Proyecto Estrategia de Comercialización del dulce de Guatila

Autores:

Yesika Marcela Aranda Semanate, Carolina Burgos Torres

Fundación Universitaria Compensar

Facultad de Ciencias Empresariales, Administración de Empresas

Tutora

Luz Adriana Restrepo Cárdenas

Bogotá D.C, Colombia

Mayo 2024

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá D.C Mayo. 2024

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a nuestra tutora Luz Adriana Restrepo Cárdenas por todo el apoyo de este proyecto aportando datos relevantes en el producto final, manteniendo un constante interés y acompañamiento, por aportar su conocimiento en la construcción de dulce artesanal.

En segundo lugar, queremos agradecer a nuestros familiares por el apoyo incondicional, todo el cariño brindado que nos han impulsado a perseguir nuestras metas y la construcción del trabajo es un claro ejemplo.

Por último, queremos agradecer a todos los docentes que han hecho parte de nuestro camino universitario, donde nos han brindado todos sus conocimientos y guiándonos de manera correcta-

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a los maestros de la Fundación Universitaria Compensar quienes han brindado los conocimientos necesarios para nuestra adquisición

intelectual y a nosotros mismos por superar retos en esta trayectoria, con el fin de alcanzas nuestras metas.

Contenido

RESUMEN 7

INTRODUCCIÓN 8

JUSTIFICACION 9

MARCO REFERENCIAL 10

Tabla 1. Detalle nutricional 13

- CHICHA DE CUBIO 14
- PUDIN DE AGUACATE 14

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 15

PREGUNTA PROBLEMA 16

OBJETIVOS. 16

1.1 OBJETIVO GENERAL 16

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS 16

METODOLOGÍA 17

ENFOQUE 17

Aplicación a nuestro proyecto. 19

ALCANCE 20

Segmentación de consumidor 20

Mercado de Consumo Inmediato. 21

- Psicográfica 21
- Basada en el comportamiento 21

Muestra. 21

- Tipo de muestreo. 21
- Tamaño de la muestra. 21

Análisis e interpretación del mercado 22

RESULTADO 33

Propuesta de valor 33

Producto 34
Tabla 2. Composición Nutritiva de 100 gramos de Diversos Órganos del Chayote 34
Preparación 1 36
Preparación 2 37
Especificaciones técnicas del producto 40
Estrategia de comercialización 44
Estrategia financiera 49
DISCUSIÓN 56
ANEXOS 57
Anexo A 57
Anexo B 57
Anexo C 58
REFERENCIAS 59

LISTA DE ANEXOS Y TABLAS

Tabla 1	Detalle nutricional
Tabla 2	Composición Nutritiva de 100 gramos de Diversos Órganos del Chayote
Tabla 3	Elementos para la producción de mermeladas
Tabla 4	Maquinaria de descarga
Tabla 5	Maquinaria zona de almacenaje y desinfección
Tabla 6	Maquinaria para zona de cocina
Tabla 7	Maquinaria para la zona de despacho
Tabla 8	Utensilios del personal
Tabla 9	Presupuesto inicial
Tabla 10	Inversión Mensual
Tabla 11	Inversión al sexto mes
Tabla 12	Ventas proyectadas primer año
Tabla 13	Proyección de ventas de los 8 primeros años
Anexo A	Análisis e interpretación de los resultados de las encuestas Aplicadas
Anexo B	Encuesta realizada
Anexo C	Canvas Lean

RESUMEN

La estrategia de comercialización para este proyecto de producción de dulce de Guatila, se llevó a cabo para conocer la viabilidad comercial de este producto en el mercado actual. Se realizaron investigaciones a nivel local en un sector central de la ciudad de Bogotá para evaluar la demanda, tendencias de consumo, competencia y oportunidades para el dulce de Guatila.

Encontramos un aumento en el interés por el consumo de productos alimenticios naturales u orgánicos lo que presenta una oportunidad favorable para el dulce de Guatila, valorado por su alto perfil nutricional. Cada vez son más las personas conscientes de la salud y cómo su estilo de alimentación influye en diversos factores y buscan alternativas fuera de las conocidas.

El análisis de mercado demostró que, si bien es cierto que existen productos similares como dulces de frutas tropicales, el dulce de Guatila tiene un sabor único y altas propiedades nutritivas.

El análisis de mercado sugiere que el proyecto de producción de dulce de Guatila tiene un potencial prometedor en el mercado actual y con grandes oportunidades para lograr una expansión a nuevos mercados.

Palabras claves:

Guatila, Marketing, Dulce, Turismo, Artesanal.

INTRODUCCIÓN

La Guatila es un producto tradicional de diversas culturas latinoamericanas que ha cautivado a una gran cantidad de personas con el pasar del tiempo. Conocida como “naranjilla”, la Guatila es un producto con un alto aporte nutricional con grandes beneficios para la salud.

Este proyecto tiene como objetivo explorar la producción artesanal del Dulce de Guatila desde su proceso de elaboración y su comercialización, buscando resaltar su valor nutricional, cultural y su potencial como alternativa saludable en el mercado actual. A través de este trabajo, plantearemos las alternativas para dar a conocer y comercializar nuestro producto mediante los procesos de marketing adecuados para nuestro propósito de incursión en el mercado.

Con esto buscamos no solo preservar y dar a conocer un producto tradicional colombiano, sino abrir nuevas puertas hacia este noble y ancestral fruto descubriendo sus secretos y aprovechando al máximo su potencial.

JUSTIFICACION

Desde mucho tiempo la Guatila ha sido considerada como uno de los productos naturales más ricos en componentes benéficos para el organismo, sin embargo, es considerado como una hortaliza utilizada en la cocina de sal. El presente de trabajo es enfocado en el elaboración y presentación de un dulce artesanal de Guatila, logrando así el conocimiento y explotación de un producto nacional que puede ser utilizado en cualquier tipo de alimento (dulce o salado).

Por otro lado, es una oportunidad a la exploración del mercado en que se busca incursionar con el fin de establecer la viabilidad de la inclusión en este con productos característicos de la región dándoles un giro para que sean más agradables aun manteniendo economía, algo de tradición y resaltando lo artesanal, demostrar que de lo que se encuentra fácilmente hay mucho más por rescatar, aprovechar e impulsar, con el fin de innovar en la gastronomía basada en un producto que es de fácil y económico acceso la comunidad.

En esta ocasión el consumidor ni siquiera se dará cuenta que está consumiendo cidra, ya que al mezclarla con el dulce que se obtiene de la panela y realizar el proceso de preparación correspondiente se obtiene el producto en una presentación llamativa y agradable al paladar, muy similar al dulce de papayuela, pero en vez de esta se usará la Guatila que es mucho más económica. Realizamos este proyecto con el fin que su consumo sea más conocido aportando nutrientes a nuestro cuerpo, también recalcando que es un producto de bajo costo y que logra suplir muy bien otros alimentos.

MARCO REFERENCIAL

MARCO CONCEPTUAL

Desde tiempos remotos, la humanidad ha buscado satisfacer sus necesidades de alimento y vestimenta, tanto así, que precisó agruparse con otros para realizar actividades como la caza, pesca, entre otros, buscando sobre todo de manera estratégica el poder alimentarse, esto lo incentivó a desplazarse y trasladarse a lugares donde se le facilitaba encontrar distintas especies de animales que puedan servir como alimento. (Ivorra, 2017, pág. 2)

Después, aprendió a recolectar frutos y semillas, dando paso a la agricultura, esto lo ayudó a cultivar su propio alimento, crear herramientas que faciliten el uso de este, y la manera de poder transformarlas, cocinarlas, para que sean de un sabor agradable al paladar. (Ivorra, 2017, pág. 2)

A continuación, estalla la revolución industrial, época donde el hombre busca una mejor calidad de vida, en el que implica que sus necesidades también evolucionan, entonces las industrias crecen y se desarrollan para poder crear bienes y servicios que satisfagan dichas necesidades. (Ibáñez Gerardo, 2012)

A raíz de dicha revolución, se van especializando ramas de distintas profesiones, actividades y oficios. Dando vida a la cocina. “La gastronomía es un conocimiento, un entendimiento, sobre todo lo que tiene que ver con la comida. Su objetivo es asegurar la supervivencia de la humanidad gracias a una alimentación sabrosa y adecuada.” (BRILLAT-SAVARIN, 2017).

Por otro lado, tomando en cuenta a un pionero colombiano dentro la cocina colombiana "La gastronomía comienza por una pasión, por un amor a la cocina, hacia la buena mesa." (Sasson, 2013)

Asimismo, el año 2010 la directora de calidad y desarrollo sostenible del turismo junto al Viceministerio de turismo y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, lanzan el proyecto "Gastronomía, sector de oportunidades para el turismo" cuyo objetivo fue realizar varias actividades, como el conocimiento general de la cultura receptora, las visitas a monumentos y museos, actos culturales y folclóricos, la adquisición de productos artesanales sobre todo haciendo énfasis en el disfrute de la gastronomía local. (Sánchez Arciniegas, 2010)

Igualmente, la revisa Dinero, hace énfasis y enfoque a la gastronomía colombiana, catalogando a la misma en la siguiente cualidad.

La gastronomía en Colombia es un gran representante de nuestra tierra, en ella encontramos tradiciones, creencias, identidad de la región proveniente y hasta delata festividades en las que se encuentren. Colombia y sus regiones son un destino turístico llamativo tanto locales como para extranjeros, un país rico en diversidad de fauna, flora, culturas, tradiciones, creencias, pisos térmicos... Un país donde se puede encontrar de todo, ir de un extremo a otro en cuanto a clima con tan solo 3 o 4 horas de viaje por carretera. La gastronomía es otro producto turístico que Colombia debe promocionar local e internacionalmente. Este es un componente determinante de la cultura de un país. (Revista Dinero, 2013)

Del mismo modo, el año 2013 el ministro de Comercio, Industria y Turismo, en una entrevista con la revista Dinero, indicó.

La cocina tradicional se constituye en un importante elemento con valor turístico. Las tendencias actuales del turismo buscan tener una relación más directa con las comunidades que se visitan y vivir sus costumbres, por ello, la gastronomía es un factor determinante. (Dinero & Diaz-Granados, 2013)

De la misma manera, el año 2016 la ministra de Comercio, Industria y Turismo lanza una nueva estrategia, donde realizó un evento en Santa Marta haciendo una presentación del inventario de platillos que conforman la oferta gastronómica nacional y el calendario de actividades que se desarrollan en el país, a lo largo del año, para impulsar los sabores locales y dinamizar la economía entre las comunidades. Donde la ministra expresó "La gastronomía colombiana representa una oferta de gran impacto en el desarrollo turístico de las regiones" (Redacción El Tiempo, 2016)

Dentro de la gastronomía colombiana encontramos dulces o postres elaborados a base de frutas típicas de cada departamento mezclado con almíbares, azúcar o panela. Así, por regiones podemos encontrar en Antioquia la natilla, leche asada y arroz con leche; la costa atlántica con el flan de coco y piña o una papilla de mamey; el bocadillo veleño de Santander; el manjar blanco del Valle del Cauca; las cocadas de la costa pacífica; los alfandoques y el flan de café en el Eje Cafetero. (Revista Semana, 2011)

La Guatila o Cidra en originaria de México y América Central, buena fuente de vitaminas, minerales, carbohidratos y calorías. Es consumida comúnmente como verdura, forma parte de guisos, en ensaladas rallada para remplazar el repollo, infusiones de sus hojas para disolver cálculos renales o manejo de la hipertensión arterial. (Universidad Nacional de Colombia sede Palmira, 1998)

Tabla 1. Detalle nutricional

Componente	Contenido de fruto	Contenido de brotes	Contenido en raíces	Unidad
Agua	9,8	89,7	79,7	%
Carbohidratos	7,7	4,7	17,8	G
Proteínas	0,9	4	2	G
Lípidos	0,2	0,4	0,2	G
Calcio	12	58	7	Mg
Fósforo	30	108	34	Mg
Hierro	0,6	2,5	0,8	Mg
Vitamina A	5	615	-	Ul
Tiamina	0,03	0,08	0,05	Mg
Riboflavina	0,04	0,18	0,03	Mg
Niacina	0,4	1,1	0,9	Mg
Ácido ascórbico	20	16	19	Mg
Valor energético	31	60	79	Cal

Nota. Recuperado de Medigraphic (2010). Sechium edulw (jacq.) Swartz y los fitoesteroles como agentes antihiperlipidémicos y antihipertensivos.

Adicionalmente la guatila no solo nos brinda aportes nutricionales sino también medicinales y conservadores esto de acuerdo con una de las hipótesis generadas frente a la investigación del caso donde los sepultados se convierten en momias en San Bernardo, el pueblo colombiano.

Quienes viven en San Bernardo tienen muchas. La más común es que los residentes comen mucha guatila, una especie de hortaliza que en otros lugares de América se conoce como chayote, chuchú o papa de pobre, entre otros nombres. Las personas de la región la hierven como una papa o la usan para postre. Dicen que este alimento mantiene saludable a las personas en vida y las preserva después de la muerte. También le dan crédito al balú, una leguminosa. "El primo de mi abuelo estaba parcialmente momificado cuando los sacaron de la bóveda hace algunos años, y eso nos emocionó", dijo Alejandro Cano, un asesor agrícola del pueblo quien dice que su familia es gran consumidora de guatila. "Cuando sacan a alguien de la bóveda todos se pregunta '¿estará o no estará?'". Durante años Colombia se ha destacado por la fabricación de dulces y bocadillos típicos basados en las antiguas recetas familiares que han sido compartidas durante generaciones, las cuales no solo se destacan por su exquisito sabor sino también por la particularidad de los productos utilizados en su fabricación (Revista La Nación,2015)

- **CHICHA DE CUBIO**

  El Cubio es un tubérculo típico Boyacense el cual comúnmente se consume en el Cocido Boyacense y aún más no es del todo agradable por su aspecto. En esta ocasión lo ofrecemos en una bebida típica de nuestro país para hacer un poco más agradable su consumo.

- **PUDIN DE AGUACATE**

  El aguacate es un fruto que comúnmente se utiliza en ensaladas, como plato de sal, hoy en día se ha creado la posibilidad de su consumo en jugos y postres, es por eso por lo

que aprovechando sus propiedades lo presentamos como pudin, una forma atractiva y deliciosa.

Figura 1
Pudín de aguacate



https://puertoricoproduce.com/items/pudin-de-aguacate-receta-de-kourtney-kardashian

- **POSTRE DUCALES**

  Económico y fácil de hacer, consiste en mezclar crema de leche y leche condensada (en igual cantidad) y la cantidad necesaria del zumo de una fruta acida, creando así una mezcla esponjosa, capas entre las mismas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Guatila es un fruto poco comercial cuyo consumo no es de gran aceptación en ocasiones debido a su apariencia o las preparaciones y presentaciones en que se ofrece, pero la presentación que se desea ofrecer será llamativa e innovadora en el mercado, ya que sólo el fruto es desmeritado y lo que se busca es que sea agradable al consumidor mientras el mismo aprovecha los nutrientes que dicho fruto puede aportar al ser humano en su consumo.

PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo lograr la inclusión del dulce de Guatila a través de una estrategia de comercialización dentro el mercado competitivo de postres artesanales?

OBJETIVOS.

1.1 OBJETIVO GENERAL

Crea una estrategia de comercialización logrando la inclusión del duce de guatila con el fin de obtener un posicionamiento en el mercado de los postres artesanales.

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los componentes nutritivos de la Guatila.
- Evaluar el consumo de dulces artesanales.
- Refinar la receta y preparación de la guatila, llevándola al mundo del dulce.

METODOLOGÍA

ENFOQUE

Investigación mixta (descriptiva – cuantitativo)

La investigación descriptiva, según se mencionó, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación. (Grajales G., 2000, pág. 2)

Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren la medición de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir. (Grajales G., 2000, pág. 2)

"La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente." (Tamayo y Tamayo, 2004 p.46)

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Hernández, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2004, pág. 5)

En lo fundamental, ¿qué características destacan en el enfoque cuantitativo de la investigación? En términos generales, un estudio cuantitativo regularmente elige una idea, que transforma en una o varias preguntas de investigación relevantes; luego de éstas derivan hipótesis y variables; desarrolla un plan para probarlas; mide las variables en un determinado contexto; analiza las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis. (Hernández, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2004, pág. 5)

Por lo común, en los estudios cuantitativos se establece una o varias hipótesis (suposiciones acerca de una realidad), se diseña un plan para someterlas a prueba, se miden los conceptos incluidos en la(s) hipótesis (variables) y se transforman las mediciones en valores numéricos (datos cuantificables), para analizarse posteriormente con técnicas estadísticas y extender los resultados a un universo más amplio, o para consolidar las creencias (formuladas en forma lógica en una teoría o un esquema teórico). Tales estudios llevan la esencia en su título: cuantificar y aportar evidencia a una teoría que se tiene para explicar algo; la teoría se mantiene hasta que se refute o se alcance una mejor explicación. Un estudio se basa en otro. Los estudios cuantitativos se asocian con los experimentos, las encuestas con preguntas cerradas o los estudios que emplean instrumentos de medición estandarizados. Además, en la interpretación

de los estudios hay una humildad que deja todo inconcluso e invita a seguir investigando y mejorar el conocimiento, poniendo a disposición de otros investigadores todos los métodos y los procedimientos. (Hernández, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2004, pág. 9)

Aplicación a nuestro proyecto.

Al punto de analizar los conceptos y definiciones de diferentes expertos se puede describir o definir la investigación descriptiva como aquella que describe los datos y características del problema a tratar o investigar, en esta investigación se tratan de responder a preguntas como: ¿Qué, ¿quién, ¿dónde, ¿cuándo por qué y cómo?

La descripción se utiliza para frecuencias, promedios, cálculos, entre otros.

En la presente investigación se utiliza dicho método para describir acontecimientos, antecedentes relacionados con la problemática planteada, se describirá las características naturales, de producción y la posible distribución y venta del producto “el dulce de Guatila” y así se intentará dar solución a dicho problema a tratar en la presente investigación.

Se aplico la metodología cuantitativa ya que se implementaría la herramienta de encuesta para lograr establecer la viabilidad y posible aceptación del producto en el mercado.

Este método permite examinar los datos de manera numérica, cuantificable y verificable, con propósitos a generalizarlos, usar la recolección de datos para probar hipótesis, con base a la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento a través de la observación y la evaluación de la información para poder tomar decisiones. Este enfoque nos ayudará a tomar una mejor decisión, porque cada dato debe de ser preciso y debe de tener una serie de pruebas que comprueben su validez.

Por eso consideramos que el enfoque cuantitativo contribuirá en gran parte en la toma de decisiones. El análisis cuantitativo también nos ayuda a analizar las ideas más importantes sobre las opciones que se surgirán, este enfoque es muy necesario e indispensable.

ALCANCE

Segmentación de consumidor

Como mercado objetivo hombres y mujeres que tengan inclinación por los dulces artesanales, que no sufran de diabetes o tengan problemas similares con el consumo de azúcar y que su capacidad adquisitiva les permita comprar el producto, aquellos en los que la adquisición de productos por los compradores individuales o familiares se realiza con gran frecuencia, siendo generalmente consumidos al poco tiempo de su adquisición. Inicialmente para su distribución nos ubicaremos en la Calle 14 N· 8-27, Barrio la Candelaria, Bogotá D.C. Colombia.

Figura 2

Mapa de Bogotá y sus localidades



Nota:

https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQ3P4ocPFbQ8a2qVHkII2PDRPAgujbk51GXgPuVtEqhuA&s

Mercado de Consumo Inmediato.

Una vez establecido el mercado objetivo, se pudo identificar que la segmentación de mercado es la de consumo inmediato, es decir, son aquellos en los que la adquisición de productos por los compradores individuales o familiares se realiza con gran frecuencia, siendo generalmente consumidos al poco tiempo de su adquisición. Al mismo tiempo, debe cumplir con los siguientes aspectos:

- **Psicográfica**

Deben gozar de un espíritu jovial, emprendedor, egocéntrico, que les guste opinar y ser tomados en cuenta.

- **Basada en el comportamiento**

Debe comprar dulces artesanales con gran frecuencia, y consumirlo al poco tiempo de su adquisición.

Muestra.

- **Tipo de muestreo.**

Muestreo aleatorio o probabilístico simple de conocidos y estudiantes de la Universidad Compensar.

- **Tamaño de la muestra.**

Población finita.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

=

$$n=\frac{2^2.50.50.360}{4^2(3601)+2^2.50.50}$$

$$=\frac{3600000}{15744}$$

=228 personas.

Análisis e interpretación del mercado

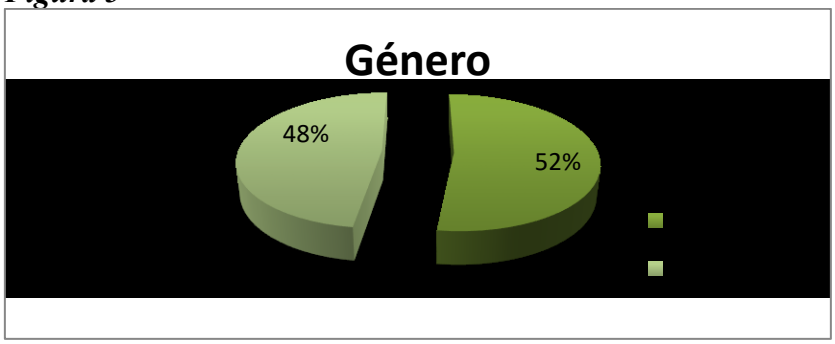
Para la implementación de este paso se realizó un enfoque cuantitativo mediante el método de encuesta (Anexo A); el cual utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

Es de gran importancia aclarar que la encuesta realizada, se aplicó mediante un enlace a los estudiantes de la Universidad Compensar y personas cercanas, dado que el tiempo fue un limitante para la realización de esta.

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUENTAS APLICADAS

1. Durante el ejercicio de aplicación se puede evidenciar que el género femenino tuvo un margen de participación levemente superior al masculino alcanzando un porcentaje total del 52% de la población encuestada.

Figura 3



Nota: adoptado (creación propia)

2. La población objeto de estudio en la cual fueron aplicadas las encuestas en su gran mayoría son universitarios de los cuales se relacionan a continuación de manera porcentual al grupo al que pertenecen según su edad: la lista la encabezan las mujeres entre 18 y 25 años con un porcentaje de 47%, seguidas de mujeres entre 26 y 33 años con un porcentaje de participación de 34%, mujeres entre 34 y 41 años con él 10 % y por último mujeres entre 42 y49 años con el 9%. De lo anterior se puede deducir de manera clara que los resultados del estudio abarcan en su mayoría a mujeres adultas jóvenes.

Figura 4



Nota: adoptado (creación propia)

3. En cuanto a las ocupaciones de los individuos objeto de estudio se puede evidenciar que el 100% de la muestra de las mujeres encuestadas son empleadas y donde además se puede establecer que el 97% de ellas además de atender su vida laboral también adelantan actividades académicas.

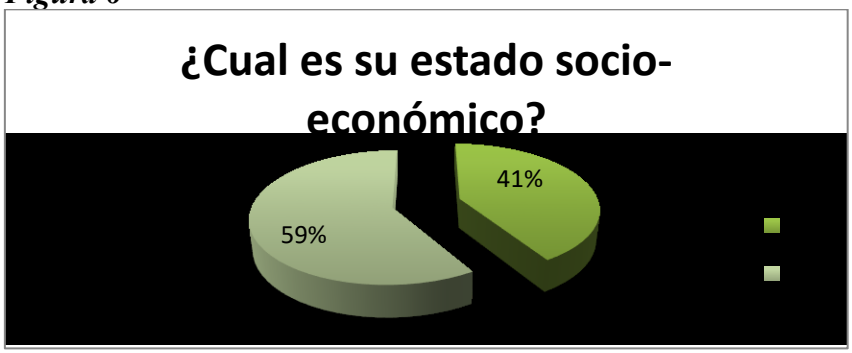
Figura 5



Nota: adoptado (creación propia)

4. En cuanto a que grupo o estrato socioeconómico pertenecen el género femenino objeto de estudio. Podemos evidenciar que el 41% de ellas pertenecen a la clase “media-baja” y el 59% pertenece a la clase “media y media-alta”. Cabe anotar que durante la aplicación de las encuestas no se contó con la participación de mujeres de altos estratos.

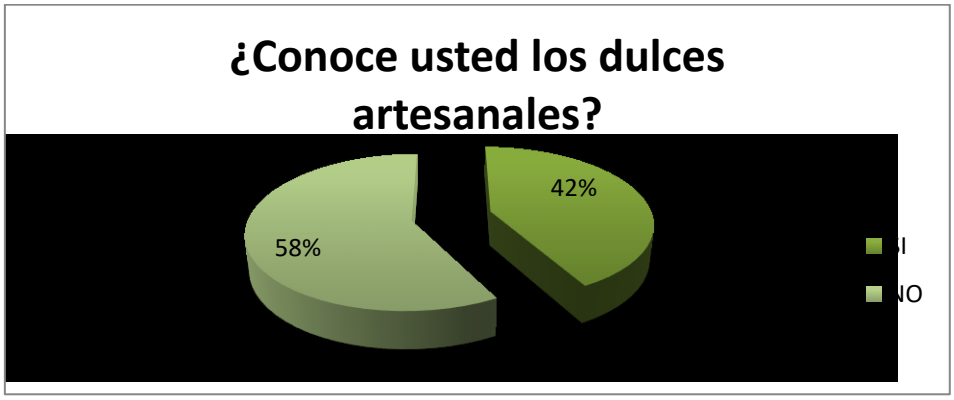
Figura 6



Nota: adoptado (creación propia)

5. Como resultado de la aplicación y posterior tabulación a esta pregunta, podemos deducir de manera clara que en un porcentaje bastante alto ajustado al 58% de las mujeres. Manifestaron NO conocer de dulces artesanales, versus el 42% que manifestó conocerlos. Estos datos son de gran importancia para dar una idea más clara acerca de los productos artesanales y así poder determinar la incidencia en la inclusión del dulce de guatila al mercado.

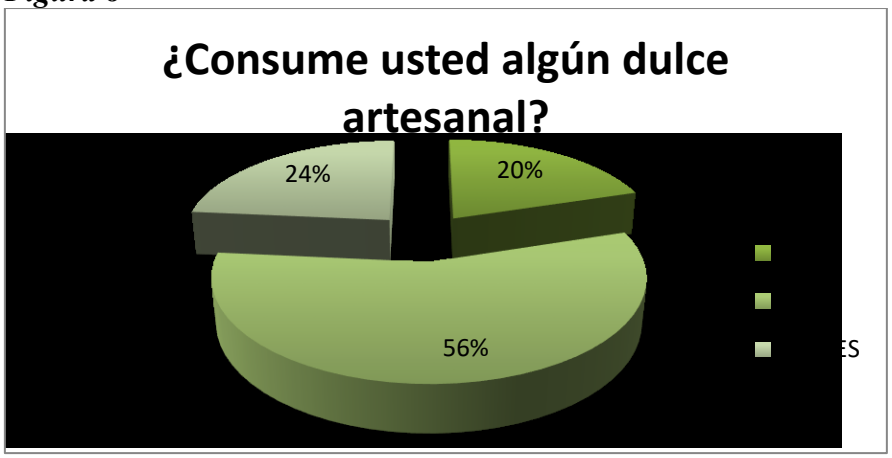
Figura 7



Nota: adoptado (creación propia)

6. De manera detallada se puede observar como resultado de la aplicación, que el 56% de las personas encuestadas no consume este producto, seguido de un 24% que afirma que lo consume de manera eventual o no continua y por último un 20% que afirma consumirlo de manera habitual, brindando factibilidad al hecho de lanzar un nuevo producto al mercado, identificando la importancia de la elaboración de productos artesanales en la gastronomía colombiana.

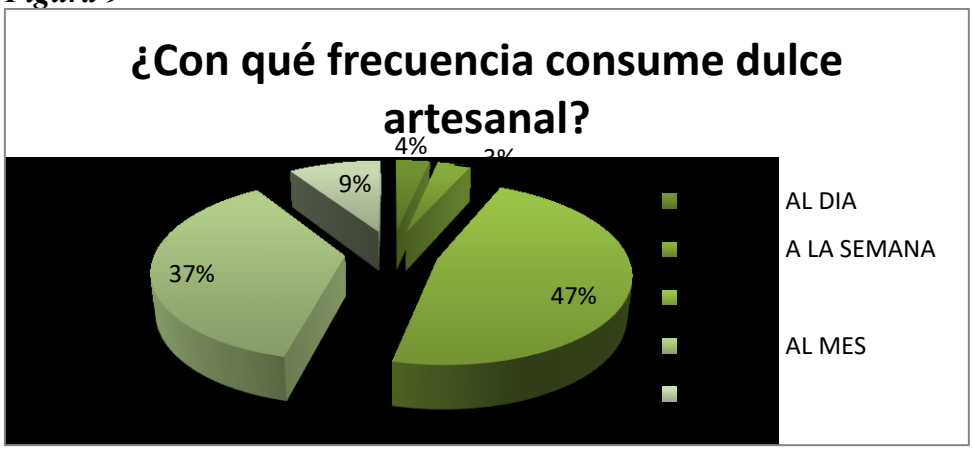
Figura 8



Nota: adoptado (creación propia)

7. En cuanto frecuencia en la cual la población encuestada afirma consumir el producto se obtuvieron los siguientes resultados: 47% nunca lo consume o a consumido, el 37% lo consume al menos una vez al mes. Los que respondieron "otro" se puede interpretar que lo consumen raramente y espacios de tiempo muy amplios superiores a los que se presentaron como una opción, existe un pequeño grupo el cual afirma que lo consume diariamente y por ultimo las mujeres que afirman consumir este tipo de productos una vez a la semana con un 3%.Al realizar un análisis detallado podemos concluir que al incluir un nuevo dulce artesanal al mercado, el consumo será muy poco y debemos implementar una estrategia para que la proyección de ventas sea alto.

Figura 9

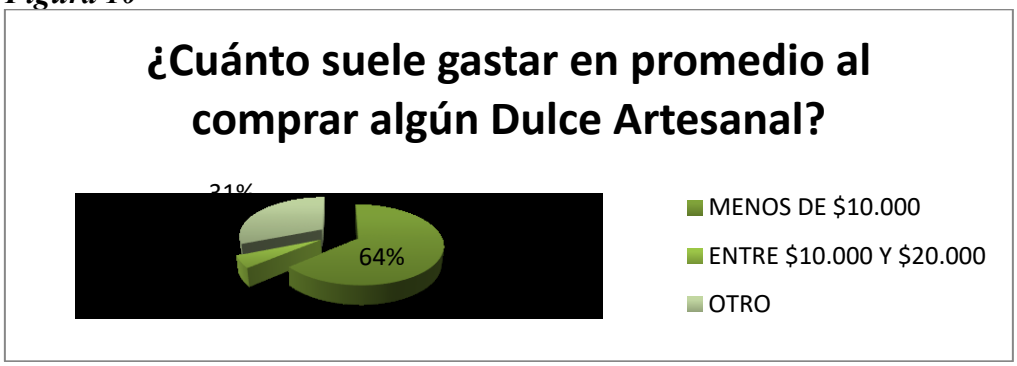


Nota: adoptado (creación propia)

8. El dinero que los personajes objeto de estudio estarían dispuestos a invertir o a gastar en un producto de este segmento se puede clasificar en dos opciones la primera indica que 64% suele gastar menos de $10,000 y tan solo 5% gasta en promedio más de $10,000 y menos de $15,000. Por último, existe un porcentaje del 31% de los

encuestados manifiesta la opción “otro” de esta variable de puede analizar que este porcentaje de mujeres no está dispuesto a invertir en esta clase de productos. lo que da a entender que el precio que se suele pagar por un jean es variado. Se tomará en cuenta esta información al momento de determinar el precio del producto.

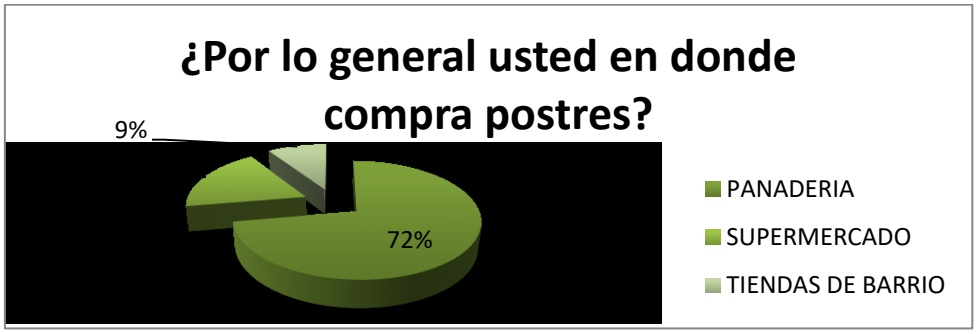
Figura 10



Nota: adoptado (creación propia)

9. En cuanto a los puntos de distribución en los que de manera eventual se podría expandir o comercializar el producto objeto de estudio se obtuvieron los siguientes resultados: dominan de manera clara las panaderías con el 72% lo que se deduce es que estos lugares son más fáciles de encontrar en el sector donde viven, trabajan y estudian, seguido de los supermercados con un 19% y finalmente en menor proporción las tiendas de barrio con un 9%.

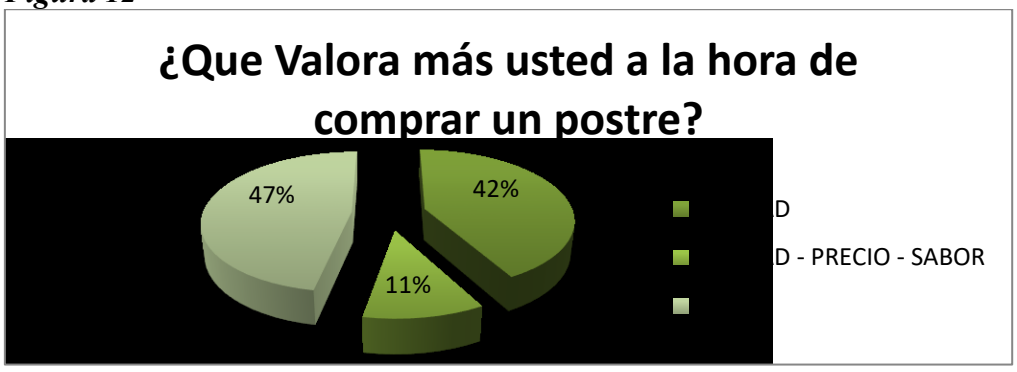
Figura 11



Nota: adoptado (creación propia)

10. En esta pregunta se puede establecer lo que los encuestados suelen poner en consideración al momento de realizar la compra de este tipo de productos. En la cabeza de las preferencias se ubica el sabor con un 47%. Seguido de la calidad con un 42% y por último el precio con un 11%. De manera sorpresiva encontramos que los clientes de este tipo de producto anteponen factores como la calidad en la elaboración y el sabor agradable a una de las mayores condicionantes de cualquier mercado como lo es el precio y nos demuestra que para que nuestro dulce artesanal de guatila sea exitoso debemos tener excelente calidad para satisfacer a nuestros clientes.

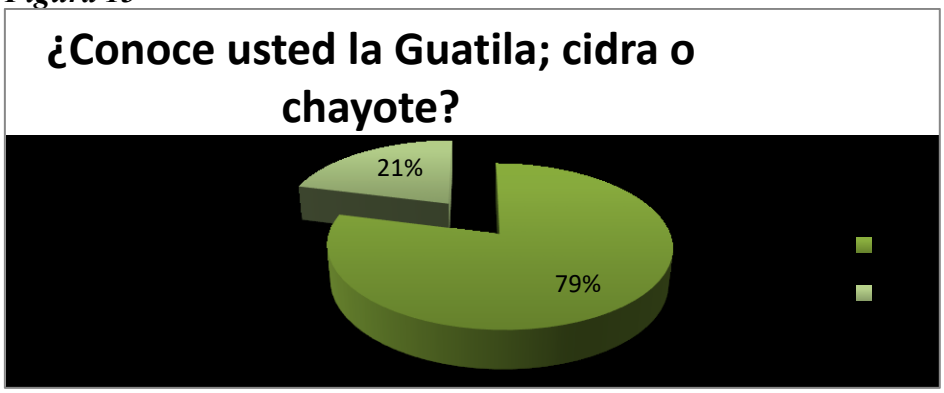
Figura 12



Nota: adoptado (creación propia)

11. Es evidente que la mayoría de la población objeto de estudio conoce el ingrediente principal de producto el cual se quiere ingresar al mercado. A si las cosas el 79% conoce la guatila y tan solo el 21% restante no la conoce. Al obtener información del conocimiento de este producto podemos obtener al final un excelente resultado en la inclusión de un nuevo producto a base de esta hortaliza.

Figura 13



Nota: adoptado (creación propia)

12. El 66% de los encuestados han consumido alguna vez la guatila, frente al 34 % que afirma jamás haberla probado, por malos comentarios acerca de este alimento, lo anterior podemos deducir que la mayoría de la población objeto de estudio identifica el sabor de esta hortaliza y en otra preparación de la guatila tendría mayor consumo.

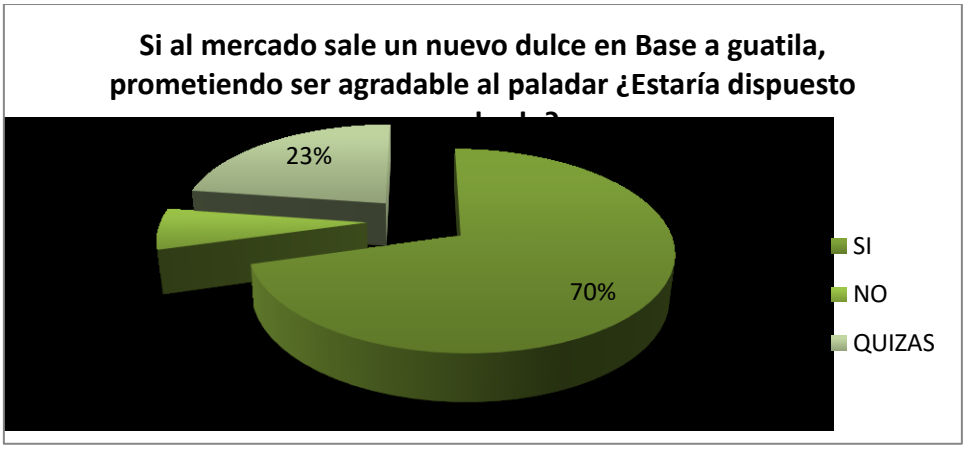
Figura 14



Nota: adoptado (creación propia)

13. Gran parte de los encuestados se demostraron interesados o dispuestos a probar el producto del cual se desprende esta investigación. El 70% afirmaron que estarían dispuestos a degustar este nuevo producto, seguido del 23% los cuales demostraron indiferencia o poco interés por el consumo y por último un 7% el cual definitivamente que no estaría dispuesto a probarlo, al realizar una evaluación detallada se puede deducir que la inclusión del dulce de guatila tendrá éxito en el momento de ser lanzado en el mercado.

Figura 15



Nota: adoptado (creación propia)

De los anteriores resultados se puede interpretar que existe un mercado el cual puede ser receptivo a la penetración de este producto, para llevar un proceso de inmersión el que cual pueda generar productividad en las ventas del mismo.

RESULTADO

Propuesta de valor

Teniendo en cuenta que la guatila es consumida comúnmente como verdura, forma parte de guisos, en ensaladas rallada para remplazar el repollo, infusiones de sus hojas para disolver cálculos renales o manejo de la hipertensión arterial.

Este proyecto quiere transformar esta materia prima (Guatila) en un nuevo producto de textura suave y delicioso sabor, que haga sentir a las personas en su paladar, ese dulce sabor, único y exquisito, así mismo quiere darse a conocer no solo como un dulce sino, como un producto con un alto contenido nutricional y crear un eco entre las personas para que empiecen a consumir este tipo de alimentos que además de ser sano, es de un bajo precio y asequible a todo tipo de comunidad.

Por otro lado, es una oportunidad a la exploración del mercado en que se busca incursionar con el fin de establecer la viabilidad de la inclusión en este con productos característicos de la región dándoles un giro para que sean más agradables aun manteniendo economía, algo de tradición y resaltando lo artesanal, demostrar que de lo que se encuentra fácilmente hay mucho más por rescatar, aprovechar e impulsar, con el fin de innovar en la gastronomía basada en un producto que es de fácil acceso y económico.

En esta ocasión el consumidor ni siquiera se dará cuenta que está consumiendo cidra, ya que al mezclarla con el dulce que se obtiene de la panela y realizar el proceso de preparación correspondiente se obtiene el producto en una presentación llamativa y agradable al paladar, muy similar al dulce de papayuela, pero en vez de esta se usará la Guatila que es mucho más

económica. Realizamos este proyecto con el fin que su consumo sea más conocido aportando nutrientes a nuestro cuerpo, también recalcando que es un producto de bajo costo y que logra suplir muy bien otros alimentos, propuesta que hemos planteado por medio de Canvas el cual se podrá visualizar en el (Anexo D).

Producto

La Guatila o Cidra es originaria de México y América Central, buena fuente de vitaminas, minerales, carbohidratos y calorías. Es consumida comúnmente como verdura, forma parte de guisos, en ensaladas rallada para remplazar el repollo, infusiones de sus hojas para disolver cálculos renales o manejo de la hipertensión arterial.

Tabla 2. Composición Nutritiva de 100 gramos de Diversos Órganos del Chayote

Componente Contenido de Contenido en Unidad de fruto brotes raíces
Agua 90,80 89,70 79,70 %
Carbohidratos 7,70 4,70 17,80 g
Proteínas 0,90 4,00 2,00 g
Lípidos 0,20 0,40 0,20 g
Calcio 12,00 58,00 7,00 mg
Fósforo 30,00 108,00 34,00 mg
Hierro 0,60 2,50 0,80 mg
Vitamina A 5,00 615,00 - UI (valor)
Tiamina 0,03 0,08 0,05 mg
Riboflavina 0,04 0,18 0,03 mg
Niacina 0,40 1,10 0,90 mg

Acido ascórbico 20,00 16,00 19,00 mg
Valor energético 31,00 60,00 79,00 cal

Figura 16

Guatila



Nota: https://www.pulzo.com/vivir-bien/que-pasa-si-come-guatila-cruda-como-hacer-jugo-bajar-azucar-PP3539785A

Dulce de Guatila: la guatila es un fruto poco comercial y en la presentación que ofrecemos será llamativa e innovadora en el mercado, solo el fruto es desmeritado y lo que buscamos es que sea agradable al consumo para así mismo aprovechar los nutrientes que puede aportar al ser humano en su consumo. El proceso de elaboración 100% artesanal, guatila cortada en delgadas tiras, tostadas al horno bañadas con melao acompañadas de queso (opcional).

Preparación 1

Para la preparación de este dulce se requieren los siguientes ingredientes:

- Guatila (chayote)
- 1 taza de azúcar morena puede ser remplazada por panela
- 3 ramas de canela
- 4 clavos de olor
- ½ cucharadita de sal

La Guatila debe estar fresca y dura al tacto. Se abren a la mitad (por la parte donde de une a la planta) se le quita la semilla ya que esta al cocinarse da un sabor agrio a la preparación, se cocina en agua suficiente que la cubra.

Una vez cocinada y mientras esté caliente se retira la piel y se taja la Guatila en plaquetas delgadas por la parte más angosta, y se cocina nuevamente con agua a nivel que solo las cubra y cuando vaya a soltar el hervor se baja del fuego y se escurre esta operación por tres veces sin sal, ni azúcar.

Se coloca a escurrir y cuando estén secas pasar al horno que seque bien el agua o sino al sol con el fin de que tueste un poco.

Luego se coloca al fuego bajo, junto con el agua que quede al ras porque de lo contrario no espesa junto con la panela, los clavos de olor y la canela, dejar hervir hasta que la panela coja espesor formando un melao.

Se sirve frio o caliente con queso, tostadas, galletas de sal, pan tostado.

Figura 17

Dulce de Guatila



Nota: https://www.cocinadominicana.com/wp-content/uploads/2021/06/dulce-de-tayota-chayote-dessert-ClaraGon0004-600x900.jpg

Preparación 2

- 1 guatila
- 1 taza de azúcar
- zumo de 1 limón
- 1 rama canela
- piel de limón

Se lavar la guatila, después la partimos en trozos con cuchillo.

Luego ponemos en una olla los trozos, los cubrimos de agua añadimos el zumo de limón y dejamos hervir 40 minutos, pasado el tiempo, escurrimos dejamos enfriase, y la vamos despegando de la piel y quitando semillas.

La rallamos y escurrimos bien sobre un paño de algodón, ahora lo pesamos y lo ponemos en una olla, añadimos la misma cantidad de azúcar, la rama de canela y la piel de limón, lo ponemos a fuego lento, revolviendo con frecuencia durante 15 minutos aproximadamente.

Se sirve frio o caliente con queso, tostadas, galletas de sal, pan tostado.

Figura 18

Ralladura de dulce de Guatila



Nota:https://www.google.com/imgres?q=guatila%20chayote%20preparaci%C3%B3n%20de%20dulce%20de%20guatila%20rallado&imgurl=https%3A%2F%2Fblogger.googleusercontent.com%2Fimg%2Fb%2FR29vZ2xl%2FAVvXsEgYNxmxyxEqYlJ2U-

Adicionalmente hemos pensado en una presentación más gourmet, llevando el producto a otro nivel, por medio de un postre de mil hojas a largo plazo por lo que no se contempla una proyección de costos o preparación.

Figura 19

Mil hojas de dulce de Guatila



Nota: https://www.casademexico.es/wp-content/uploads/2023/10/imagen-receta-mil-hojas.png

De igual forma como se menciona, durante el proceso de producción son indispensables ciertos elementos que garantizan el tratamiento de la materia prima, los cuales se mencionan en la siguiente tabla.

Tabla 3. Elementos para la producción de mermeladas

Elemento	Imagen	Descripción	Precio
Cucharas medidoras		Se utilizan para las porciones y medidas del azúcar y sal.	$8.200
Cuchillos		Se utilizan para limpiar la guatila de la cáscara.	$59.900
Ollas		Las ollas son fundamentales para la cocción de la guatila y la esterilización de los envases.	$820.000
Espátula		Se utiliza para revolver en el momento de la cocción.	$12.000
Papel de absorbente		Se utiliza para que los envases se sequen en una superficie limpia.	$2.000
Pinzas		Se utilizan para sostener los envases calientes.	$8.000
Termómetro		Se utiliza para medir la temperatura en medio de la cocción.	$12.000

Tijeras		Son necesarias para abrir empaques de azúcar, sal, canela y clavos de olor.	$19.900

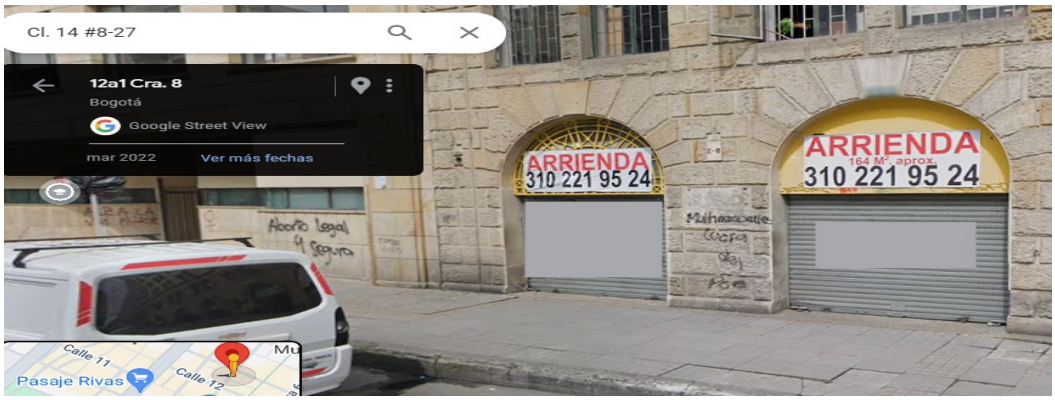
Nota: adoptado (creación propia)

Especificaciones técnicas del producto

Raíces está ubicada en la Calle 14 N· 8-27específicam local del primer piso; ente en la localidad de Candelaria. Los costos por el uso del espacio incluidos los servicios son de $950.000 COP.

Figura 20

Local en Candelaria



Nota: https://www.google.com/maps/@4.6003875,-74.0752884,3a,75y,285.84h,90t/data=!3m7!1e1!3m5!1s3Mli_VFwq_pVBExTJaWmTg!2e0!6shttps:%2F%2Fstreetviewpixels-pa.googleapis.com%2Fv1%2Fthumbnail%3Fpanoid%3D3Mli_VFwq_pVBExTJaWmTg%26cb_client%3Dsearch.gws-prod.gps%26w%3D86%26h%3D86%26yaw%3D285.84152%26pitch%3D0%26thumbfov%3D100!7i16384!8i8192?entry=ttu

Este espacio al ser tan grande permite dividir las áreas de producción y atención al público.

Tabla 4. Maquinaria de descarga

Maquinaria	Imagen	Descripción	Precio
Carretilla de carga		Se utiliza para llevar la materia prima en grandes cantidades ahorrando tiempo y fuerza.	$120.000
Escalera		Se utiliza para alcanzar elementos de gran altura, dentro de la bodega.	$154.000

Nota: adoptado (creación propia)

En la zona de desinfección son necesarios elementos para la protección de la materia prima.

Tabla 5. Maquinaria zona de almacenaje y desinfección

Maquinaria	Imagen	Descripción	Precio
Mesa de trabajo		Gracias al doble estante permite que, en la parte de abajo, se acomode la fruta que acaba de llegar. La parte superior se utiliza para la manipulación de la guatila que ya ha sido lavada.	$760.000
Mesa con lavabo		En esta parte se lavan la guatila para lograr una desinfección y posteriormente secado.	$754.000

Nevera industrial		Se utiliza para mantener frescos algunos ingredientes del dulce.	$2.900.000
Estantería		Se utiliza para almacenar los productos y materias primas que no requieren enfriamiento.	$320.000

Nota: adoptado (creación propia)

En la cocina debe estar todas las maquinarias necesarias para lograr este deliciosos dulce.

Tabla 6. Maquinaria para zona de cocina

Maquinaria	Imagen	Descripción	Precio
Mesa de trabajo		En ella se depositan los recipientes para elaborar las mermeladas.	$760.000

Mesa con lavabo		En esta parte se lavan los elementos utilizados para la cocción de las frutas.	$754.000
Estufa		Se utiliza para la cocción de los alimentos y esterilización de los envases.	$700.000

Nota: adoptado (creación propia)

En la zona de despacho se realizará el empaque dulce de guatila que se serán distribuidos para el local y de los pedidos.

Tabla 7. Maquinaria para la zona de despacho

Maquinaria	Imagen	Descripción	Precio
Estantería		Se utiliza para organizar los pedidos de forma adecuada de acuerdo a las zonas.	$320.000

Nota: adoptado (creación propia)

Adicionalmente también, se requieren utensilios para el personal encargado de la producción del dulce.

Tabla 8. Utensilios del personal

Maquinaria	Imagen	Descripción	Precio
Uniformes		Se utiliza para la higiene de la producción de alimentos.	$70.000
Careta Anti fluidos		Se utiliza para proteger el rostro de los empleados y por la higiene de la producción de alimentos.	$ 30.000
Malla para el cabello **Caja x 24**		Se utiliza para la higiene de la producción de alimentos.	$ 45.000
Zapatos de Cocina		Se utiliza para la higiene de la producción de alimentos y prevención de un accidente laboral.	$ 65.000
Guantes **Caja x 100**		Se utiliza para la higiene de la producción de alimentos.	$ 35.000

Nota: adoptado (creación propia)

Estrategia de comercialización

La guatila, también conocida como chayote o tayota, es un vegetal poco común en el mercado de dulces. La comercialización de un dulce de guatila requiere una estrategia que

eduque al consumidor sobre el producto, resalte sus beneficios y lo posicione de manera atractiva en el mercado. A continuación, se presenta una estrategia de comercialización detallada:

- **Análisis del Mercado**
  - Investigación de Mercado: Realizar estudios para entender el conocimiento y la percepción de la guatila entre los consumidores. Identificar el tamaño del mercado potencial y las tendencias de consumo de dulces y productos saludables.
  - Segmentación del Mercado: Identificar segmentos de mercado específicos que puedan estar interesados en productos novedosos y saludables, como consumidores conscientes de la salud, gourmets y amantes de alimentos naturales.
- **Desarrollo del Producto**
  - Calidad y Sabor: Garantizar que el dulce de guatila tenga un sabor excepcional y una alta calidad. Realizar pruebas de sabor con consumidores para ajustar la receta.
  - Ingredientes Naturales: Utilizar ingredientes naturales y resaltar la ausencia de aditivos artificiales en la formulación del producto.
  - Variantes del Producto: Ofrecer diferentes variantes, como dulce de guatila con diferentes frutas o especias, para atraer a distintos gustos.
- **Posicionamiento en el mercado**
  - Packaging: Desarrollar una marca atractiva y un empaque que resalte las características naturales y saludables del producto. Utilizar colores y diseños que evocan frescura y naturalidad.

- Historia del Producto: Crear una narrativa atractiva sobre la guatila y el proceso artesanal de elaboración del dulce para conectar emocionalmente con los consumidores.

➢ **Estrategia de precio**

Dentro del mercado se han creado variedad de estrategias para establecer los precios de un producto o servicio: “Tres estrategias principales de fijación de precios son: fijación de precios basada en el valor para el cliente, fijación de precios basada en el costo y fijación de precios basada en la competencia” (Kotler, 2018).

De acuerdo con lo anterior y teniendo en cuenta que se busca una estrategia para la inclusión del producto en el mercado, su precio no puede ser menor a los costos y gastos del producto, pero si a comparación de los precios establecidos por la competencia de postres artesanales, el cual en promedio están entre los 10.000 y 20.000 pesos COP.

Por lo que hemos decidido establecer un precio promedio para el dulce de guatila que oscila entre los 7.800,00 COP en un envase de 130 gr.

- Promociones y Descuentos: Ofrecer promociones de lanzamiento, descuentos por volumen y paquetes combinados para incentivar las primeras compras.

➢ **Distribución**

- Canales de Venta: Distribuir el producto en nuestra propia tienda, tiendas de alimentos saludables, supermercados, tiendas especializadas en productos naturales y plataformas de venta online.

- Alianzas Estratégicas: Establecer alianzas con tiendas de alimentos saludables, cafeterías, y restaurantes que puedan estar interesados en ofrecer productos novedosos y naturales.

➢ **Promoción y Publicidad**

- Marketing Digital: Utilizar redes sociales, realizar blogs de cocina saludable y marketing para crear conciencia y generar interés. Publicar recetas, testimonios y contenido educativo sobre la guatila.
- Eventos y Ferias: Participar en ferias de alimentos a nivel local, visitar los mercados de agricultores y eventos de salud y bienestar para dar a conocer el producto y ofrecer muestras gratuitas.
- Publicidad Tradicional: Eventualmente, por temas presupuestales, utilizar medios tradicionales como anuncios en revistas de salud, programas de radio locales y vallas publicitarias en zonas estratégicas para llegar a un público más amplio.

➢ **Educación del Consumidor**

- Campañas Educativas: Desarrollar campañas que expliquen los beneficios nutricionales de la guatila y cómo el dulce puede ser una opción saludable y deliciosa.
- Talleres y Degustaciones: Organizar talleres de cocina y degustaciones en tiendas y ferias para mostrar cómo se puede utilizar el dulce de guatila en diferentes recetas.

- **Fidelización del Cliente**
  - Programas de Fidelización: Crear programas de fidelización que recompensen a los clientes recurrentes con descuentos, productos exclusivos o puntos canjeables.
  - Feedback y Mejora Continua: Establecer canales de comunicación para recibir Feedback de los clientes y utilizar esta información para mejorar continuamente el producto y la experiencia del cliente.

Ejemplo de Implementación

Mes 1-2: Investigación y Desarrollo

- Realizar estudios de mercado y pruebas de sabor.
- Desarrollar la marca y el diseño del empaque.

Mes 3-4: Preparativos de Lanzamiento

- Establecer alianzas con canales de distribución.
- Crear contenido para campañas de marketing digital y tradicional.

Mes 5: Lanzamiento

- Iniciar la distribución del producto.
- Lanzar campañas promocionales y realizar eventos de degustación.

Mes 6-12: Expansión y Fidelización

- Ampliar los canales de distribución.
- Implementar programas de fidelización y continuar con las actividades de promoción.

Con esta estrategia integral, el dulce de guatila puede posicionarse exitosamente en el mercado como un producto innovador, saludable y delicioso.

Estrategia financiera

- **Inversión inicial**

Para llevar a cabo la estrategia de comercialización, primero se tuvo en cuenta el presupuesto de inicio de negocio anual, el cual incluye los recursos humanos, maquinaria, equipo, materia prima, operación y formalización como se muestra a continuación.

Tabla 9. Presupuesto inicial

Segmentación	Descripción	Cantidad	Valor unidad	Valor mes
Recursos humanos	Personal operativo	2	1.518.315,00	3.036.630,00
	Personal administrativo	1	1.518.315,00	1.518.315,00
Maquinaria	Escalera	1	154.000,00	154.000,00
	Carretilla de carga	2	120.000,00	120.000,00
	Congelador horizontal	1	1.800.000,00	1.800.000,00
	Nevera industrial	1	2.900.000,00	2.900.000,00
	Estufa	1	700.000,00	700.000,00

	Cucharas medidoras	2	8.200,00	16.400,00
	Cuchillos	3	59.900,00	179.700,00
	Ollas	2	820.000,00	1.640.000,00
Utensilios	Espátula	3	12.000,00	36.000,00
	Papel Absorbente	30	2.000,00	60.000,00
	Pinzas	3	8.000,00	24.000,00
	Termómetro	3	12.000,00	36.000,00
	Tijeras	2	19.900,00	39.800,00
	Mesa de trabajo	2	760.000,00	1.520.000,00
Equipos	Mesa con lavado	2	754.000,00	1.508.000,00
	Estantería	2	320.000,00	640.000,00
	Guatila	350 kilos	2.100,00	735.000,00
	Panela caja x 32 unidades	10	88.000,00	880.000,00
Materia prima	Clavos de olor- paquete	150	1.500,00	225.000,00
	Canela -paquete	150	4.700,00	705.000,00
	Local	1	950.000,00	950.000,00
Operación	Servicios públicos	1	600.000,00	600.000,00
	Publicidad	1	100.000,00	100.000,00

	Aseo	1	200.000,00	200.000,00
	Uniformes	4	70.000,00	280.000,00
	Careta Anti fluidos	4	30.000,00	120.000,00
Dotación	Malla para el cabello Caja x 24	1	45.000,00	45.000,00
	Zapatos de cocina	4	65.000,00	260.000,00
	Guantes cajas x 100	2	35.000,00	70.000,00
	Registro CC	1	286.300,00	286.300,00
	Invima	1	4.406.466,00	4.406.466,00
Formalización	Licencias para manejo de Alimento ISO 22000:2018	1	7.600.000,00	7.600.000,00
	Marca	1	954.500,00	954.500,00
Total, Inversión		**34.346.111,00**		

Nota: adoptado (creación propia)

Como se muestra en la tabla, el presupuesto de inicio es de $34.236.211 COP. Sin embargo a continuación se detalla la inversión durante los próximos 11 meses y una inversión en el mes 6, para renovación de utensilios y dotación; para un total de 135.602.406,00 COP.

Tabla 10. Inversión mensual

Segmentación	Descripción	Cantidad	Valor unidad	Valor mes
Recursos humanos	Personal operativo	2	1.518.315,00	3.036.630,00
	Personal administrativo	1	1.518.315,00	1.518.315,00
Materia prima	Guatila	350 kilos	2.100,00	735.000,00
	Panela	10	88.000,00	880.000,00
	Clavos de olor	150	1.500,00	225.000,00
	Canela	150	4.700,00	705.000,00
Operación	Local	1	950.000,00	950.000,00
	Servicios públicos	1	600.000,00	600.000,00
	Publicidad	1	100.000,00	100.000,00
	Aseo	1	200.000,00	200.000,00
Total, inversión			**8.949.945,00**	

Nota: adoptado (creación propia)

Tabla 11. Inversión sexto mes

Segmentación	Descripción	Cantidad	Valor unidad	Valor mes
Utensilios	Cucharas medidoras	2	8.200,00	16.400,00
	Cuchillos	3	59.900,00	179.700,00
	Ollas	2	820.000,00	1.640.000,00
	Espátula	3	12.000,00	36.000,00
	Papel Absorbente	30	2.000,00	60.000,00
	Pinzas	3	8.000,00	24.000,00
	Termómetro	3	12.000,00	36.000,00
	Tijeras	2	19.900,00	39.800,00
Dotación	Uniformes	4	70.000,00	280.000,00
	Careta Anti fluidos	4	30.000,00	120.000,00
	Malla para el cabello Caja x 24	1	45.000,00	45.000,00

	Zapatos de cocina	4	65.000,00	260.000,00
	Guantes cajas x 100	2	35.000,00	70.000,00
Total inversión		**2.806.900,00**		

Nota: adoptado (creación propia)

Cabe aclarar que de acuerdo con las indicaciones anteriores y del proceso productivo tiene una capacidad de producción de 1.000 dulces de Guatila mensuales.

- **Financiación y fuentes de financiación**

Como primera opción el presupuesto de inicio es posible obtener del aporte de 2 socios que conformarán la empresa por partes iguales, obteniendo aportes individuales de 17.173.055,50 COP que superan los 34.236.211 COP lo que lograría cubrir la inversión inicial del primer mes.

Sin embargo, y si se desea correr menos riesgo con el capital, se cuenta con segunda opción un préstamo bancario, en caso de que se necesite mayor liquidez durante el primer año para cubrir la inversión inicial de 135.602.406,00 COP. Dicho préstamo se realizaría con la entidad Banco Caja Social, con una tasa de interés mensual del 2.68% para pagar en un plazo de 5 años.

- **Proyección de ventas**

El precio de venta del dulce de Guatila se estableció para obtener o superar un 30% en el margen de ganancia con un precio de venta de 7.800 COP.

A continuación, se muestra la proyección de ventas durante el primer año.

Tabla 12. Ventas proyectadas primer año

Producción	Cantidad mermeladas	Precio
Mes 1	900	7.020.000,00
Mes 2	910	7.098.000,00
Mes 3	920	7.176.000,00
Mes 4	930	7.254.000,00
Mes 5	940	7.332.000,00
Mes 6	950	7.410.000,00
Mes 7	960	7.488.000,00
Mes 8	970	7.566.000,00
Mes 9	980	7.644.000,00
Mes 10	1.000	7.800.000,00
Mes 11	1.000	7.800.000,00
Mes 12	1.010	7.878.000,00
Total	**11.460**	**89.466.000,00**

Nota: adoptado (creación propia)

Como se evidencia en la tabla se espera que el dulce de guatila tenga un crecimiento mensual progresivo, lo cual se refleja en las proyecciones de ventas a 8 años, que se establecen de acuerdo con la inflación estimada del país que se estima entre el (4% y 4,9%).

Tabla 13. Proyección de ventas de los 8 primeros años

Ingreso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Ventas	89.466.000	96.966.000	104.466.000	111.966.000	119.466.000	126.966.000	134.466.000	141.966.000
Total	89.466.000	96.966.000	104.466.000	111.966.000	119.466.000	126.966.000	134.466.000	141.966.000

Nota: adoptado (creación propia)

DISCUSIÓN

La simulación de producción del dulce de Guatila nos ha permitido conocer los desafíos y oportunidades asociados con la elaboración de este producto tradicional. A lo largo de este proyecto, hemos explorado cada paso del proceso de producción desde la selección de la materia prima y los métodos más eficaces para su comercialización identificando las áreas clave que requieren atención y optimización.

También hemos reconocido la importancia de la innovación y la adaptación de la demanda en el mercado y cómo la incorporación de nuevos canales de comercialización puede impulsar nuestro producto con un alcance mucho más grande con un esfuerzo un poco más reducido en cuanto a fuerza de capital humano.

En definitiva, la investigación realizada para la simulación del proceso de producción del dulce de Guatila, no ha brindado una visión integral de este proceso y nos ha permitido conocer su potencial como producto de calidad y su capacidad para salir del mundo de la sal al mundo del dulce cumpliendo las expectativas de los consumidores en su relación costo-beneficio.

De esta forma, podemos apoyar a los campesinos que cultivan este fruto para adquirir la materia prima de primera mano con un alto beneficio para ellos y para el proyecto.

ANEXOS

Anexo A

ANALISIS E INTERPRETACION DI

Anexo B

Estimado(a) agradecemos el darnos este espacio para poder realizar esta Encuesta para estimar el posible consumo del Dulce de Guatila, por favor marque las opciones de su preferencia.

1.- Género

Femenino ☐ Masculino ☐

2.- ¿Entre qué rango está su edad?

18 – 25 ☐ 26 – 33 ☐ 34 – 41 ☐ 42 – 49 ☐ 50 – 60 ☐

3.- ¿Cuál es su ocupación? Máximo dos opciones.

Estudiante ☐ Empleado ☐ Independiente ☐ Pensionado ☐ Ama de casa ☐ Desempleado ☐

4. Estado socio-económico

0 ☐ 1- 2 ☐ 3 - 4 ☐ 5- 6 ☐

5. ¿Conoce usted los dulces artesanales? En caso afirmativo cuales.
Si ☐ _____ No ☐

6. ¿Consume usted algún dulce artesanal?
Si ☐ No ☐ A veces ☐

7. ¿Con qué frecuencia consume dulce artesanal?

Una vez al día ☐ Una vez a la semana ☐ Nunca ☐ Una vez al mes ☐ Otro (Especifique) ☐ _____

8. ¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar algún Dulce Artesanal?

Menos de 10.000 $ ☐ Entre 10.000 y 20.000 $ ☐ Otro (Especifique) ☐ _____

9. ¿Por lo general usted en donde compra postres?

Panaderías ☐ Supermercados ☐ Tiendas de Barrio ☐

10. ¿Que Valora más usted a la hora de comprar un postre?

Calidad ☐ Precio ☐ Sabor ☐ Beneficios ☐ Otro (Especifique) ☐ _____

11. ¿Conoce usted la Guatila; cidra o chayote?
Si ☐ No ☐

12. ¿Alguna vez consumió la Guatila en Guiso, Comida?

Si ☐ No ☐ Otro (Especifique) ☐ _____

13. Si al mercado sale un nuevo dulce en Base a guatila, prometiendo ser agradable al paladar ¿Estaría dispuesto a probarlo?
Si ☐ No ☐ Quizás ☐

Muchas gracias, valoramos su tiempo.

Anexo C



Canvas Lean .pdf

REFERENCIAS

Cantú Cesar (2006) Editorial del Cardo, Historia Universal. Recuperado de http://www.biblioteca.org.ar/libros/132404.pdf

Ibáñez Gerardo (2012) La revolución Industrial. Recuperado de

Ivorra – Universidad de Valencia. Historia Universal. Recuperado de https://www.uv.es/ivorra/Historia/Historia_Antigua/civilizacion.htm

Brillat Savarín J.A. (2017, 26 de febrero) Citas famosas sobre gastronomía, chefs y comida. Recuperado de http://www.muzeumgastronomie.cz/es/node/75

El Tiempo (2016) Turismo y Gastronomía, la apuesta de Colombia. http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/viajar/gastronomia-tipica-de-colombia/16757263

Kotler, P. (2017). Marketing. (16a. ed.) Pearson Educación. Página: IFC198. Tomado de http://www.ebooks7-24.com.proxy.bidig.areandina.edu.co/?il=4426&pg=224

Mario Tamayo y Tamayo (2004) El Proceso de la Investigación Científica. https://books.google.com.co/books?id=BhymmEqkkJwC&pg=PA46&dq=investigacion+descriptiva+que+es&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Medigraphic (2010). Sechium edulw (jacq.) Swartz y los fitoesteroles como agentes antihiperlipidémicos y antihipertensivos. http://www.medigraphic.com/pdfs/waxapa/wax-2010/wax103d.pdf

Revista Dinero (2013) La gastronomía como estrategia de turismo. Recuperado de http://www.dinero.com/pais/articulo/la-gastronomia-como-estrategia-turismo/177310

Revista Semana (2011) La dulce Colombia. http://www.semana.com/especiales/articulo/la-dulce-colombia/250706-

Revista La Nación (2015) El misterio de San Bernardo, el pueblo colombiano donde los sepultados se convierten en momias. Recuperado de https://www.lanacion.com.ar/economia/en-san-bernardo-colombia-las-momias-son-motivo-de-orgullo-nid1833097/

Sampieri, R. (2004) Metodología de la Investigación. Recuperado de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38911499/Sampieri.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1488149927&Signature=7QqqjFg%2FeX0VeHXB98%2FQoAj5QBw%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DSampieri.pdf

Sánchez Granados (2010) Gastronomía, sector de oportunidades para el turismo. http://www.colombiaaprende.edu.co/html/estudiantesuperior/1608/articles-218036_archivo_pdf2.pdf

Sasson H. (2017, 26 de febrero) Secretos del éxito de Harry Sasson. Recuperado de http://www.finanzaspersonales.com.co/trabajo-y-educacion/multimedia/harry-sasson-secretos-su-exito/52220

Tevni Grajales G. (2000). Tipos de Investigación. http://tgrajales.net/investipos.pdf

Universidad Nacional sede Palmira. (1998) La Cidra papa o Chayote. http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/4164/1/La%20cidra%20papa%20o%20chayote.pdf