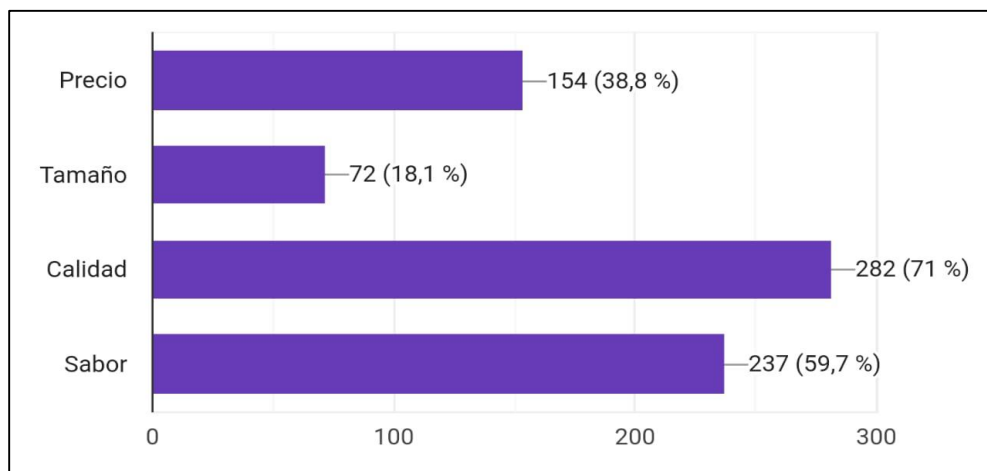
Frente a la pregunta que indagaba si los encuestados consideraban que los productos artesanales eran mejores que los elaborados a escala industrial, las personas respondieron que es mejor un producto artesanal con un porcentaje obtenido del 97,2% y el 2,8% de los mismos manifestaron no considerar, mejores los productos artesanales que los de escala industrial. Las respuestas a esta pregunta permiten observar una preferencia por los productos elaborados artesanalmente, los cuales no poseen conservantes, saborizantes, ni colorantes artificiales.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

7.¿Qué criterio tiene usted a la hora de comprar una mermelada? (Selecciona varias opciones)

Figura 22

Criterios que Tienen las Personas Encuestadas a la Hora de Comprar una Mermelada



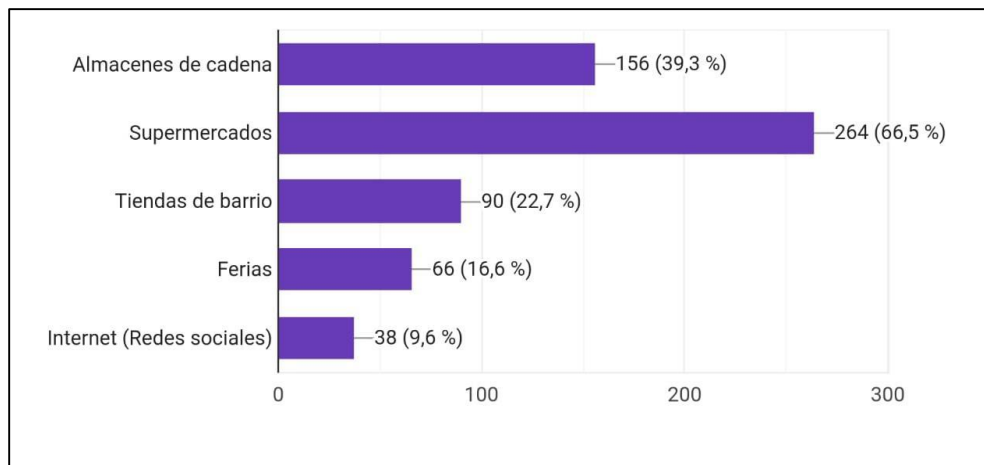
En la pregunta en donde se indaga el criterio que se tiene al momento de comprar mermelada, las personas contestaron sobre la “calidad” en un 71%, seguido por la opción de respuesta “sabor” alcanzando un 59,7%, la respuesta “precio” con un 38,8% y por último seleccionaron “tamaño” con un 18,1%. Esto permite determinar que los encuestados prefieren un producto con calidad y sabor por encima del precio y el tamaño de este. Lo que conlleva a plantear procesos de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que garanticen la calidad permanente para el consumidor final.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

8. ¿Dónde acostumbra a comprar la mermelada? (Selecciona varias opciones)

Figura 23

Indicadores Donde Principalmente Realizan la Compra de Mermelada las Personas Encuestadas



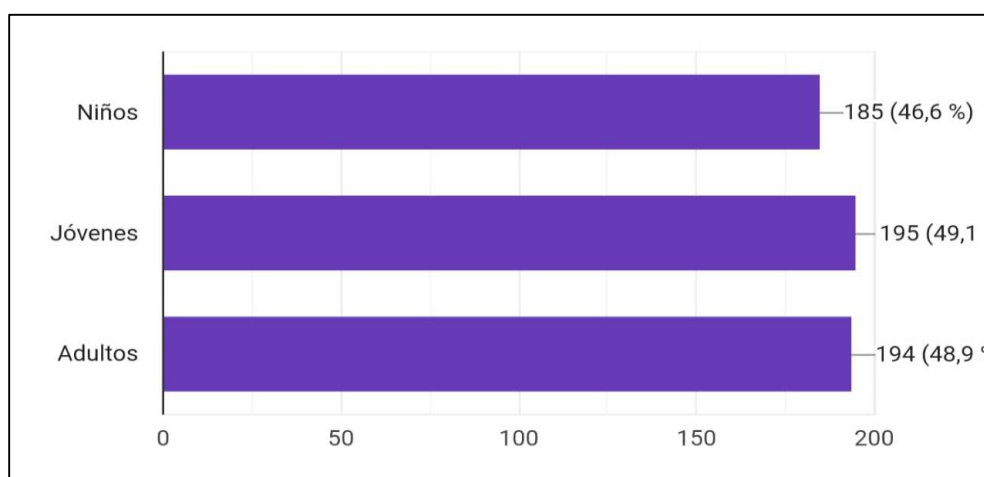
Frente a la pregunta sobre “donde se acostumbra a comprar mermelada”, siendo los supermercados la respuesta más alta con un porcentaje del 66,5%, seguido de almacenes de cadena con un porcentaje de 39,3%, las tiendas de barrio con un 22,7%, las ferias con un 16,6% de los encuestados y finalmente la opción de respuesta internet (redes sociales) con el 9,6%. Esta respuesta manifiesta que las personas compran mermelada mayoritariamente en los supermercados, seguidos de los almacenes de cadena. Por lo cual, son lugares donde se debe focalizar la comercialización del producto final, de acuerdo con la tendencia de la muestra.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

9. ¿Quiénes son los principales consumidores de mermelada en su casa? (Selecciona varias opciones).

Figura 24

Principales Consumidores de Mermelada en los Hogares de las Personas Encuestadas



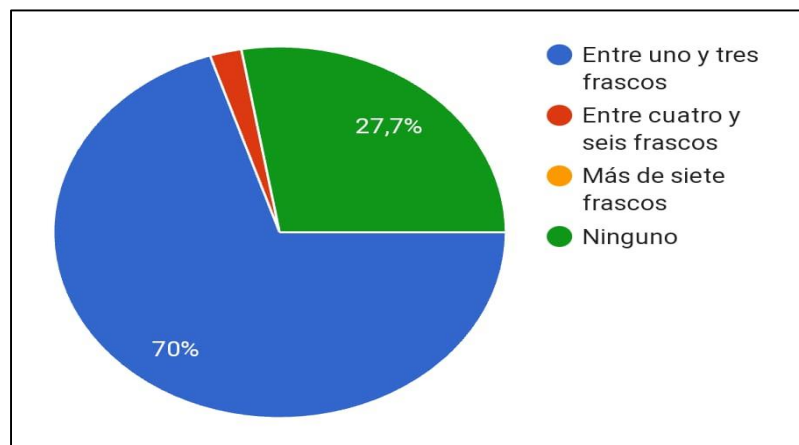
En los resultados frente la pregunta “quienes son los principales consumidores de mermelada en su casa” se obtuvo lo siguiente, siendo los jóvenes el mayor grupo poblacional identificado con un porcentaje del 49,1%, seguidos de los adultos con un porcentaje de 48,9% y los niños con un porcentaje 46,6%. Esto permite observar que el grupo poblacional de más alto consumo de mermelada serían los jóvenes, seguidos de los adultos y los niños. Siendo pertinente que las estrategias de publicidad se direccionen en contenidos acorde a las poblaciones con tendencia a mayor consumo.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

10. ¿Cuántos frascos de 250 g. de mermelada compra al mes? (Selecciona una sola opción)

Figura 25

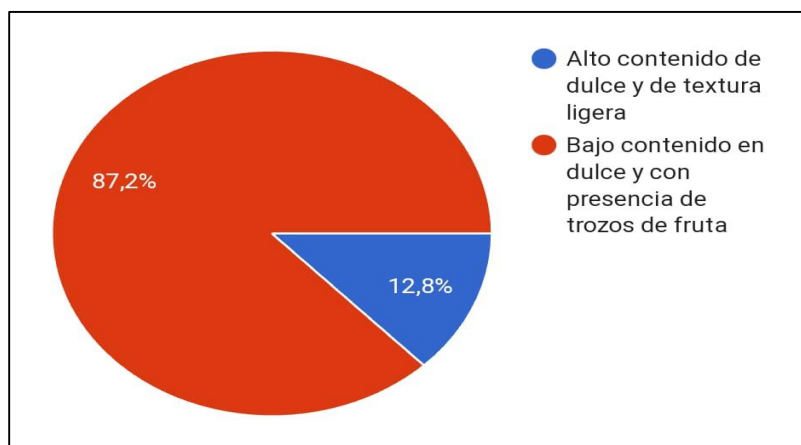
Cantidad de Frascos de Mermelada Comprados al mes



Sobre la pregunta que indagaba cuántos frascos de 250 g. de mermelada estaría dispuesto a comprar al mes, un porcentaje del 70% de los encuestados manifestaron que comprarían entre uno y tres frascos de mermelada, la respuesta “ninguno” arrojó un porcentaje del 27,7% y el 2,3% de los encuestados dijeron que comprarían entre cuatro y seis frascos de mermelada.

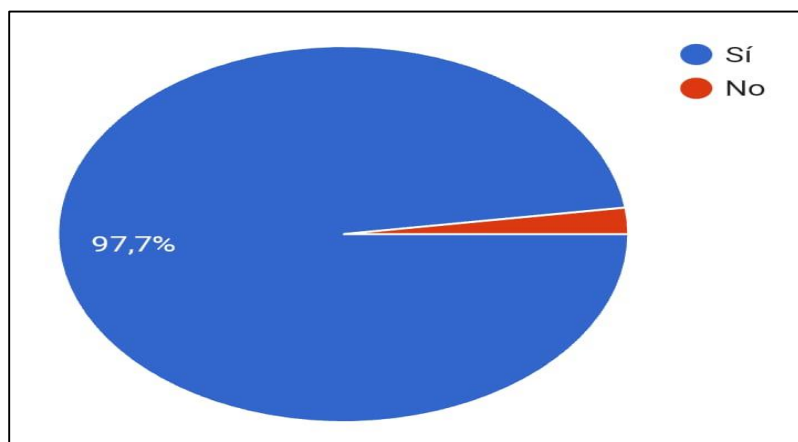
11. ¿ Cómo prefiere la dulzura y la textura de la mermelada? (Selecciona una sola opción)

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 26*Preferencia de Dulzura y Textura de la Mermelada*

Frente a la pregunta sobre como prefieren la dulzura y la textura de la mermelada, las personas eligieron con un porcentaje de 87,2% un bajo contenido en dulce y con presencia de trozos de fruta y un porcentaje de 12,8% de los encuestados prefieren un alto contenido de dulce y de textura ligera. Esto indica que las personas prefieren un producto más bajo en azúcar y con presencia de fruta por encima de un producto alto en azúcar y de textura ligera.

12. ¿Estarías dispuesto a comprar mermelada artesanal?

Figura 27*Disposición de Compra de Mermelada Artesanal por Parte de las Personas Encuestadas*

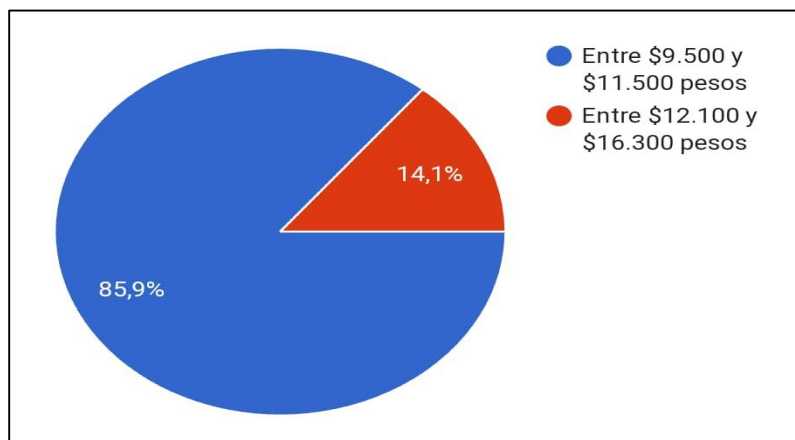
PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Cuando se pregunta si estarían dispuestos a comprar una mermelada artesanal, un porcentaje del 97,7% están de acuerdo en comprar una mermelada artesanal y un porcentaje del 2,3% no estarían dispuestos a comprar una mermelada artesanal. Esto quiere decir que, a las personas encuestadas, les gustaría comprar una mermelada artesanal que cumpla con los estándares de calidad, características propias de la propuesta de negocio que estamos evaluando.

13. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una mermelada artesanal en presentación de 250 g.? (Selecciona una sola opción).

Figura 28

Disposición a Pagar por una Mermelada Artesanal en Presentación de 250 g.



En la pregunta cuanto estaría dispuesto a pagar por una mermelada artesanal en presentación de 250 g., un porcentaje del 85,9% de los encuestados manifestaron que entre \$9.500 y \$11.500 sería el valor dispuesto a pagar y un porcentaje del 14,1% coincidieron en que el valor entre \$12.100 y \$16.300 sería el costo para cancelar. Estos datos indican que las

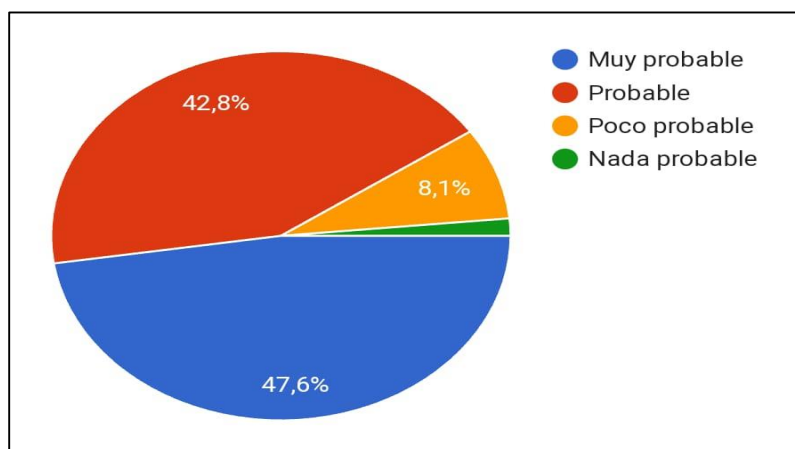
PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

personas estarían dispuestas a pagar un máximo de \$11.500 por una mermelada artesanal de 250 g.

14. ¿Cuál es la probabilidad que compre Mermelada Artesanal NATTA? Mermelada artesanal de mora, fresa y semillas de chía. Producto natural que contiene la mejor selección de fruta. Libre de conservantes, saborizantes y colorantes artificiales. (Seleccione una sola opción)

Figura 29

Indicadores de Probabilidad de Compra de Mermelada Artesanal NATTA



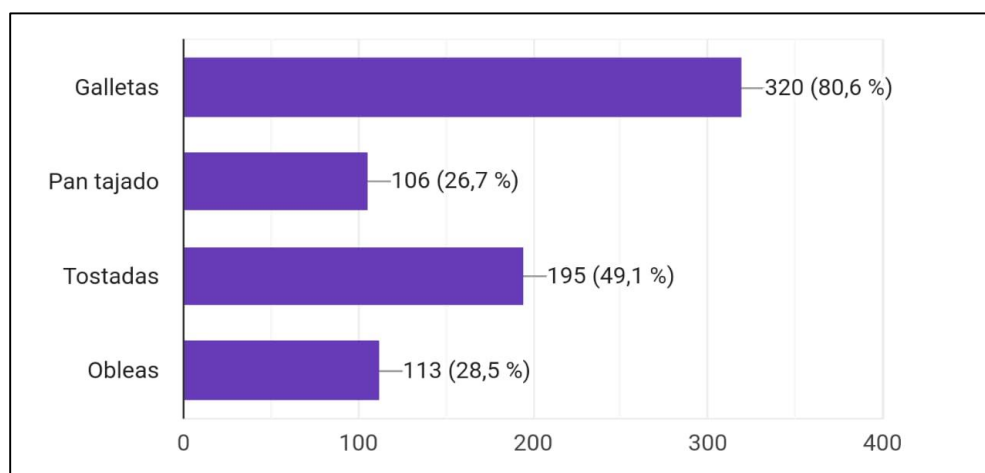
Las probabilidades de comprar Mermelada Artesanal NATTA, arrojan un porcentaje de 47,6% de “muy probable”, seguido de un 42,8% de “probable”, luego un porcentaje 8,1% para “poco probable” y “nada probable” alcanza un 1,5% de respuesta de los encuestados. Esto quiere decir, que se cuenta con un alto porcentaje del 90,4% de aceptación de la propuesta empresarial, clientes potenciales que estarían dispuestos a comprar Mermelada Artesanal NATTA.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

15. ¿Con qué productos prefiere acompañar la mermelada? (Selecciona varias opciones).

Figura 30

Productos de Preferencia con los Cuales Acompañan la Mermelada las Personas Encuestadas



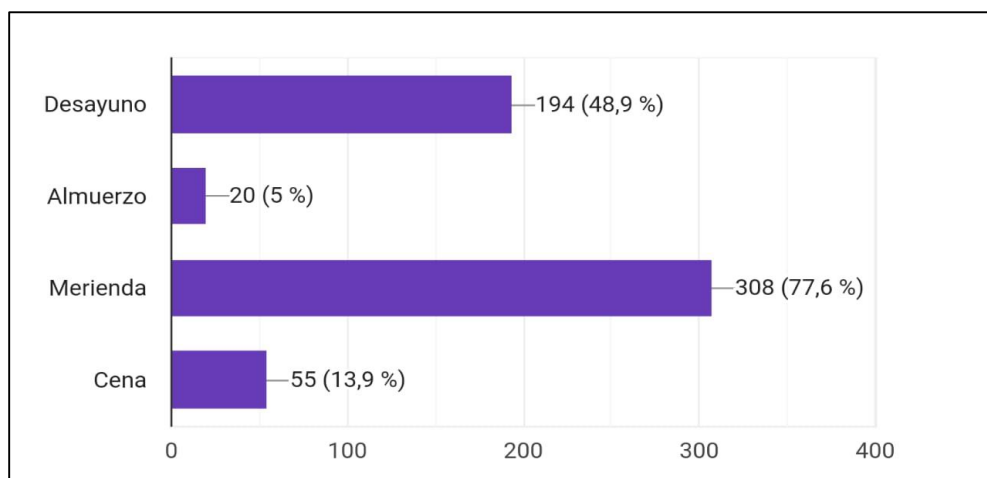
El producto de preferencia para acompañar la mermelada fue las galletas con un porcentaje de 80,6%, seguido de las tostadas con un porcentaje de 49,1%, el acompañamiento con obleas obtuvo un porcentaje del 28,5% y el pan tajado un porcentaje de 26,7%. Cuando se analiza el acompañamiento para el consumo de mermelada las personas prefieren hacerlo con las galletas. Permitiendo tener un elemento claro para la presentación del producto en escenarios como degustaciones en supermercados o ferias y a su vez es un indicador para posibles convenios interempresariales con productores locales de galletas.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

16. ¿En qué comida prefiere consumir mermelada? (Selecciona varias opciones)

Figura 31

Preferencia de Consumo de Mermelada de las Personas Encuestadas



Cuando se pregunta en que comida prefieren consumir mermelada, un porcentaje del 77,6% de los encuestados dicen que en la “merienda”, seguido del “desayuno” con un 48,9%, la respuesta “cena” con el 13,9% y la opción de respuesta “almuerzo” obtiene un 5%. Esto se puede interpretar en que la gente consume mermelada como un snack y no lo hace parte de una prioridad en las comidas principales, si no como algo ligero que se come a cualquier hora del día.

Estimación de la Demanda Actual.

La demanda actual se determinó para este estudio de factibilidad basada en los datos de la encuesta aplicada, encontrando mayor frecuencia de respuesta en los estratos 2 y 3, las edades entre los 18 a 24 años con un 31,2% y entre los 25 y 39 años en un 47,6%, consolidan el 78.8% de las personas participantes en el estudio, quienes pertenecen al Área Metropolitana de Bucaramanga.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

A partir de este perfil se realizó un análisis en la red social de Facebook donde se determinó un mercado potencial de 260.000 de las personas residentes en el Área Metropolitana de Bucaramanga, quienes consumen en promedio 3 unidades de mermelada al mes (aprox. 50% de las personas encuestadas).

Para este estudio solo se toma el 1% del mercado potencial para realizar la proyección de venta, es decir 2.600 personas, a partir del análisis se estableció que se consume en promedio mermelada 3 veces por mes, arrojando una proyección de venta mensual de 7.800 unidades.

$$2.600 * 3 = 7.800 \text{ proyección de unidades para ventas mensuales.}$$

Estimación de Mercado Objetivo.

Al implementar las encuestas se determinó que la población con mayor participación en el estudio de mercado sobre el consumo de mermelada artesanal oscila en un 78,8 % de personas entre los 18 y 39 años. Es posible agrupar parte de este sector de la población encuestada con la denominada población “Millennial” ya que son individuos nacidos a partir de los años 80’s. (BBVA, 2019) estos individuos se caracterizan por el uso frecuente de tecnologías y redes sociales, consumen contenido digital durante por lo menos tres horas al día, utilizan el video en línea o transmisión en directo como principal fuente de entretenimiento. (BBVA, 2019). La población Millennial puede identificarse fácilmente con nuevas causas sociales como adoptar valores tradicionales, artesanal, de estilo retro o vintage. Son una generación que reta frecuentemente las industrias, los monopolios y la banca pero que se abandera en un consumo consciente de productos o experiencias significativas. Estos usuarios optan por la recomendación del voz a voz o por influenciadores para tomar decisiones de consumo. (BBVA, 2019).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

En Colombia la población Millennial manifiesta en un 58% preocupación por el medio ambiente y reconoce la importancia de los esfuerzos para protegerlo, se preocupan por el cambio climático, evalúan de manera crítica el impacto de sus actividades laborales en el medio ambiente y se enfocan en hacer el bien común. El Millennial colombiano confía en personas u organizaciones que muestran acciones de protección medio ambiental; apoyan abiertamente el activismo y su hiper conectividad los mantienen ampliamente informados de las problemáticas que los ocupan. Respecto al consumo es posible observar que esta población prefiere apoyar comercios locales con valores ambientales concretos y con enfoques ambientales que busquen la promoción de estilos de vida responsables; también pueden ser consumidores listos a rechazar prácticas que consideren lejanas a los valores de consumo prometidos. (Deloitte, 2020).

El área metropolitana de Bucaramanga que incluye a los municipios de Floridablanca, girón y Piedecuesta cuenta con una población aproximada de 1'200.000 personas. (Investinsantander, 2020).

Considerando lo anterior es posible proyectar en el primer año un alcance del 6% de ventas abordando solo la población ubicada en Bucaramanga y su área metropolitana. Este enfoque de venta se centra en por lo menos tres unidades mensuales según la encuesta aplicada, para lograr un total de ventas durante el primer mes de 7.800 unidades. Esta cifra permite alcanzar el punto de equilibrio generando un ingreso neto estimado de 5.228 además de obtener una base fidelizada de consumidores que incrementarán el alcance de la marca y el consumo frecuente del producto.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Análisis de la Competencia.

En el mercado nacional existen variedades de mermeladas respecto al sabor, proceso, presentación, precio y calidad, las cuales se asemejan o difieren en ciertas características a la propuesta en este estudio, por consiguiente, en la Tabla No. 6 “Cuadro comparativo de otras marcas” se recogen las principales marcas que se encuentran actualmente ofreciendo el producto en el país.

Tabla 6

Cuadro Comparativo de Otras Marcas

Marca	Sabor	Presentación	Precio de Venta
Diety	Pasta para untar baja en calorías de mora, sin azúcar añadido, 68% menos calorías.	Envase de vidrio en presentación de 230g.	\$ 9.150
Duperly's	Mermelada de mora de castilla, calidad extra.	Envase de vidrio en presentación de 250g.	\$ 17.250
Konfyt	Mermelada de mora, sin azúcar adicionada, baja en calorías.	Envase de vidrio en presentación de 250g.	\$ 12.900
San Jorge	Mermelada de frutos del bosque, con trozos de fruta natural.	Envase de vidrio en presentación 290g.	\$ 10.750
Taeq	Mermelada frutos rojos, bajo en calorías, sin azúcar añadido.	Envase de vidrio en presentación 220g.	\$ 16.700
De Muerte Lenta	Mermelada de frutos rojos (fresas, moras y agraz). Producto natural, sin conservantes, saborizantes, ni colorantes artificiales.	Envase de vidrio en presentación 250g.	\$ 16.300
Productos del Bosque Seco (PBS)	Dulce esparcible de miel y frutos rojos en trocitos (moras, fresas, arándanos y cerezas), sin azúcar adicionada, ni	Envase de vidrio en presentación 280g.	\$ 18.000

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Marca	Sabor	Presentación	Precio de Venta
	conservantes, endulzado exclusivamente con miel de abejas pura, natural, artesanal y gourmet.		

Al analizar la competencia de las marcas de mermeladas, el promedio de venta en el mercado nacional es de \$14.435 COP, Diety es una mermelada de mora de castilla sin azúcar y baja en calorías, la cual cuenta con el valor más bajo del mercado \$ 9.150 COP, Productos del Bosque Seco (PBS) es una mermelada dulce de miel y frutos rojos (moras, fresas, arándanos y cerezas), sin azúcar adicionada, ni conservantes, endulzada con miel de abejas, cuenta con el valor más alto del mercado colombiano \$18.000 COP.

Las frutas que se utilizan para la elaboración de estas mermeladas son los frutos rojos; fresa, mora, arándanos, cerezas y agraz, predominando el uso de la mora en la mayoría de marcas, se utilizan igualmente endulzantes como la miel de abejas, stevia o en algunos casos no contienen ningún endulzante.

Las presentaciones del empaque son en frascos de vidrio desde los 220g hasta los 290g, el empaque para mermelada que más se usa en el país es el de 250g.

Estrategias de Promoción y Publicidad.

El mercado objetivo del presente proyecto está segmentado específicamente en la población Millennial. Este conjunto de personas se caracteriza por participar activamente del mundo digital creando y consumiendo contenidos en tiempo real. (La Vanguardia, 2019).

Este usuario específico asume el consumo de una manera activa haciendo parte de la promoción de las bondades o siendo crítico del producto. Por este motivo las estrategias en

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

medios tradicionales tales como radio, prensa o televisión no resultan efectivas para este segmento que confía más en influenciadores que considera pares o que ganan la confianza de un sector de la población que los validan como expertos fiables (La Vanguardia, 2019). Se estima que un 95,9 por ciento de este grupo poblacional es usuario frecuente de las redes sociales con una predominancia por el uso de Facebook en aproximadamente un 90% seguido por YouTube en un aproximado del 79% y e Instagram con un 78%. (La Vanguardia, 2019).

El consumidor Millennial confía tan poco en los medios tradicionales que antes de cualquier compra verifica la presencia de las marcas en las redes sociales, luego hace un diagnóstico de respuestas favorables sobre el producto de interés y basa su decisión en la experiencia de otros usuarios (Tomas, 2019). Para orientar una campaña publicitaria es necesario entender que el Millennial no es materialista y prefiere invertir en experiencias que pueda comentar o compartir con los amigos con los que interactúa por medio de las redes en donde no dudan en definir sus gustos e intereses, otorgando información valiosa a las herramientas de publicidad de pago de estas empresas que permiten direccionar contenido de interés a usuarios específicos, aumentando la efectividad de la inversión publicitaria. (Tomas, 2019).

Una de las estrategias publicitarias diseñadas específicamente para la población Millennial se denomina “Inbound Marketing” consiste principalmente en que el usuario descubra la marca por medio de contenidos específicamente direccionados que agregan valor a la marca y al producto. Esta estrategia se realiza por medio de piezas comunicativas principalmente en formato de video que informan sobre las características del producto o del entorno inherente al producto generando interacciones orgánicas o naturales en las que el usuario navega y consume publicidad porque se interesa en el contenido (Cámara de España, 2018), esta estrategia se divide en cuatro etapas que se explicarán a continuación.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Etapa de Atracción.

Esta estrategia consiste en utilizar herramientas de marketing digital para direccionar el contenido a un sector específico utilizando los datos de las redes y las herramientas de segmentación que ellas ofrecen para este fin. (Cámara de España, 2018), esta etapa se discrimina en las siguientes acciones concretas:

- Crear cuentas en Facebook e Instagram de tal manera que estas se encuentren vinculadas y el contenido que se publique en una se replique automáticamente en la otra red para optimizar tiempo en el manejo de redes.
- Vincular las dos cuentas de redes sociales a una de WhatsApp para direccionar todas las conversiones de venta a una sola app de mensajería concentrando las comunicaciones en un solo medio, aumentando la posibilidad de seguimiento de interacciones y posterior conversión en venta.
- El siguiente paso es la creación de un perfil de anuncios publicitarios. Esta estrategia se desarrolla de manera integral en la plataforma “adsmanager” de Facebook Business para la generación de anuncios segmentados.
- Crear un perfil de anuncio publicitario, comienza con establecer el objetivo de la campaña. Para una marca nueva es necesario establecer como objetivo el reconocimiento de marca ya que los anuncios de pago se orientan a la mayor cantidad de personas con posibilidad de recordar el anuncio.


PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 32

Menú de Creación de Campaña Publicitaria - 1

Elige un objetivo de campaña
[Más información](#)

Reconocimiento	Consideración	Conversión
<input checked="" type="radio"/> Reconocimiento de marca ⓘ	<input type="radio"/> Tráfico	<input type="radio"/> Conversiones
<input type="radio"/> Alcance	<input type="radio"/> Interacción	<input type="radio"/> Ventas del catálogo
	<input type="radio"/> Descargas de aplicaciones	<input type="radio"/> Tráfico en el negocio
	<input type="radio"/> Reproducciones de vídeo	
	<input type="radio"/> Generación de clientes potenciales	
	<input type="radio"/> Mensajes	



Reconocimiento de marca

Muestra tus anuncios a las personas que tengan más probabilidades de recordarlos.

Nota: Creación de Campaña Publicitaria 1, Reproducida, Facebook, 2020,

(www.facebook.com/adsmanager)

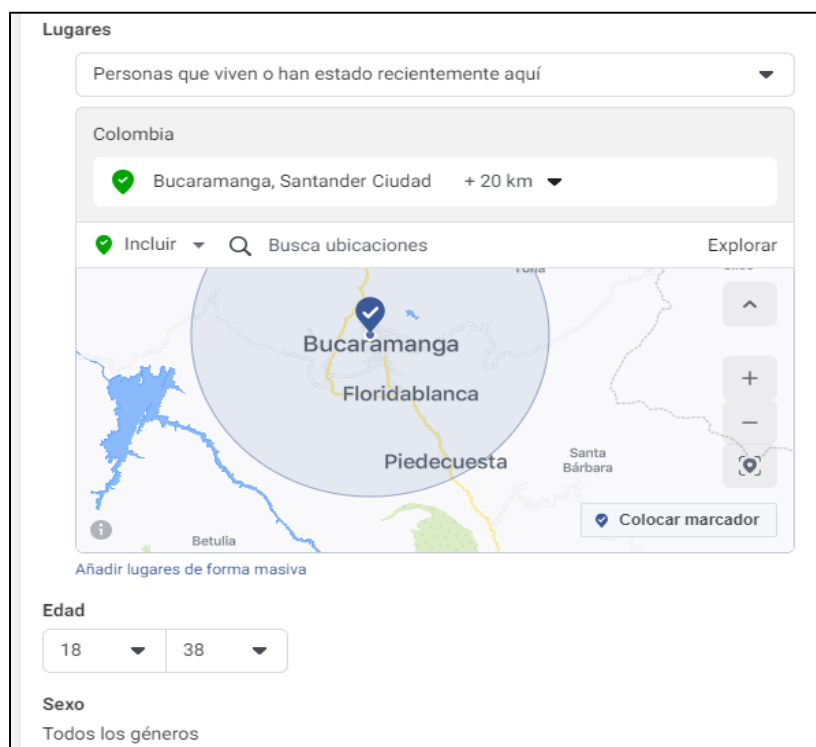
- El siguiente paso es la segmentación del público objetivo que en la plataforma de Facebook se denomina audiencia. La aplicación ofrece una herramienta de geo referenciación que parte de un punto central y establece un radio de acción. Para el proyecto este radio se estableció en 20 kilómetros para abarcar la ciudad de Bucaramanga, su área metropolitana y un pequeño sector de municipios aledaños. Así mismo se definió el alcance a personas que viven o están en la ciudad, que pertenecen

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

a cualquier género y que tienen un rango de edad acorde al definido para la población Millennial entre los 18 y 39 años.

Figura 33

Menú de Creación de Campaña Publicitaria - 2



Nota: Creación de Campaña Publicitaria 2, Reproducida, Facebook, 2020,

(www.facebook.com/adsmanager)

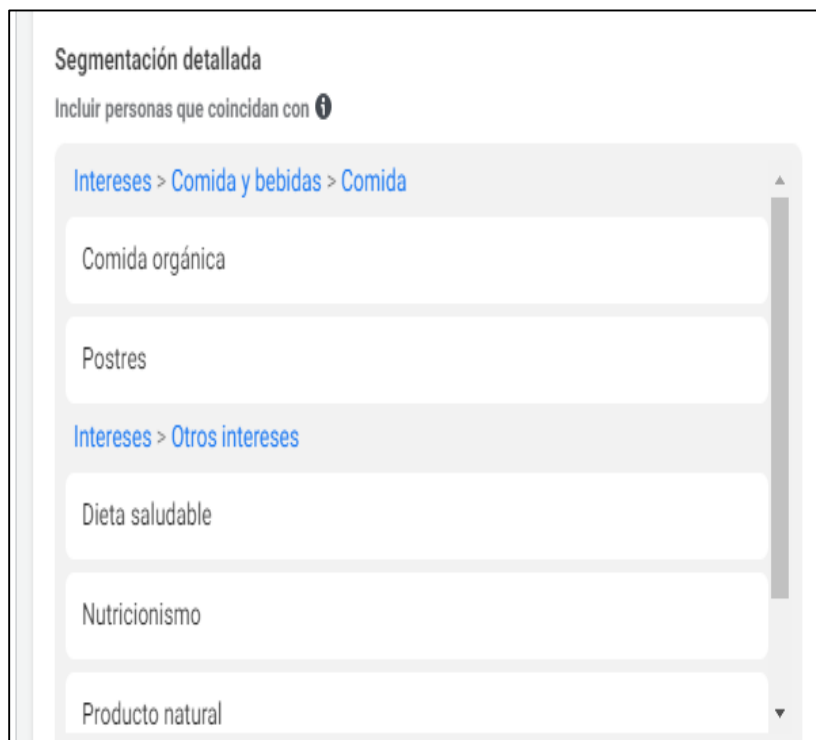
- Posterior a esto se establece unos intereses comunes del público objetivo que se toman de las ventajas competitivas del producto. Para esta sección se utilizaron variables como usuarios interesados en comida saludable, comida baja en azúcar, productos orgánicos, nutrición y postres. Estas variables están discriminadas en

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Facebook y no admite la creación de nuevas categorías. Se eligen las que se ajusten más a los intereses de la campaña.

Figura 34

Menú de Creación de Campaña Publicitaria - 3



Nota: Creación de Campaña Publicitaria 3, Reproducida, Facebook, 2020,

(www.facebook.com/adsmanager)

- Al implementar estas variables se estima una audiencia potencial entre los 499.800 y 588000 de personas ubicadas en Bucaramanga o su área metropolitana. Con una inversión publicitaria por día de \$20.000 pesos colombianos es posible alcanzar una población estimada de 2.600 a 7.600 habitantes entre anuncios.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 35

Menú de Creación de Campaña Publicitaria - 4

Presupuesto y calendario

Presupuesto

Presupuesto total ▼ 100 000 \$ COP ⚠

El presupuesto lifetime de 100 000 \$ de tu conjunto de anuncios parece superior al habitual. Si es correcto, puedes ignorar esta advertencia.

No gastarás más de 100 000 \$ durante el tiempo que conjunto de anuncios se mantenga en circulación. Gastarás más los días en que haya más oportunidades y menos los días en que no haya tantas. [Más información](#)

Programar

Fecha de inicio

30/6/2022 22:59
Hora de Bogotá

Finalización

5/7/2022 22:59
Hora de Bogotá

Definición de la audiencia

Tu audiencia está definida.

Especifica Amplia

Tamaño de la audiencia estimada: 499 800 - 588 000

Las estimaciones pueden variar considerablemente a lo largo del tiempo según tus selecciones de segmentación y los datos disponibles.

Resultados diarios estimados

Alcance

2,6K - 7,6K

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de la campaña anterior, el presupuesto introducido, los datos del mercado, los criterios de segmentación y las ubicaciones de los anuncios. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

Nota: Creación de Campaña Publicitaria 4, Reproducida, Facebook, 2020,
(www.facebook.com/adsmanager)

- Este perfil publicitario debe ser implementado en promocionar videos o contenidos que exalten los valores competitivos de la marca sin caer en estrategias tradicionales de venta. En este sentido publicar recetas que incluyan la mermelada, hacer notas sobre nutrición que hablen sobre las bondades de consumir productos con bajo contenido en azúcar o mostrar las bondades de la mora, la fresa y la chía al incluirlas en una dieta balanceada. Estos contenidos permitirán a los usuarios entender los valores de la marca desde piezas publicitarias utilitarias que permitirán afianzar esas

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

características que luego serán replicadas por medio de recomendaciones a nuevos usuarios.

Etapa de Conversión.

Esta etapa se caracteriza por recopilar información de la interacción de los usuarios con los diferentes contenidos dispuestos en las redes. La finalidad de esta etapa es crear una base de datos que permita direccionar información sobre promociones, ofertas, novedades del producto o nuevos contenidos (Cámara de España, 2018). La creación de una base de datos consiste en la administración de las diferentes interacciones, mensajes directos, comentarios, likes o diferentes tipos de reacción disponible a cada publicación con el fin de generar una retroalimentación constante que garantice la participación del cliente potencial con el escenario virtual que ofrece la marca.

Etapa de Cierre.

Con una base de datos interpretada como número de seguidores o personas que interactúan con los diferentes contenidos es posible generar una estrategia de publicaciones que haga llegar información con periodicidad planificada con el fin de generar compras y hábitos de compra. (Cámara de España, 2018) para el caso de la marca pueden programarse cuatro publicaciones mensuales divididas en dos grupos: la primera y la tercera semana de cada mes se publicarán contenidos sobre ofertas y descuentos intentando coincidir con el periodo de pago de las empresas. La semana 2 y 4 constará de publicaciones relacionadas con recetas o usos de la mermelada para generar expectativa de consumo y de esa manera lograr que durante la semana de pagos se hagan efectivas las compras del producto.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Etapa de Deleite.

Esta etapa consiste en premiar a los clientes o los usuarios de las redes sociales para que se sientan satisfechos con la marca y conviertan esa satisfacción en recomendaciones que se transformen en ventas efectivas (Cámara de España, 2018). Para esto es necesario desarrollar contenidos atractivos y verídicos consultando a expertos o acudiendo a fuentes confiables que validen directa o indirectamente las propiedades del producto. En este sentido una publicación puede consistir en compartir el informe sobre consumo de mermelada en Alemania y como este país opta por productos cada vez menos azucarados, con mayor cantidad de fruta y de orígenes regionales (Procolombia, 2015) como se evidencia el artículo en cuestión reafirma los valores de la marca sin que necesariamente signifique un estudio concreto sobre los valores nutricionales específicos de la misma y sin que tenga que mediar la estrategia tradicional de venta. Ante este escenario es muy probable que una mayor cantidad de usuarios interactúen y compartan el contenido acompañado de una recomendación del producto.

Canales de Distribución y Venta.

Las redes sociales serán el primer canal de promoción y venta, no obstante, es necesario generar alianzas estratégicas con pequeños comercios y grandes superficies para garantizar el acceso al producto de una manera rápida, económica y segura. En este sentido se evidencia la necesidad de realizar alianzas estratégicas con por lo menos un distribuidor en cada una de las comunas y municipalidades aledañas a la ciudad de Bucaramanga. La estrategia consistiría en ofrecer un stock pequeño de 24 unidades entregadas en consignación a los diferentes comercios aliados generando una red de vendedores dispersos por toda el área de influencia del proyecto. Estos vendedores aliados tendrían un margen de ganancia del 20% del valor total del producto. El soporte de venta por medio de los canales digitales orientará a los diferentes usuarios para que

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

asistan al punto de entrega más cercano o facilitaran la opción de entregas a domicilio mediante otras plataformas digitales. Esta estrategia reducirá el costo de entrega y permitirá al cliente potencial aprovechar la compra para acceder a otros productos del vendedor estratégico aumentando el margen de ganancia y la presencia en las redes de estos.

Estudio Técnico.

Materias Primas e Insumos.

- Mora.
- Fresa.
- Semillas de chía.
- Azúcar.
- Pectina.
- Ácido cítrico.
- Recipiente de vidrio con tapa para el producto ya terminado.

Maquinaria Requerida.

Tabla 7

Maquinaria Requerida Para el Proceso

Activo	Cantidad	Descripción
Marmita a Vapor	1	La marmita MV, está conformada por una estructura construida en su totalidad en acero inoxidable AISI 304, el cuerpo tiene forma toriesférica (cilindro rematado en esfera), en la parte inferior posee una chaqueta que le permite realizar una transferencia térmica de forma indirecta. La chaqueta tiene una entrada de vapor y una salida de condesado para retorno a la caldera. (CI Talsa, s.f.)

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Activo	Cantidad	Descripción
Tanque	1	<p>El equipo cuenta con un sistema de agitación conformado por un moto-reductor y una serie de aspas posicionada de forma escalonada para realizar un barrido completo al momento de realizar el proceso de agitación, en la parte superior el moto-reductor se conecta a un sistema que permite levantarlo en caso de que se desee evacuar el producto procesado, este sistema está conformado por un winche, un sistema de poleas y un cable acerado. (CI Talsa, s.f.)</p> <p>La marmita posee un sistema de volcamiento conformado por un reductor y un par de chumaceras, este sistema permite girar la marmita para realizar una descarga completa del producto. (CI Talsa, s.f.)</p>
Escaldador	1	<p>Elaborado en acero inoxidable 304, calibre 18.</p> <p>Medidas: Diámetro: 60 cms. x 60 cm (50 gal. Aprox.)</p> <p>Volcable en basculante, montado sobre estructura metálica.</p> <p>Con calefactor a gas. (COMEK, s.f.)</p>
Dosificadora G1WGD-500 (50 a 500 ml)	1	<p>Características técnicas:</p> <p>Capacidad y/o producción: 20 – 60 Botellas/minuto</p> <p>Voltaje: 110v monofásico</p> <p>Consumo en amperios: 0.4 – 0.6 amp</p> <p>HZ: 60</p> <p>Dimensiones:</p> <p>Alto: 650 mm</p> <p>Ancho: 180 mm</p> <p>Profundidad: 770 mm</p> <p>Peso: 80 kg (CI Talsa, s.f.)</p>
Carro Transportador	1	<p>Elaborado en acero inoxidable 304.</p> <p>3 entrepaños (COMEK, s.f.)</p>

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Activo	Cantidad	Descripción
Mesa de Selección	1	Elaborada en acero inoxidable 304. Soportada con estructura metálica sólida, revestida con pintura horneable. (COMEK, s.f.)
Mesa de Lavado	1	Principalmente se usa para el lavado de frutas y demás elementos del área de producción. (COMEK, s.f.)
Refractómetro	1	Fabricado en acero inox. Escala triple con lectura de (0-90°) (COMEK, s.f.)
Phmetro Tipo Lápiz Electrodo Reemplazable Función ATC	1	Rango pH: 0.00 - 14.00 Resolución: pH0.01 Precisión: pH +/-0.1 Función ATC (Viaindustrial.com, s.f.)
Termómetro Digital de Acero Inoxidable	1	Características técnicas: Rango de temperatura: -50+300°C / -58+572°F Resolución de la pantalla: 0.1° Precisión: ±1°C/±2°F (-10+100°C/-14+212°F) Resistencia al agua: IP65. Funciones: DATA HOLD - MÁX Calibración del punto: 0°C / 32°F Sonda de acero inoxidable: 125 mm - Ø3.5 mm Punta muy fina: Ø2.5 mm Inducción: compatible (CI Talsa, s.f.)
Báscula Mediana (150 kg – 300 kg)	1	Características técnicas: Modelo sólo peso. Excepcional bajo consumo (3 watt en stand-by) Teclado membrana impermeable de alta resistencia. Tara ingresable por peso y teclado. Cabezal basculante. Brazo soporte. Bandeja desmontable.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Activo	Cantidad	Descripción
Balanza	1	<p data-bbox="615 262 1240 289">Función acumulación – desacumulación de peso.</p> <p data-bbox="615 317 1308 344">Celda de carga con protección al impacto o sobrepeso.</p> <p data-bbox="615 371 1393 399">Salida serie (Norma RS 232) para conexión a PC o impresor.</p> <p data-bbox="615 426 1252 453">Plataforma de acero inoxidable de 570 x 450 mm.</p> <p data-bbox="615 480 1232 508">Fuente de alimentación externa 110 – 220 VCA.</p> <p data-bbox="615 535 1414 562">Opcional: alimentación de batería externa 12 v. (CI Talsa, s.f.)</p> <p data-bbox="615 590 922 617">Características técnicas:</p> <p data-bbox="615 644 1321 730">Datos guardados en memoria, protegidos ante cortes de energía para equipos con capacidad de 5 kg y 31 kg.</p> <p data-bbox="615 758 1349 844">200 códigos con descripción y fecha de vencimiento para equipos con capacidad de 5 kg y 31 kg.</p> <p data-bbox="615 871 1200 898">Fecha de envasado y vencimiento en etiqueta.</p> <p data-bbox="615 926 1344 1012">Acceso a modo de configuración con clave personal para equipos con capacidad de 5 kg y 31 kg.</p> <p data-bbox="615 1039 1401 1125">Acceso rápido a batería para equipos con capacidad de 5 kg y 31 kg.</p> <p data-bbox="615 1152 1414 1236">Fuente de alimentación externa con certificación de Seguridad Eléctrica.</p> <p data-bbox="615 1264 789 1291">Voltaje: 12 V</p> <p data-bbox="615 1318 781 1346">Peso: 4.7 Kg</p> <p data-bbox="615 1373 792 1400">Dimensiones:</p> <p data-bbox="615 1428 797 1455">Alto: 130 mm</p> <p data-bbox="615 1482 824 1509">Ancho: 387 mm</p> <p data-bbox="615 1537 1089 1564">Profundidad: 380 mm (CI Talsa, s.f.)</p>
Fechadora Manual con Cinta	1	<p data-bbox="615 1583 922 1610">Características técnicas:</p> <p data-bbox="615 1638 1328 1665">Capacidad de producción: hasta 3 líneas y 45 caracteres</p> <p data-bbox="615 1692 1328 1719">Especificaciones de instalación: requiere toma corriente</p> <p data-bbox="615 1747 776 1774">Voltaje: 110</p> <p data-bbox="615 1801 704 1829">Hz: 60</p> <p data-bbox="615 1856 740 1883">Watts: 40</p>

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Activo	Cantidad	Descripción
		Dimensiones: Alto: 155 mm Ancho: 200 mm Profundidad: 225 mm Peso: 2.5 kg (CI Talsa, s.f.)

Tabla 8*Maquinaria Para la Zona de Descargue de la Materia Prima*

Activo	Cantidad	Descripción
Carretilla de Carga	1	Se utiliza para el traslado de la materia prima al área de recepción y producción.
Escalera	1	Se usa para el descargue de la materia prima del carro.

Tabla 9*Maquinaria Para la Zona de Lavado de la Materia Prima*

Activo	Cantidad	Descripción
Mesa de Selección	1	Elaborada en acero inoxidable 304. Soportada con estructura metálica sólida, revestida con pintura horneable. (COMEK, s.f.)
Mesa de Lavado	1	Principalmente se usa para el lavado de frutas y demás elementos del área de producción. (COMEK, s.f.)
Nevera Industrial	1	Se emplea para mantener fresca la fruta antes de ser procesada.
Estantería	1	Se utiliza para almacenar los insumos de la producción de mermelada.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Tabla 10*Maquinaria Para la Zona de Pelado y Trozado*

Activo	Cantidad	Descripción
Mesa de Selección	1	Elaborada en acero inoxidable 304. Soportada con estructura metálica sólida, revestida con pintura horneable. (COMEK, s.f.)
Mesa de Lavado	1	Principalmente se usa para el lavado de frutas y demás elementos del área de producción. (COMEK, s.f.)

Proceso Para la Elaboración de la Mermelada.**Recepción de Materia Prima.**

Recepción de la materia prima (mora y fresa), estas deben tener un pH entre 3.3 - 3.75.

Selección de Materia Prima.

Se eliminan las frutas en mal estado y se dejan solamente las que tienen el índice de madurez apropiado.

Pesado.

Se pesa la fruta para poder determinar los rendimientos y se calcula la cantidad de los demás ingredientes.

Lavado y Desinfección.

Se lava la fruta con abundante agua potable durante 3 minutos, con el principal propósito de disminuir los microorganismos.

Desojado.

Se retiran las hojas manualmente con la ayuda de un cuchillo.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Escaldado.

Se realiza el escaldado de la fruta a una temperatura interna de 60 °C durante 3 minutos, con el fin de eliminar bacterias que esta pueda contener.

Picado.

Consiste en picar la fruta en pequeños cuadritos para resaltar la presencia en el producto terminado.

Recepción de Envases.

Se reciben los utensilios para envasar la mermelada, llegando en cajas de 24 unidades.

Esterilización.

Se esterilizan los frascos de vidrio junto con las tapas a una temperatura de 100 °C durante aproximadamente 30 minutos, luego se sacan del agua y se colocan boca abajo, encima de unas toallas de papel para que estos se sequen.

Recepción de Insumo.

Recepción de insumo (semillas de chía) estas deben estar secas, de color jaspeado con marrón o negro, libre de sabores y olores extraños.

Selección de Insumo.

Se eliminan partículas extrañas que no pertenezcan a las semillas de chía.

Tostado.

Se tuestan las semillas de chía durante un tiempo aproximado de 2 minutos, con el fin de eliminar impurezas que esta tenga.

Precocción.

Se procede a cocinar de manera previa la fruta durante 10 minutos.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Cocción.

Lista la fruta se procede a cocinar durante un tiempo aproximado de 35 minutos.

Adición de Ingredientes.

Cuando el volumen del producto se haya reducido a un tercio se le añadirá el ácido cítrico y la mitad de la azúcar blanca en forma directa. Se debe ir removiendo la mezcla para disolver los ingredientes. Pasado un tiempo, se le añadirán las semillas de chía junto con otra parte del azúcar blanca y finalmente se le agregará la pectina con la azúcar blanca faltante; esto se hace para evitar la formación de grumos. Después de esto, removeremos lo menos posible para que esta quede de una buena textura. La cocción termina, cuando se haya obtenido entre 65 y 68% de sólidos solubles totales.

Transvase.

Una vez terminada la cocción, se retira de la fuente de calor y con ayuda de una espumadera, se le quitara la espuma que se formó en la superficie de la mermelada. Seguidamente se trasvasa a otro recipiente para evitar la sobrecocción.

Envasado.

Se envasa la mermelada en caliente a una temperatura no menor a los 85 °C; ya que es el momento donde presenta una buena fluidez durante el proceso de llenado. Para esto, se emplea un embudo y este se llena, hasta el ras del envase de manera que no ensuciemos los bordes, luego se le coloca la tapa y se cierra muy bien el frasco de vidrio. Este proceso no puede durar, más de 2 minutos por llenado de frasco.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Sellado al Vacío.

Colocamos a calentar agua en una olla y dentro de esta ponemos una toalla blanca para luego introducir todos los frascos de mermelada. Después, agregamos más agua caliente para que los frascos queden totalmente cubiertos. Procedemos luego a contar 10 minutos después de que el agua comience hervir para apagar el fuego. Terminado esto, dejamos los frascos allí, durante 5 minutos y procedemos a sacarlos de la olla, finalmente, se colocan sobre unas toallas de papel.

Enfriado.

Los frascos se dejan enfriar a temperatura ambiente durante 2 horas.

Etiquetado.

Se le coloca una etiqueta a cada frasco de mermelada con la finalidad de brindarle información al consumidor en la cual se le indica: la tabla nutricional, el origen, los nombres, la dirección del productor, la descripción del contenido y el peso del producto.

Almacenado.

El producto debe ser almacenado en un lugar fresco, limpio y seco; con buena circulación de aire para garantizar la conservación del producto.

Distribución.

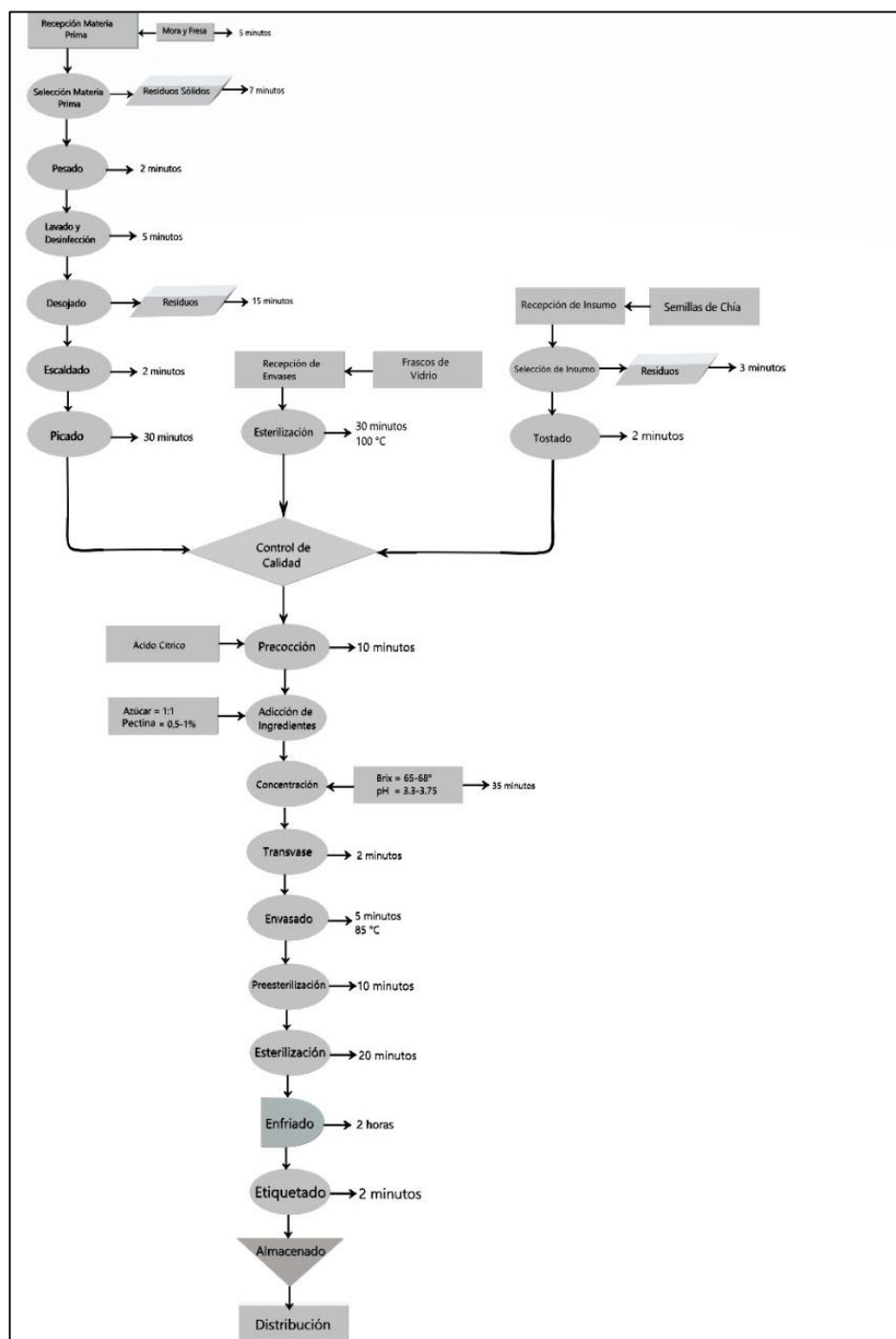
El producto se empaca en cajas de cartón con separadores por 24 unidades, estas se cierran y se sellan, con el fin de mantener la inocuidad del alimento. Finalizado el proceso, se procede a comercializar el producto.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL


Diagrama de Procesos Para Producir Pulpa.

Figura 36

Diagrama de Procesos Para Producir Mermelada Artesanal NATTA




Características Técnicas del Envase.**Tabla 11***Envase de Vidrio de Mermelada Artesanal NATTA*

Capacidad (g)	250	
Color	Flint	
Peso (g)	139	
Altura (mm)	109.9	
Diámetro (mm)	59.7	
Terminado	Twist off	

Nota: Características del Envase vidrio de Mermelada Artesanal, Adaptada, Discordoba, 2020, (<http://www.discordoba.com/>)

Tabla 12*Tapa Metálica del Envase de Vidrio de Mermelada Artesanal NATTA*

Tapa	Metálica	
Diámetro (mm)	53	
Tipo	Twist off	
Color	Dorado	

Nota: Características de la Tapa Metálica del Envase de Vidrio de Mermelada Artesanal, Adaptada, Discordoba, 2020, (<http://www.discordoba.com/>)

Ficha Técnica del Producto.

Tabla 13

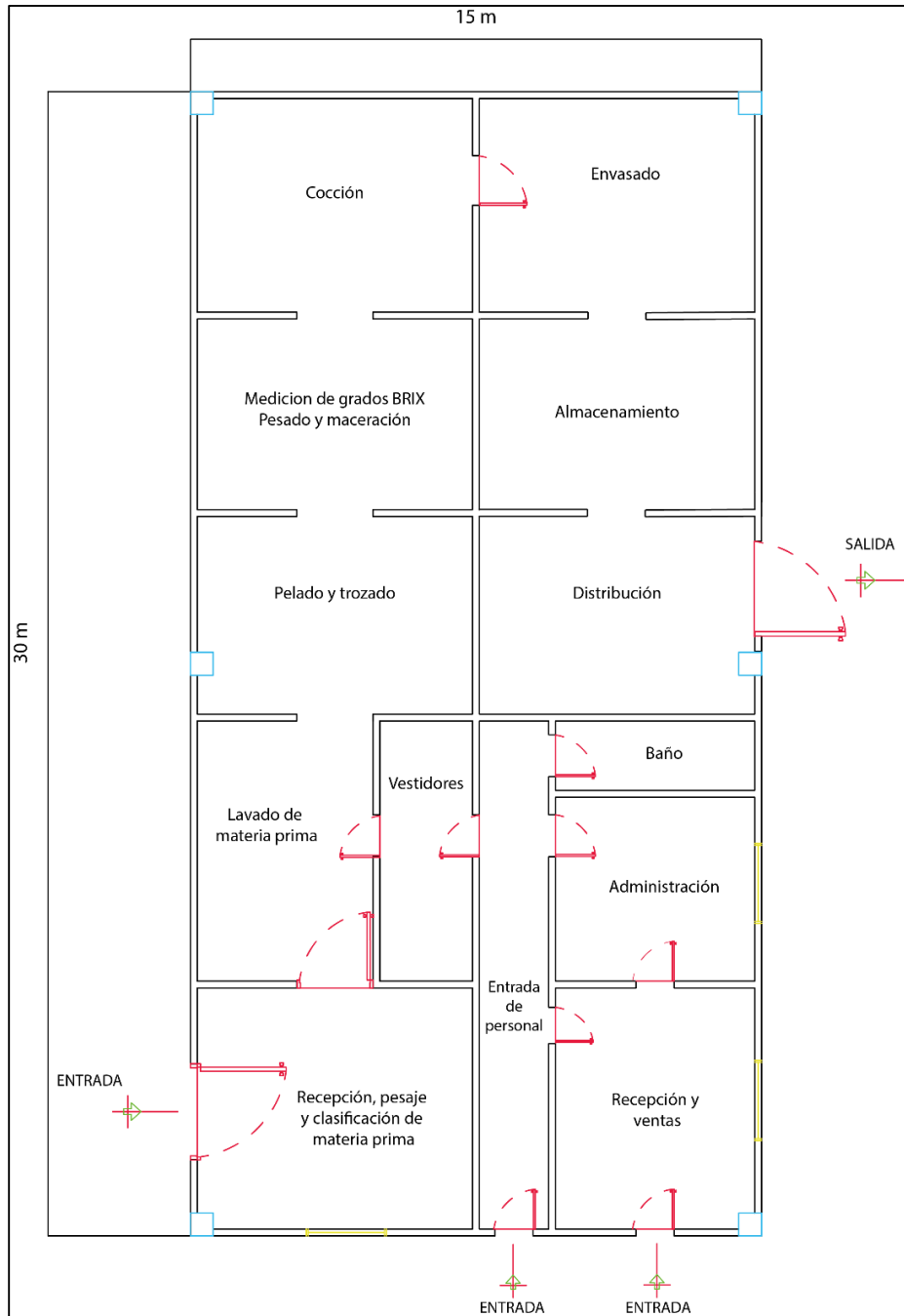
Ficha Técnica de Mermelada Artesanal NATTA

Nombre del producto Descripción del Producto	Mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chía. Producto de consistencia gelatinosa que se ha producido por medio de la cocción y concentración de moras y fresas troceadas y enteras, con un óptimo balance entre la cantidad de endulzante (azúcar blanca orgánica), semillas de chía, gelificante (pectina) y acidulante (ácido cítrico).
Características Organolépticas	Color: Brillante y atractivo Textura: Suave con cristales propios del producto Olor: Afrutado Sabor: Agridulce
Presentación	Envase de vidrio transparente de 250g. con tapa metálica de color dorado, además lleva su respectiva etiqueta con el logo de la empresa.
Composición	Producto artesanal que contiene la mejor selección de fruta. Libre de conservantes, saborizantes y colorantes artificiales.
Vida útil	2 meses en un lugar fresco o refrigerado.
Almacenamiento	Almacénese en un lugar fresco y seco. Después de abierto consumir en el menor tiempo posible.

Distribución de la Planta.

Figura 37

Distribución de la Planta Mermelada Artesanal NATTA



PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Instalaciones Para Producción.

Las instalaciones o plantas de procesamiento son lugares donde se llevarán a cabo las labores que incluyen todos los procesos para la producción. Son recintos donde se hará el recibimiento de las materias primas, almacenamiento, elaboración, almacenamiento de producto terminado y zonas de entrega de producto. Para estas instalaciones es necesario tener en cuenta que el tamaño no influye en la calidad e higiene de las instalaciones. (Figuerola & Rojas , 1993)

Las condiciones que debe cumplir el lugar en el cual se desarrollarán las actividades de producción de mermeladas son (Paltrinieri & Figuerola , 1993):

Pisos, Paredes y Cielos Rasos: Deben ser de fácil limpieza y sanitización.

Materiales de Construcción: Deben ser adecuados para limitar la acumulación de elementos contaminantes como roedores, pájaros, o insectos.

Iluminación: Preferiblemente debe ser natural; sin embargo, en los casos en que esto no sea posible, se debe tener una adecuada iluminación artificial protegida para evitar la caída de restos de tubos fluorescentes sobre el producto.

Ventilación: Debe ser adecuada y debe tener en cuenta la calidad del aire, ya que, si este está contaminado por polvo, contaminantes gaseosos tóxicos, aire cargado de aromas extraños, etc. No podrá ser utilizado para este fin.

Servicios Básicos de Calidad: se hace referencia principalmente a agua y energía eléctrica, los cuales deben ser permanentes y en la cantidad requerida para la realización de las actividades.

Baños: deben tener condiciones mínimas de funcionamiento que aseguren su uso adecuado y es necesario ubicarlos de tal forma que no esté en comunicación directa a la sala de proceso, para evitar problemas de contaminación.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Entorno: Preferiblemente el recinto estará rodeado por un terreno que no cause contaminaciones, en este sentido, se deben evitar terrenos desnudos, acumuladores de basura, terrenos con vegetación silvestre abundante y descuidada, recintos de crianza de animales domésticos, lugares contiguos a fábricas con alto índice de contaminación aérea o acuática. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015, pág. 16).

Mobiliario de Oficina.

- Computadores (3)
- Impresora
- Teléfono
- Celular
- Escritorios (3)
- Sillas (4)
- Mueble archivador
- Lockers (Pérez, Peña, & Restrepo, 2021).

Localización Geográfica.

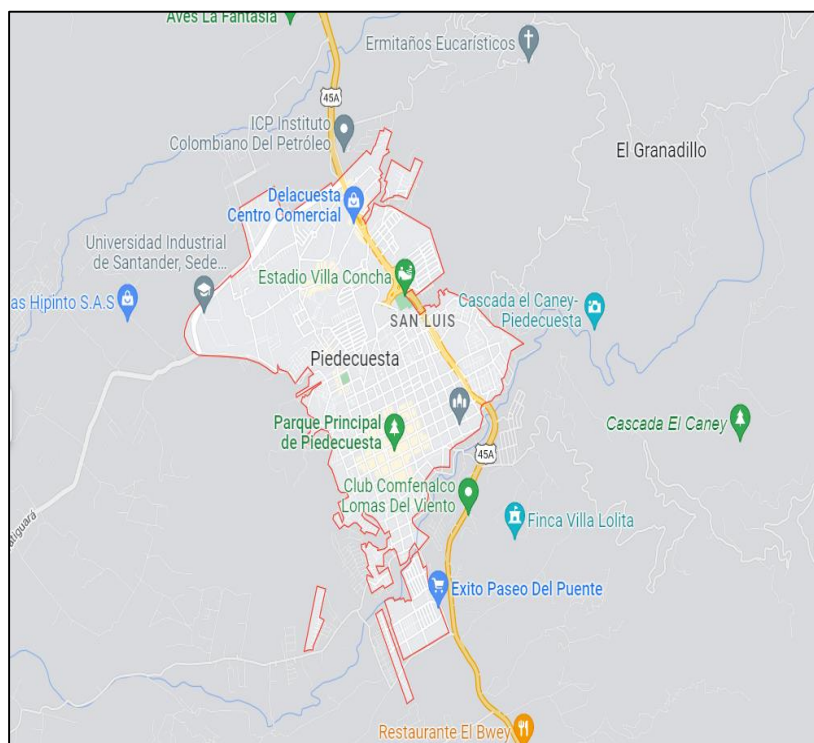
Este proyecto empresarial busca desarrollarse en el municipio de Piedecuesta, departamento de Santander, Colombia.

Piedecuesta es un municipio del departamento de Santander, Colombia. Su extensión territorial es de 344 kilómetros cuadrados, El municipio limita por el norte con Tona, Florida blanca y Bucaramanga. Por el sur con Guaca, Cepita, Aratoca y Los Santos. Por el oriente Santa Barbara. Por el occidente con Girón. (Google Sites, s.f.).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 38

Municipio de Piedecuesta



Nota: Piedecuesta Santander, Adaptada, Google Maps, 2022,

([https://www.google.com/maps/place/Piedecuesta,+Santander/@6.987964,-](https://www.google.com/maps/place/Piedecuesta,+Santander/@6.987964,-73.0539986,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e6847af37e0be91:0x66e8281d38a19920!8m2!3d6.991539!4d-73.053998)

[73.0539986,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e6847af37e0be91:0x66e8281d38a19920!8m2!](https://www.google.com/maps/place/Piedecuesta,+Santander/@6.987964,-73.0539986,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e6847af37e0be91:0x66e8281d38a19920!8m2!3d6.991539!4d-73.053998)

[3d6.991539!4d-73.053998](https://www.google.com/maps/place/Piedecuesta,+Santander/@6.987964,-73.0539986,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e6847af37e0be91:0x66e8281d38a19920!8m2!3d6.991539!4d-73.053998))

Perfil del Talento Humano.

Gerente.

Persona encargada de liderar la empresa, es decir construir, planificar y desarrollar mediante estrategias como: buena comunicación, responsabilidad y eficacia en sus funciones.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Secretaria.

Persona encargada de la atención al cliente, la facturación de compra y venta de productos, y organizar agenda del gerente.

Contador.

Es el responsable de llevar la contabilidad de la empresa, los estados financieros y la parte legal de la misma.

Asesor Comercial.

Es el encargado del marketing de la empresa, de buscar aliados y de promocionar y dar a conocer el producto.

Operarios.

Son los encargados de todo el proceso para la elaboración del producto, la recepción de la materia prima y transformación de esta hacia el producto ya terminado. Cumpliendo a su vez, con toda la normatividad vigente en Colombia.

Ingeniero de Alimentos.

Profesional encargado de los parámetros de calidad, seguimiento al proceso de la elaboración del producto, control de la trazabilidad y vigilancia de lotes de mermelada.

Capacidad del Proyecto.

Producción mensual: Será de 325 cajas de mermeladas en frascos de 250 g. (24 unidades por caja) para un total aproximado de 7.800 unidades al mes.

Producción diaria: Se trabajará 26 días al mes, donde se tendrá una producción diaria de 300 frascos de 250 g. de mermelada de mora, fresa y semillas de chía.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Número de trabajadores: Se contará con tres operarios de planta, los cuales serán los encargados de la elaboración y un ingeniero de alimentos, el cual será el jefe de producción y llevará el control de calidad e inocuidad del producto.

Capacidad Instalada.

La capacidad instalada de producción de la empresa Mermelada Artesanal NATTA, es de 75 kilogramos al día. Por lo cual, se maneja un solo turno de ocho horas laborales, donde trabajan 3 operarios de planta y un ingeniero de alimento que se encarga del control de calidad del proceso de elaboración.

La producción semanal es de 450 kilogramos, mensual de 1.950 kilogramos y la producción anual es de 23.400 kilogramos. Lo que equivale a 93.600 frascos de mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chía en presentación de 250 g.

Tabla 14

Capacidad del Proyecto

Capacidad instalada	Turnos	Operarios	Producción semanal/kg	Producción mes/kg	Producción anual/kg
75 kg/día	1	3	450	1.950	23.400
Total, producción anual en unidades					93.600

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Estudio Administrativo.

Forma de Constitución.

La empresa “Mermelada Artesanal NATTA”, será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), ante registros públicos y otras entidades. Para la formalización de la empresa se debe tramitar los documentos correspondientes ante la Cámara de Comercio y la alcaldía del municipio de Piedecuesta - Santander. La empresa se registrará por las disposiciones legales estipuladas en el código de comercio y el estatuto tributario. El objetivo social de la empresa será la producción y comercialización de mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chía.

Fundamentos Organizacionales.

Misión.

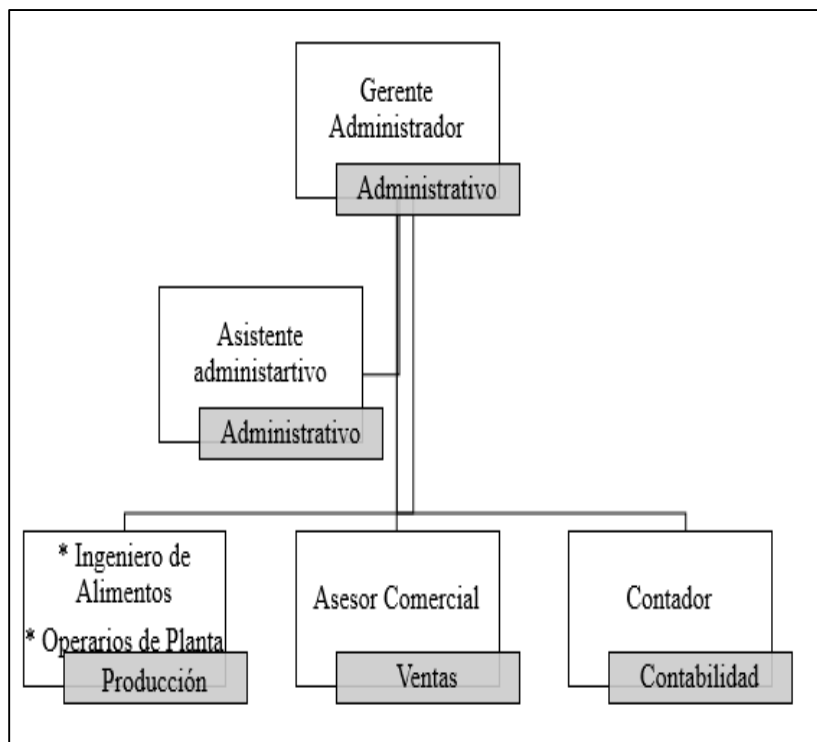
Somos un emprendimiento Santandereano, dedicado a la producción y comercialización de mermeladas artesanales con altos estándares de inocuidad y calidad. Comprometidos con la búsqueda permanente de la satisfacción del consumidor y el desarrollo sostenible de la región.

Visión.

Ser una empresa reconocida a nivel nacional en el 2026 por la producción y comercialización de mermeladas artesanales. Destacándose en el mercado colombiano por ofrecerle a sus consumidores productos de buena calidad.

Organigrama.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Figura 39*Organigrama de la Empresa Mermelada Artesanal NATTA***Asignación Salarial.****Tabla 15***Asignación Laboral Administrativa*

Cargo	Número de Puestos	Salario	Auxilio de Transporte	Total Mensual	Prestaciones	Parafiscales	Salario Real
Gerente administrador (Administrativo)	1	2.500.000	117.172	2.617.172	218.366	169.907	3.005.445
Asistente administrativo (Administrativo)	1	1.300.000	117.172	1.417.172	218.366	169.907	1.805.445
Asesor comercial (Ventas)	1	1.600.000	117.172	1.717.172	218.366	169.907	2.105.445

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Contador (Contabilidad)	1	1.600.000	117.172	1.717.172	218.366	169.907	2.105.445
Total	4	7.000.000	468.688	7.468.688	873.464	679.628	9.021.780

Asignación Laboral Operativa.**Tabla 16***Asignación Laboral Operativa*

Cargo	Número de Puestos	Salario	Auxilio de Transporte	Total Mensual	Prestaciones	Parafiscales	Salario Real
Ingeniero de alimentos (Jefe de producción)	1	2.000.000	117.172	2.117.172	218.366	169.907	2.505.445
Operarios	3	1.000.000	117.172	1.117.172	218.366	169.907	1.505.445
Total	4	3.000.000	234.344	3.234.344	436.732	339.814	4.010.890

Estudio Financiero.**Inversión Fija y Diferida.****Tabla 17***Inversión Fija y Diferida*

Concepto	Valor
Inversión fija	123.438.666
Construcciones y edificaciones	5.000.000
Maquinaria y equipo	93.379.866
Muebles y enseres	2.114.000
Equipos de transporte	13.990.000
Equipos de oficina	8.954.800
Inversión diferida	14.114.256
Registro (INVIMA)	8.544.256
Permisos	2.500.000
Cámara de comercio	470.000
Licencias de software	300.000
Desarrollo de una página web y publicidad en redes sociales	2.000.000

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Se invertirá en construcciones y edificaciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos de transporte, equipos de oficina entre otros activos fijos que requiere la empresa para su actividad productiva.

De igual forma, se adecuará la planta de producción para el correcto funcionamiento de la empresa Mermelada Artesanal NATTA en el municipio de Piedecuesta – Santander.

Especificaciones de la Inversión Fija.

Tabla 18

Construcción y Edificaciones

Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Adecuaciones de la planta de producción	1	4.400.000	4.400.000

Tabla 19

Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Carretilla de carga	1	120.000	120.000
Escalera	1	154.000	154.000
Mesa de trabajo en acero inoxidable	2	760.000	1.520.000
Mesa de lavado en acero inoxidable	2	754.000	1.508.000
Nevera industrial	1	2.900.000	2.900.000
Estantería	2	320.000	640.000
Marmita a vapor	1	72.388.176	72.388.176
Tanque escaldador	1	2.540.400	2.540.400
Carro transportador	1	1.624.000	1.624.000
Dosificadora	1	6.662.283	6.662.283
Fechadora	1	497.213	497.213
Refractómetro	1	336.400	336.400
pHmetro	1	174.000	174.000
Termómetro	1	181.350	181.350

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Báscula electrónica	1	987.324	987.324
Balanza	1	222.720	222.720
Recipientes en acero inoxidable	3	160.000	480.000
Tinas plásticas	2	28.000	56.000
Tablas de picar	2	14.900	29.800
Cuchillos	2	19.500	39.000
Jarras plásticas	2	16.900	33.800
Cucharas medidoras	4	12.900	51.600
Canastillas plásticas	10	17.000	170.000
Baldes plásticos	2	31.900	63.800
Total			93.379.866

Tabla 20*Muebles y Enseres*

Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Escritorios	3	250.000	750.000
Sillas	4	196.000	784.000
Mueble archivador	1	180.000	180.000
Lockers	1	400.000	400.000
Total			2.114.000

Tabla 21*Equipos de Transporte*

Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Motocarro	1	13.990.000	13.990.000
Total			13.990.000

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Tabla 22*Equipos de Oficina*

Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Computadores	3	2.399.000	7.197.000
Impresora	1	300.000	300.000
Teléfono	1	57.900	57.900
Celular	1	1.399.900	1.399.900
Total			8.954.800

Total, Inversión Fija.**Tabla 23***Total, Inversión Fija*

Descripción	Vr. Total
Construcciones y Edificios	5.000.000
Maquinaria y Equipo	93.379.866
Muebles y Enseres	2.114.000
Equipos de Transporte	13.990.000
Equipos de Oficina	8.954.800
Total	123.438.666

Especificaciones Inversión Diferida.**Tabla 24***Inversión Diferida*

Descripción	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Registro (INVIMA)	1	8.544.256	8.544.256
Permisos	1	2.500.000	2.500.000
Cámara de comercio	1	470.000	470.000
Licencias de software	2	300.000	600.000
Desarrollo de una página web y publicidad en redes sociales	1	2.000.000	2.000.000
Total			14.114.256

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Costos y Gastos.**Costos Directos de Producción.****Tabla 25***Costos Unitarios de Producción*

Concepto	Medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mora	Lb	2,2	2.080	4.576
Fresa	Lb	1,1	4.000	4.400
Azúcar	Lb	1,1	1.970	2.167
Pectina	G	5	96	480
Ácido cítrico	unidad	2	7	14
Semillas de chía	unidad	15	76	1.140
Frasco con tapa de vidrio de 250 ml	unidad	4	1.300	5.200
Etiqueta	unidad	4	450	1.800
Cuchara de madera	unidad	4	208	832
Sello de seguridad	unidad	4	34	136
Mano de obra (Operario de planta)	unidad	4	827	3.308
Total				\$ 24.053
Unidades por lote de producción				4
Valor unitario de producción				\$ 6.013

Costos Indirectos de Fabricación.**Tabla 26***Costos Indirectos de Fabricación*

Concepto	Vr. Mensual	Vr. Anual
Arriendo fábrica	4.400.000	52.800.000
Servicios públicos fabrica (Agua, luz y gas)	2.600.000	31.200.000
Transporte	400.000	4.800.000
Domiciliario	1.505.000	18.060.000
Total	8.905.000	106.860.000

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Gastos Fijos.**Tabla 27***Gastos Fijos Mensuales Oficina*

Concepto	Vr. Mensual	Vr. Anual
Internet – teléfono	100.000	1.200.000
Papelería	30.000	360.000
Vigilancia	300.000	3.600.000
Servicios bancarios	20.000	240.000
Total	450.000	5.400.000

Tabla 28*Mano de Obra Directa*

Cargo	Salario	Auxilio de transporte	Total mensual	Prestaciones	Para Fiscales	Salario Real	Número de Puestos	Vr. Anual
Operarios	1.000.000	117.172	1.117.172	218.366	169.907	1.505.445	3	54.196.020

Tabla 29*Mano de Obra Indirecta*

Cargo	Salario	Auxilio de transporte	Total mensual	Prestaciones	Para Fiscales	Salario real	Número de puestos	Vr. Anual
Ingeniero de alimentos (jefe de producción)	2.000.000	117.172	2.117.172	218.366	169.907	2.505.445	1	30.065.340

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Tabla 30*Gastos de Personal Administrativo, Ventas y Contabilidad*

Cargo	Salario	Auxilio de transporte	Total mensual	Prestaciones	Para Fiscales	Salario real	Número de puestos	Vr. Anual
Gerente administrador (administrativo)	2.500.000	117.172	2.617.172	218.366	169.907	3.005.445	1	36.065.340
Asistente administrativo (administrativo)	1.300.000	117.172	1.417.172	218.366	169.907	1.805.445	1	21.665.340
Asesor comercial (ventas)	1.600.000	117.172	1.717.172	218.366	169.907	2.105.445	1	25.265.340
Contador (contabilidad)	1.600.000	117.172	1.717.172	218.366	169.907	2.105.445	1	25.265.340
Total	7.000.000	468.688	7.468.688	873.464	679.628	9.021.780	4	108.261.360

Gastos Variables.**Tabla 31***Gastos Variables*

Concepto	Vr. Mensual	Vr. Anual
Publicidad	300.000	3.600.000
Tarjetas de presentación	50.000	600.000
Volantes	10.000	120.000
Página web	200.000	2.400.000
Total	560.000	6.720.000

Capital de Trabajo.**Tabla 32***Capital de Trabajo*

Concepto	Valor
Inversión Fija	123.438.666
Inversión Diferida	14.114.256
Inversión Capital de Trabajo	12.447.078
Total	150.000.000

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Inversión Total.

La inversión total será de \$ 150.000.000 (Ciento cincuenta millones de pesos colombianos).

Estructura del Capital.

Recursos Propios.

Estos recursos son de \$25.782.600 (Veinticinco millones setecientos ochenta y dos mil seiscientos pesos colombianos). Lo que representa en aportes el 17%.

Recursos de Capital Semilla Fondo Emprender (SENA).

Se planea aplicar a la convocatoria del Fondo Emprender (SENA) para ser beneficiarios y obtener los dineros requeridos para poner en marcha este proyecto empresarial. Estos recursos son de \$124.217.400 (Ciento veinticuatro millones doscientos diecisiete mil cuatrocientos pesos colombianos). Lo que representa en aportes el 83% del capital.

Tabla 33

Estructura del Capital

Concepto	Valor	Porcentaje
Recursos propios	25.782.600	17%
Capital Semilla Fondo Emprender (SENA)	124.217.400	83%
Total	150.000.000	100%

Ingresos y Proyecciones.

Se estima la producción de 7.800 unidades mensuales durante el primer año a un precio de \$10.500 pesos la unidad, con una proyección de aumento de venta del 6% anual y una tasa de inflación del 8%.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Tabla 34

Flujo de Caja Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos	982.800.000	1.041.768.000	1.104.274.080
Egresos	981.913.122	911.909.016	984.861.737
Diferencia	886.878	129.858.984	119.412.343

Evaluación Financiera.

Indicador Tasa de Retorno TIR.

La Tasa Interna de Retorno, es el tipo de interés en el que el VAN se hace cero. Si el TIR es alto, estamos ante un proyecto empresarial rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que posiblemente no se encuentren en el mercado.

Por tanto, con los resultados obtenidos, podemos concluir que este proyecto es factible y rentable ya que, se obtuvo una TIR del (23%) y en un corto periodo de tiempo, se empieza a recuperar la inversión inicial del proyecto. (Ver Figura No. 40).

Figura 40

Excel de Donde se Extrae el Valor de la TIR

The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data:

	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
33							123.438.666			
34										
35							14.114.256			
36										
37										
38										
39	70.363.350	70.363.350	70.363.350	70.363.350	70.363.350	70.363.350	981.913.122	911.909.016	984.861.7	
40	93.203.628	104.740.278	116.276.928	127.813.578	139.350.228	150.886.878	886.878	129.858.984	119.412.3	
41										
42				TIR	23%	-150.000.000	886.878	129.858.984	119.412.3	
43				VAN	43.494.534					
44										
45				LA TASA DE DESCUENTO ES DEL 10%						
46										
47										
48										
49										

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Valor Presente Neto.

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que se tendrán en un proyecto, para determinar, si después de descontar la inversión inicial, arrojará alguna ganancia.

En el caso del proyecto de Mermelada Artesanal NATTA, el VAN obtenido es de \$43.494.534 (Cuarenta y tres millones cuatrocientos noventa y cuatro mil quinientos treinta y cuatro pesos moneda corriente), por lo tanto, con este valor se puede concluir que la creación de una empresa comercializadora de Mermelada artesanal a base de Mora, Fresa y Chía es factible. (Ver Figura No. 41).

Figura 41

Excel de Donde se Extrae el Valor del VAN

	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
35							14.114.256			
36										
37										
38										
39	70.363.350	70.363.350	70.363.350	70.363.350	70.363.350	70.363.350	981.913.122	911.909.016	984.861.7	
40	93.203.628	104.740.278	116.276.928	127.813.578	139.350.228	150.886.878	886.878	129.858.984	119.412.3	
41										
42				TIR	23%	-150.000.000	886.878	129.858.984	119.412.3	
43				VAN	43.494.534					
44										
45				LA TASA DE DESCUENTO ES DEL 10%						
46										
47										
48										
49										
50										

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio sale de un margen de utilidad de \$4.487 pesos donde tenemos el valor de los gastos fijos, los gastos variables y los gastos indirectos de fabricación.

Tabla 35

Punto de Equilibrio

Descripción	Producto
Gastos fijos mensuales	23.460.000
Precio venta	10.500
Costo unitario	6.013
Margen contribución	4.487
Punto de equilibrio	5.228

Modelo CANVAS.

Figura 42

Modelo CANVAS Estudio de Factibilidad Mermelada Artesanal NATTA

Modelo de Negocio CANVAS				
Socios claves ASOMOREROS. Asociación Nacional De Productores De Mora en Piedecuesta-Santander. Distribuidores del área metropolitana de Bucaramanga.	Actividades claves - Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en el proceso de elaboración y manipulación del producto transformado. - Logística. - Mercadeo. - Marketing y publicidad digital.	Propuesta de valor La elaboración de una mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chia: - Producto natural que contiene la mejor selección de fruta. - Endulzada con azúcar blanca orgánica. - Libre de conservantes, saborizantes y colorantes artificiales. - Presentación de 250 g. de puro sabor e intenso color y olor de una combinación perfecta de frutas. - Envase reciclable y empaque 100% biodegradable.	Relación con el cliente La mermelada y las conservas de frutas son alimentos que forman parte de la tradición alimentaria de los hogares colombianos, estas entran a suplir las necesidades y demandas del mercado en estos tiempos. Donde las personas día a día se preocupan por ser más saludables, por consumir productos más naturales que aporten minerales y vitaminas al cuerpo. Canales El marketing de la mermelada artesanal se realizará por medio de la página web y redes sociales (Facebook e Instagram), además de las emisoras del área metropolitana de Bucaramanga. Los medios y escenarios de distribución de este producto serán mediante; supermercados, ferias, autoservicios, vendedores TAT y pedidos directos a la fábrica.	Segmento de clientes Los clientes potenciales para la compra de mermelada estarían entre la edad de los 18 a los 39 años, con un porcentaje de 78.8% de la población. Los demás, posibles compradores se ubicaron en un rango de edad superior a los 40 años representando un 15.9%. Estos resultados permiten observar que los jóvenes y adultos jóvenes tienen un interés más alto en el consumo de mermelada artesanal.
	Recursos claves - Recursos humanos: ingeniero de alimentos, operarios y logística de producción. - Físicos: maquinaria para la elaboración de mermelada. - Local: fabrica donde se realizará la transformación de las materias primas. - Insumos: mora, fresa, semillas de chia, azúcar, pectina y ácido cítrico. -Recursos financieros: capital	Estructura de coste Para poner en marcha el proyecto de producción de mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chia hacia el mercado santandereano, se requiere de una inversión inicial de \$150.000.000 de pesos colombianos. Donde se dividen estos costos en insumos, salarios, comercialización y distribución, gastos administrativos, gastos financieros, gastos de publicidad, servicios básicos e impuestos.	Fuentes de Ingreso - Las principales fuentes de ingresos serán por las ventas de las unidades de mermeladas vendidas. - El precio de venta de la mermelada a base de mora, fresa y semillas de chia en la presentación de 250 g, será de \$10.500 pesos colombianos. - El medio de pago para las mermeladas artesanales se hará, por medio de una transferencia (Cuenta de Ahorros Bancolombia, Nequi o Daviplata) o también se podrá hacer en efectivo donde el comprador pagará a través de su entidad financiera a la empresa.	

3. Conclusiones.

Piedecuesta - Santander, se caracteriza por ser el segundo municipio a nivel nacional en tener una alta oferta de mora de castilla, teniendo un insumo a más bajo coste, se permitió analizar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada artesanal a base mora, fresa y semillas de chía en este municipio. Ayudando así, a la posibilidad de transformación de esta materia prima de la región en un producto saludable para el consumo de todos los hogares santandereanos.

Se realizó un estudio de mercado sobre la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada, donde se obtuvieron resultados positivos, ya que las personas del área metropolitana de Bucaramanga aceptan un producto natural, elaborado con frutas y semillas. Manifestaron que “sí” están dispuestos a comprar una mermelada artesanal donde la calidad del producto prima sobre el sabor y la textura.

Se identificó que las personas prefieren un producto que cumpla con las normas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que este se encuentre compuesto en su mayor porcentaje por trozos de frutas en lugar de una mayor concentración de azúcar blanca refinada, siendo una tendencia hacia prácticas alimenticias más saludables.

Así mismo, se logró determinar que los adultos y jóvenes son una población con un alto potencial de consumo del producto ofertado, se analizaron a su vez las tendencias de mercado para esta población y se diseñó una estrategia publicitaria que se enfoca en la segmentación de

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

información vía redes sociales, donde la inversión baja alcanzaría un alto número de población objetivo.

De igual manera se realizó un estudio técnico donde se determinó la ficha técnica del producto, se estableció todo el diagrama de procesos desde la recepción de la materia prima hasta la entrega del producto final, se determinaron maquinarias y mobiliarios necesarios para el funcionamiento tanto operativo como administrativo, se levantaron los perfiles básicos requeridos para cada cargo, se estableció la geo-localización y a su vez se proyectaron dimensiones del lugar y sus respectivas adecuaciones.

Por otra parte, se llevó a cabo el estudio administrativo donde se estipularon los fundamentos organizacionales (misión, visión), se diseñó el organigrama institucional y se establecieron unas asignaciones salariales en concordancia con los perfiles consolidados en el estudio técnico.

Finalmente se desarrolló un estudio financiero para determinar la factibilidad en la creación de la empresa, encontrando así un punto de equilibrio que alcanzó un valor de 5228 unidades, de acuerdo a esta evaluación se alcanzó un resultado positivo en la rentabilidad (VAN) con un valor de \$43.494.534 y en cuanto a la tasa interna de retorno TIR se halló un valor del 23%, lo que indica que es viable recuperar la inversión inicial en poco tiempo.

La creación de una empresa comercializadora y productora de mermelada artesanal a base de mora, fresa y semillas de chía se ha considerado factible en el municipio de Piedecuesta – Santander, de acuerdo con los estudios realizados en las áreas de mercado, técnica, administrativa y financiera. Se ha determinado que es viable de realizar, ya que esta empresa cuenta con soportes técnicos, gerenciales, operativos y económicos para su ejecución y operación óptima.

Referencias Bibliográficas.

- Altuve, J. (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. *Actualidad Contable Faces*, 7(9), 7-17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700902.pdf>
- BBVA. (2019). *¿Quiénes son los 'millennials' y por qué son una generación única?* BBVA. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/quienes-millennials-generacion-unica/>
- Blanco R, A. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyectos - Séptima Edición*. Caracas, Venezuela: Texto C.A. Obtenido de https://kupdf.net/download/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-adolfo-blanco_5c13cc90e2b6f57d2b31b8b3_pdf
- Cabezas Carrillo, M. (2008). *Evaluación Nutritiva y Nutraceutica de la Mora de Castilla (Rubus Glaucus) Deshidratada a Tres Temperaturas por el Método de Secado en Bandejas*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/200/1/56T00172.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). *Manual Fresa*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14312/Fresa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). *Manual Frijol*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá. Obtenido de <https://docplayer.es/21494354-Frijol-programa-de-apoyo-agricola-y-agroindustrial-vicepresidencia-de-fortalecimiento-empresarial-camara-de-comercio-de-bogota.html>

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). *Manual Mermelada*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14318/Mermelada.pdf?sequence=1&isAllowed=yCely>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). *Manual Mora*. Bogotá. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14319/Mora.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cámara de España. (04 de 07 de 2018). Inbound Marketing: atrae al usuario con contenidos. España. Obtenido de <https://www.camara.es/blog/innovacion-y-competitividad/inbound-marketing-atrae-al-usuario-con-contenidos>

Cañon, A., & Chaparro, M. (2017). *Evaluación Financiera del Proyecto de Producción de Mermelada de Guanábana*. Bogotá, Colombia: Universidad Católica de Colombia. Obtenido de https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15451/1/PROYECTO%20MERMELADA%20DE%20GUANABANA_VERSION%20FINAL_DIC%2013-2017.pdf

Carrillo G., C. S., Gutiérrez C., M., Muro V., M., Martínez H., R., & Torres B., O. (2017). *La Chía Como Súper Alimento y sus Beneficios en la Salud de la Piel*. Guadalajara - México: Medigraphic. Obtenido de <https://www.medigraphic.com/pdfs/residente/rr-2017/rr171c.pdf>

Castañeda Martínez , J., & Macías Prieto , A. (2016). *Guía Metodológica Para la Elaboración de un Estudio de Factibilidad. Estudio de Caso: Fabricación y Venta de Barras de Cereal* . Bogotá : Universidad Distrital Francisco José de Caldas .

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

CI Talsa. (s.f.). *CI Talsa*. Obtenido de CI Talsa: <https://www.citalsa.com/collections/maquinaria-consumibles-repuestos-servicio-tecnico-agroindustria>

COMEK. (s.f.). *COMEK*. Obtenido de COMEK:

https://www.comek.com.co/web1/index.php/equipos_para_alimentos/1/frutas

Consulting y Desarrollo Biotecnológico CODEBIO. (2014). *Consulting y Desarrollo Biotecnológico CODEBIO*. Obtenido de <http://www.codebio.es/wp-content/uploads/2014/10/CDB.Chia-grano.pdf>

Corporación Compromiso . (2019). *La Mora un Producto de la Economía Campesina* . Bucaramanga - Colombia : Corporación Compromiso .

Deloitte. (2020). *Lo que piensan los millennials colombianos*. Deloitte. Obtenido de <https://incp.org.co/lo-que-piensan-los-millennials-colombianos/>

DisCordoba, D. (s.f.). *DisCordoba*. Obtenido de DisCordoba: <http://www.discordoba.com/>

Duarte B., M. L., & García Á., O. L. (2021). *Estudio de Factibilidad Técnica y Financiera Para Laboratorio de Investigación Forense de Obras y Materiales (LIFOM)*. Bogotá, Colombia: Universidad Santo Tomás 2021. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/33620/2021mariaduarte.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Economipedia. (2022). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>

Figuerola , F., & Rojas , L. (1993). *Procedamiento de Frutas y Hortalizas Mediante Métodos Artesanales y de Pequeña Escala*. Santiago de Chile. Chile: Organizacion de las Naciones Unidas Para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Garcés, Y. J. (2013). *La chía (salvia hispanica L.), una fuente de nutrientes para el desarrollo de alimentos*. Caldas, Antioquia: Corporación Universitaria Lasallista. Obtenido de

http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1043/1/La_chia_salvia_hispanica_L_desarrollo_alimentos_saludables.pdf

Gerencie.com. (30 de 11 de 2020). *Punto de equilibrio*. Obtenido de

<https://www.gerencie.com/punto-de-equilibrio.html>

Google Maps. (2022). *Piedecuesta, Santander*. Obtenido de

<https://www.google.com/maps/place/Piedecuesta,+Santander/@6.987964,-73.0539986,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e6847af37e0be91:0x66e8281d38a19920!8m2!3d6.991539!4d-73.053998>

Google Sites. (s.f.). *El municipio de Piedecuesta*. Obtenido de

<https://sites.google.com/site/elmunicipiodepiedecuesta/home/ubicacion-de-piedecuesta>

Guzmán C., J. M., & Guzmán M., E. (2019). *Evaluación Económica de Inversiones*. New York, Estados Unidos: Page Publishing, Inc. Obtenido de

<https://www.perlego.com/book/2027311/evaluacin-econmica-de-inversiones-pdf>

Guzmán Pinilla , J. (26 de Abril de 2016). *Agronegocios* . Obtenido de Agronegocios :

<https://www.agronegocios.co/agricultura/los-productores-de-mora-estan-en-la-busqueda-de-precios-mas-constantes-2621927>

ICONTEC, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certific. (2006). *Norma Técnica*

Colombiana NTC 1117. Bogotá: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y

Certificación (ICONTEC). Obtenido de <https://docplayer.es/98375165-Norma-tecnica-colombiana-1117.html>

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

ICONTEC, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certific. (2007). *Norma Técnica*

Colombiana NTC 285. Bogotá: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC). Obtenido de <https://library.co/document/yjd92pmy-ntc-pdf.html>

Infojardin . (18 de Noviembre de 2016). *Infojardin*. Obtenido de Infojardin :

<http://foro.infojardin.com/threads/plantas-de-fresas-variedad-albion.64609/>

Investinsantander. (2020). *Datos del Departamento de Santander*. Bucaramanga:

investinsantander. Obtenido de <https://investinsantander.co/razones-para-invertir-/datos-generales-del-departamento-de-santander/#:~:text=Santander%20tiene%20un%20total%20de,Vivienda%20realizado%20por%20el%20DANE>.

La Cultural 100.7 FM. (19 de Mayo de 2021). *La Cultural 100.7 FM*; . (E. o. santander, Editor)

Obtenido de La Cultural 100.7 FM;: <http://www.emisoracultural.gov.co/cultivadores-de-mora-de-piedecuesta-se-reinventan/>

La Vanguardia. (25 de 10 de 2019). Publicidad para "millennials": Hacer que se sientan parte de

la marca. España: La Vanguardia. Obtenido de

<https://www.lavanguardia.com/vida/20191025/471178752059/publicidad-para-millennials-hacer-que-se-sientan-parte-de-la-marca.html>

Martínez, B. A. (2008). *¿Cómo hacer un estudio de mercados para la creación y desarrollo*

inicial de una empresa? bogotá: Cámara de comercio de bogotá. Obtenido de

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/1273>

Mete, M. (2014). Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: su utilidad como herramienta para el

análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides et Ratio*, 7, 67-85. Obtenido de

http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Minagricultura. (2019). *Subsector Productivo de la Fresa*. Bogotá: Minagricultura. Obtenido de

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Fresa/Documentos/2019-03-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Minagricultura. (2019). *Subsector Productivo de la Mora*. Obtenido de

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Mora/Documentos/2019-03-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

MinAgricultura, M. (2020). *Cadena Productiva de la Mora*. Bogotá - Colombia: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MINAGRICULTURA).

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2015). *Acuerdo de Competitividad Para la Cadena Productiva de la Mora en Colombia*. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MINAGRICULTURA). Obtenido de

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Mora/Normatividad/D.C.%20-%20Acuerdo%20Competitividad.pdf>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2019). *Subsector Productivo de la Mora*.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (Minagricultura). Obtenido de <https://sioc.minagricultura.gov.co/Mora/Documentos/2019-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Ministerio de la Protección Social. (2005). *Resolución Número 5109 de 2005*. Obtenido de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>

Ministerio de la Protección Social. (2011). *Resolución 333 de 2011*. Obtenido de

<https://fedepanela.org.co/gremio/descargas/resolucion-333-de->

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%203929%20de%202013.pdf

Montalvo Polanco , S. A. (2017). *Estudio de Factibilidad Para la Creación de una Microempresa Productora y Comercialización de Mermelada de Mora en la Ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura*. Ibarra, Ecuador: Universidad Técnica del Norte.

Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/7510>

Observatorio Rural de Santander Corporación Compromiso. (2019). *La Mora un Producto de la Economía Campesina*. Bucaramanga: Corporación Compromiso. Obtenido de <https://corporacioncompromiso.org/apc-aa-files/676666686b756c6f7b70343434343434/boletin-003-observatorio-rural-de-santander.pdf>

Pájaro, T. (2020). *Modelo de negocios CANVAS aplicado a un proyecto de emprendimiento en la ciudad de Bogotá*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24691/1/MODELO%20DE%20NEGOCIOS%20CANVAS%20APLICADO%20A%20UN%20PROYECTO%20DE%20EMPENDIMIENTO%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20BOGOT%C3%81.pdf>

Palacio, L. M. (2021). *OVA: INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADOS*. Bucaramanga: UIS. Obtenido de https://tic.uis.edu.co/users/ipred/repositorio/OVAs/OVA_INTROMERCADOS_FINAL/docs/ova_mercados.pdf

Paltrinieri, G., & Figuerola , F. (1993). *Manual Para el Curso Sobre Procesamiento de Frutas y Hortalizas a Pequeña Escala en Perú*. Lima, Perú: Organización de las Naciones Unidas Para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Pérez, D., Peña, L., & Restrepo, L. (2021). *Modalidad Creación de Empresa Plan de Negocio*.

Proyecto de Grado, Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá.

Procolombia. (24 de 11 de 2015). *www.procolombia.com*. Obtenido de

<https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/mermeladas-con-sabores-de-frutas-exoticas-ganan-terreno-en-el-mercado-aleman>

Quintero , Y. (4 de Marzo de 2009). *Cultivo Organico de Mora*. Obtenido de Cultivo Organico de Mora : <http://cultivo-organico-de-mora.blogspot.com/2009/03/mora-de-castilla-rubus-glaucus.html>

Quinoa de Perú. (2020). *Ficha técnica Chía negra*. Obtenido de <https://quinuadeperu.com/wp-content/uploads/2020/12/FT-CHIA-NEGRA.pdf>

Rovati, A., Esobar, E., & Prado, C. (2018). Particularidades de la semilla de chía (Salvia Hispanica L.). *Avance Agroindustrial*, 33(3). Obtenido de <https://www.eeaoc.gob.ar/wp-content/uploads/2018/11/33-3-7.pdf>

Salvador, G. (2016). Agregado de valor: compartiendo conceptos. *Economía y mercados*, 75-81. Obtenido de https://repositorio.inta.gob.ar/bitstream/handle/20.500.12123/900/CR%20Patagonia%20Sur_EEA%20Esquel_Salvador_GM_Agregado%20de%20valor%20compartiendo%20conceptos.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez Real , J. I. (2020). *Plan de Negocios Para la Elaboración y Comercialización de la Mermelada de Chonta, en la Ciudad de Ambato Provincia de Tungurahua*. Ambato, Ecuador: Universidad Tecnológica Indoamericana. Obtenido de <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/1823>

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

SIPSA, S. (2020). Bogotá - Colombia : Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Tomas, D. (30 de 7 de 2019). Marketing digital para Millennials. (linkedin, Ed.) Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/marketing-digital-para-millennials-david-tomas/?originalSubdomain=es>

Treid. (26 de 07 de 2021). *www.treid.co*. Obtenido de <https://www.treid.co/post/asi-se-comportaron-las-exportaciones-de-mermeladas-en-colombia-en-el-primer-semester-de-2020-y-2021>

UPRA, U. (2020). *Evaluaciones Agropecuarias Municipales* . Bogotá - Colombia : Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA).

Viaindustrial.com. (s.f.). *Viaindustrial.com*. Obtenido de Viaindustrial.com:

<https://www.viaindustrial.com/phmetro-tipo-lapiz-electrodo-reemplazable-funcion-atc-ph-98103-cnyst/pp/P242801/>

Vinajera, A., Marrero, F., & Ruiz, M. (2017). Método para calcular el valor agregado en cadenas de suministro. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(3), 535-546. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/ingeniare/v25n3/0718-3305-ingeniare-25-03-00535.pdf>

Apéndices.**Apéndices A**

Etiqueta de Presentación del Producto.



PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

Apéndices B

Encuesta Para Determinar la Demanda de Mermelada Artesanal NATTA en el Área Metropolitana de Bucaramanga (Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta)

Correo: _____
Edad <input type="checkbox"/> Entre 18 a 24 años <input type="checkbox"/> Entre 25 a 39 años <input type="checkbox"/> Entre 40 a 54 años <input type="checkbox"/> Entre 55 a 64 años
Género <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino
Estrato socioeconómico <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6
Lugar de residencia <input type="checkbox"/> Bucaramanga <input type="checkbox"/> Girón <input type="checkbox"/> Piedecuesta <input type="checkbox"/> Floridablanca
1. ¿Consume usted mermelada? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
2. ¿Con qué frecuencia consume mermelada? (Selecciona una sola opción) <input type="checkbox"/> Diaria <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Quincenal <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Ocasionalmente
3. ¿Qué tamaño de presentación de mermelada prefiere comprar? (Selecciona una sola opción) <input type="checkbox"/> 130 g. <input type="checkbox"/> 250 g. <input type="checkbox"/> 370 g.

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

<p>4. ¿Conoce los principales beneficios y propiedades de las semillas de chía?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>5. ¿Qué sabor de mermelada prefiere consumir? (Selecciona varias opciones)</p> <p><input type="checkbox"/> Mermelada de mora, fresa y semillas de chía</p> <p><input type="checkbox"/> Mermelada de piña, maracuyá y semillas de chía</p> <p><input type="checkbox"/> Mermelada de feijoa, kiwi y semillas de chía</p> <p><input type="checkbox"/> Mermelada de mango, maracuyá y semillas de chía</p> <p><input type="checkbox"/> Otra combinación de sabores.</p>
<p>6. ¿Considera usted que los productos artesanales son mejores que los elaborados a escala industrial en cuanto al aporte nutricional que le dan a su cuerpo?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>
<p>7. ¿Qué criterio tiene usted a la hora de comprar una mermelada? (Selecciona varias opciones)</p> <p><input type="checkbox"/> Precio</p> <p><input type="checkbox"/> Tamaño</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad</p> <p><input type="checkbox"/> Sabor</p>
<p>8. ¿Dónde acostumbra a comprar la mermelada? (Selecciona varias opciones)</p> <p><input type="checkbox"/> Almacenes de cadena</p> <p><input type="checkbox"/> Supermercados</p> <p><input type="checkbox"/> Tiendas de barrio</p> <p><input type="checkbox"/> Ferias</p> <p><input type="checkbox"/> Internet (Redes sociales)</p>
<p>9. ¿Quiénes son los principales consumidores de mermelada en su casa? (Selecciona varias opciones)</p> <p><input type="checkbox"/> Niños</p> <p><input type="checkbox"/> Jóvenes</p> <p><input type="checkbox"/> Adultos</p>
<p>10. ¿Cuántos frascos de 250 g. de mermelada compra en el mes? (Selecciona una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre uno y tres frascos</p> <p><input type="checkbox"/> Entre cuatro y seis frascos</p> <p><input type="checkbox"/> Más de siete frascos</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguno</p>
<p>11. ¿Cómo prefiere la dulzura y la textura de la mermelada? (Selecciona una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Alto contenido de dulce y de textura ligera</p> <p><input type="checkbox"/> Bajo contenido en dulce y con presencia de trozos de fruta</p> <p><input type="checkbox"/> Alto contenido de dulce y presencia de trozos de fruta</p>
<p>12. ¿Estaría dispuesto a comprar mermelada artesanal?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p>

PRODUCCIÓN DE MERMELADA ARTESANAL

<input type="checkbox"/> No
<p>13. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una mermelada artesanal en presentación de 250 g.? (Selecciona una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Entre \$9.500 y \$11.500 pesos</p> <p><input type="checkbox"/> Entre \$12.100 y \$16.300 pesos</p>
<p>14. ¿Cuál es la probabilidad que compre Mermelada Artesanal NATTA? Mermelada artesanal de mora, fresa y semillas de chía. Producto natural que contiene la mejor selección de fruta. Libre de conservantes, saborizantes y colorantes artificiales. (Selecciona una sola opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Muy probable</p> <p><input type="checkbox"/> Probable</p> <p><input type="checkbox"/> Poco probable</p> <p><input type="checkbox"/> Nada probable</p>
<p>15. ¿Con qué productos prefiere acompañar la mermelada? (Selecciona varias opciones)</p> <p><input type="checkbox"/> Galletas</p> <p><input type="checkbox"/> Pan tajado</p> <p><input type="checkbox"/> Tostadas</p> <p><input type="checkbox"/> Obleas</p>
<p>16. ¿En qué comida prefiere consumir mermelada? (Selecciona varias opciones)</p> <p><input type="checkbox"/> Desayuno</p> <p><input type="checkbox"/> Almuerzo</p> <p><input type="checkbox"/> Merienda</p> <p><input type="checkbox"/> Cena</p>
<p>Enlace de la Encuesta de Mermelada Artesanal NATTA: https://forms.gle/WrWHpc9UGkxFc2cG7</p>