

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE PIÑA EN EL
NORTE DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA, 2018**

OSCAR HUMBERTO VILLEGAS CAICEDO

IRENE MORENO MULATO

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE CIENCIAS BÁSICAS, TECNOLOGÍA E INGENIERÍA
PROGRAMA DE TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS
CERES SANTANDER DE QUILICHAO**

2018

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE PIÑA EN EL
NORTE DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA, 2018**

OSCAR HUMBERTO VILLEGAS

IRENE MULATO

Trabajo de Grado para optar al título de Tecnólogo de Alimentos

Asesor

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE CIENCIAS BÁSICAS, TECNOLOGÍA E INGENIERÍA
PROGRAMA DE TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS
CERES SANTANDER DE QUILICHAO**

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del Jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Santander de Quilichao, septiembre de 2018

AGRADECIMIENTOS

Principalmente a Dios que nos da la inteligencia y capacidad para alcanzar nuestras metas.

A nuestras familias padres, esposa, esposo e hijos, hermanos, profesores y demás personas que han aportado en nuestro proceso de aprendizaje.

Contenido

Pag

RESUMEN.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
1. TITULO	12
1.1 GENERALIDADES	13
2. ANTECEDENTES.....	14
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
3.1.1 Pregunta de investigación.....	18
4. JUSTIFICACIÓN.....	19
5. OBJETIVOS	20
5.1 OBJETIVO GENERAL	20
5.1.1 Objetivos específicos	20
6. MARCO DE REFERENCIA.....	21
6.1 ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE	21
6.3 MARCO GEOGRÁFICO	24
6.4 MARCO LEGAL.....	25
7. ESTUDIO DE MERCADOS	26
7.1 DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE MERCADO POTENCIAL	26
7.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	26
7.3 ANÁLISIS DE PRECIOS.....	27
7.4 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	28
7.5 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	29
7.5.1 Resultados de la encuesta.....	31
7.5.2 Definición de los clientes potenciales.....	33
7.5.3 Cálculo de base de producción	34
7.6 EVALUACIÓN DE PROVEEDORES	34
8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO	37

8.1 PRODUCTO	37
8.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS.....	38
8.3 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD.....	38
8.3.1 Estrategias de promoción	39
8.3.2 Estrategias de distribución	39
8.3.3 Estrategias de ventas	40
8.4 POLITICAS DE SERVICIO	40
9. ESTUDIO TÉCNICO.....	42
9.1 LOCALIZACIÓN	42
9.1.1 Macro localización.	42
9.1.2 Micro localización.....	42
9.1.3 Tamaño	42
9.2 FICHA TÉCNICA DE LA MERMELADA.....	42
9.2.1 Propiedades fisicoquímicas y microbiológicas.	44
9.3 PROCESO PRODUCTIVO	46
9.3.1 Descripción del % de los ingredientes	51
9.4 EQUIPOS Y UTENSILIOS NECESARIOS EN EL PROCESO PRODUCTIVO.....	51
9.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	52
10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	55
10.1 TIPO DE EMPRESA	55
10.2 MISIÓN.....	57
10.3 VISIÓN	57
10.4 PRINCIPIOS Y VALORES.....	57
10.5 RECURSOS HUMANOS	58
11. ESTUDIO FINANCIERO.....	60
12. CONCLUSIONES.....	71
13. RECOMENDACIONES.....	73
REFERENCIAS	74

Lista de tablas

Pág.

Tabla 1. Participación de las marcas en el mercado potencial: realizado por los autores.	26
Tabla 2. Precios de mermeladas en presentación de 200 gr para varias marcas, Realizado por los autores.	27
Tabla 3. Proyección de ventas para los próximos cinco años.	29
Tabla 4. Descripción de las variables.....	30
Tabla 5. Pregunta No 1 ¿Consume mermelada?.....	31
Tabla 6. Pregunta No 2 ¿Cuál es su sabor favorito?.....	31
Tabla 7. Pregunta No 3 ¿Frecuencia con que compra mermelada?	32
Tabla 8. Distribución de frecuencia de compra en los clientes potenciales	34
Tabla 9. Producción de piña por regiones.....	35
Tabla 10. Ficha técnica de la mermelada	43
Tabla 11. Propiedades fisicoquímicas.....	45
Tabla 12. Propiedades Microbiológica	45
Tabla 13. Balance de la materia prima para la elaboración la mermelada de piña.....	49
Tabla 14. Equipos y utensilios necesarios en el proceso productivo	50
Tabla 15. Distribución de planta.....	51
Tabla 16. Inversión en obras físicas	60
Tabla 17. Inversión en maquinaria y equipo de producción	60
Tabla 18. Inversión en herramientas.....	60
Tabla 19. Inversión en muebles, enseres y equipos de administración.....	61
Tabla 20. Inversión en activos intangibles	62
Tabla 21. Costo mano de obra.....	62
Tabla 22. Porcentajes utilizados para prestaciones sociales y aportes	62
Tabla 23. costos de materiales (primer año de operaciones)	63
Tabla 24. Costo de servicio (primer año)	64
Tabla 25. Gastos por depreciación activos de producción	64
Tabla 26. Gastos por depreciación activos de administración.....	65
Tabla 27. Remuneración al personal administrativo.....	65
Tabla 28. Otros gastos administrativos	66
Tabla 29. Amortización a gastos diferidos	66
Tabla 30. Gastos de venta (primer año de operaciones)	67
Tabla 31. Distribución de costos	67
Tabla 32. Punto de equilibrio	68
Tabla 33. Estado de resultados	69
Tabla 34. Calculo de la TIR (tasa interna de retorno).....	69

Lista de ilustraciones

pág.

Ilustración 1. Municipio de Santander de Quilichao.....	24
Ilustración 2. Formula de la muestra.....	30
Ilustración 3. Pregunta No 1 ¿Consume mermelada?.....	31
Ilustración 4. Pregunta No 2 ¿Cuál es su sabor favorito?	32
Ilustración 5. Pregunta No 3 ¿Frecuencia con que compra mermelada?	33
Ilustración 6. Proceso productivo de la mermelada de piña PC Y PCC.....	46
Ilustración 7. Plano del área física de la planta	53
Ilustración 8. Balance total.....	54
Ilustración 8. Organigrama de la organización	58

RESUMEN

El presente plan de negocios consiste en la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada a base de piña categoría II, localizada en el municipio de Santander de Quilichao, departamento del Cauca; esta fruta muchas veces es despreciada comercialmente por su tamaño forma o color y casi siempre se vende sin ningún proceso de transformación. Debido a esto se buscará darle un valor agregado, tratando de disminuir las pérdidas post cosecha en los cultivos de esta fruta.

Igualmente, este producto se ofrecerá en el mercado en una presentación de 250g, en envase Doy pack preformado abre fácil y será distribuido en tiendas de barrio, graneros, autoservicios, supermercados y almacenes de cadena.

Por último, la empresa se llamará QUILIMER y contará con una planta capacitada para producir 20.000 kg mensuales, para un 53% de la capacidad instalada además el estudio financiero se estima que la TIR para este proyecto es de un 72%

INTRODUCCIÓN

El negocio de las mermeladas de frutas se ha convertido en una posibilidad de desarrollo a nivel agroindustrial en la región del pacífico colombiano, además generan un valor agregado a las frutas que se cultivan y que en muchas ocasiones se pierden en los cultivos porque no son utilizadas para procesos agroindustriales.

Por su parte, en Colombia se está presentando un crecimiento en el mercado de las mermeladas, gracias a que cada vez hay más empresas dedicadas a producir este tipo de productos; es por tal razón que surge la iniciativa de crear una unidad de negocio en el municipio de Santander de Quilichao, departamento del Cauca, dedicada a la producción y comercialización de mermelada de piña aprovechando la gran demanda de esta fruta en la región, más sin embargo un 30% es catalogada como categoría II (Interletras, C, 2017) provocando algunas pérdidas en los cultivadores al no ser comercializada y en ocasiones hasta se pierde en los cultivos o es utilizada como base de alimento para animales.

Igualmente, se ha realizado una investigación en el mercado la cual indica que las personas de Santander de Quilichao y municipios circunvecinos apoyan la iniciativa y están dispuestas a consumir un producto que va a aportar al desarrollo de la región y a mejorar los ingresos de los pequeños productores de piña.

Por consiguiente, para llevar a cabo este plan de negocios sobre la producción y comercialización de mermelada se debe tener en cuenta una serie de elementos importantes que se dividen en cuatro estudios: De mercado, técnico, organizacional y Financiero.

1. TITULO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE PIÑA EN EL
NORTE DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA.**

1.1 GENERALIDADES

Este proyecto tiene como objetivo el mercado de la región del norte del departamento del Cauca y el sur del Valle del Cauca, integrado por 10 municipios; está dirigido a personas de cualquier edad y sin ningún tipo de característica especial.

El producto por elaborar y comercializar es mermelada de piña, la cual se producirá con fruta clasificada comercialmente como categoría II, que es una fruta que cumple con los estándares de sanidad y nutrición, pero que difiere en atributos como tamaño, color y forma.

Una de las ventajas del plan de negocios es la estrategia de mercadeo que propone, que es la venta del producto en presentación de 250 gramos, para que pueda ser consumida para cualquier tipo de comida. La principal desventaja es la gran cantidad de competencia que existe en el mercado y la limitante inicial de solo ofrecer un producto de un solo sabor piña.

2. Antecedentes

Planes de negocio o proyectos empresariales o de fomento a la creación de empresas de mermelada de piña y otras frutas, se puede mencionar al realizado por la cámara de comercio de Bogotá en el año 2015, denominado “Programa de apoyo agrícola y agroindustrial vicepresidencia de fortalecimiento empresarial cámara de comercio de Bogotá,” (Núcleo ambiental, S, 2015), destinado a impulsar y acompañar la competitividad en las empresas del sector agroindustrial en la ciudad de Bogotá con miras a procesos de exportación a mercados internacionales.

Retomando el tema de fomento empresarial, se puede destacar el artículo de la revista especializada en temas económicos Dinero.com en su edición online, titulado “El Valle ve nacer un nuevo y poderoso negocio agrícola” (Dinero, C, 2016), en ella explica como la organización Rio paila castilla, a través de su nuevo negocio llamado bengala en el que incursiona en los productos agrícolas, entre ellos la piña tipo Gold de alta calidad, de esto se sembraron unas 500 hectáreas que tienen como objetivo principal los mercados internacionales de: Chile, Europa y los demás países de la región, esto es una iniciativa empresarial en la que una empresa tradicionalmente producto de azúcar, quiere incursionar con la exportación de la fruta como tal y de sus derivados como la mermelada y rodajas de almíbar

El portal institucional para los exportadores en Colombia, “PROCOLOMBIA”, adscrito al ministerio de comercio, industria y turismo del país, en un artículo titulado “ Mermeladas con sabores de frutas exóticas ganan terreno en el mercado alemán,” en el que resalta la importancia de las frutas exóticas, entre ellas la piña en países como Alemania, donde tienen una demanda por parte de los consumidores de dulces para untar, como la mermelada, esto quiere decir que el producto a ofrecer en este plan de negocio, tiene la posibilidad de ser exportado a Alemania y de esta manera poder aumentar la producción, para cubrir este potencial mercado.

Otro artículo y siguiendo con el tema de las exportaciones, se titula “EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE PIÑA- COLOMBIA HACIA ESTADOS UNIDOS” sin especificar el autor (Anónimo, 2016), en donde diseña de una forma sencilla un plan exportador a estados unidos, especificando las características del consumidor norteamericano y el potencial que tienen los productos como la mermelada de piña en las estanterías de las tiendas y grandes superficies de este país.

De nuevo volviendo al mercado nacional en especial del departamento del Caquetá en la amazonia colombiana, en esta oportunidad están aprovechando el potencial de esta fruta, pero de la variedad de piña morada o crespa, por eso la mayoría de los lugareños tienen sembrado esta fruta o piensan hacerlo en un futuro próximo, en esta oportunidad lo realizado por los campesinos de este departamento de convertir a este fruto en un producto primordial, que siempre es servido (Valencia, E, 2015).

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La región de norte del departamento del Cauca y sur del Valle del Cauca se ha convertido en una región productora de piña, siendo la segunda en producción después de la caña de azúcar además el Cauca es el cuarto departamento productor de piña en Colombia (Ananá, 2017). Debido a esto, en muchos casos el cultivo de piña se ha convertido en el sustento económico de familias que cuentan con pocas hectáreas de tierra, debido al rendimiento de plantas por hectáreas y que la cosecha es permanente durante todo el año. Otro problema en el departamento del Cauca es que ha sido uno de los departamentos de Colombia, que más han sufrido por culpa del conflicto interno colombiano entre estado y guerrilla, donde la población civil es la que se ha visto más afectada a raíz de esta guerra interna.

Adicionalmente, otro problema resultante en el conflicto en el Cauca es el del narcotráfico por culpa de grupos al margen de la Ley, un ejemplo de la gravedad de esta situación, fue en 2015, donde el número de hectáreas que eran destinadas al cultivo de coca llegaron a ser 8.660, una de las cifras más altas del país, (EIPais, C, 2016), a raíz de esta situación de inestabilidad sociopolítica; muchos campesinos de algunos municipios del Cauca, entre ellos Santander de Quilichao, sustituyeron sus cultivos tradicionales por los de hoja de coca a tal punto de convertirse este en una de las principales fuentes de ingreso en los campesinos no solo de este municipio sino del departamento del cauca. Como consecuencia de esto, muchos campesinos que decidieron negarse a sembrar hoja de coca fueron desplazados de sus territorios; Entre los años 1997 y 2010 unas 140.000 familias de campesinos, indígenas y afrocolombianos tuvieron que salir de sus hogares y tierras, en el departamento del cauca.

Por ejemplo, en el 2013 en Popayán y Santander de Quilichao 17 familias perdieron alrededor de 115 hectáreas a causa de la violencia y hasta el año 2015, unas 40 solicitudes de restitución y formalización de tierras relacionadas con víctimas de Santander de Quilichao y Piendamó se han solicitado a la unidad para las víctimas (Verdad abierta, C, 2014).

Con respecto a lo anterior, el gobierno nacional ha creado una serie de medidas para reactivar la económica del departamento del cauca, una de ellas es restituir las tierras de quienes las perdieron por culpa del conflicto, la primera fue la de apoyar a las víctimas en la creación de proyectos productivos, como puede apreciarse en el caso de (Ananá, 2017), programa de la cámara de comercio del cauca, que se encarga de capacitar a los pequeños productores de piña en el cauca, aunque pese a la reactivación de la agricultura en este departamento aún es incipiente la industria, porque son muy pocas o son

contadas las empresas que se dedican a transformar la piña en subproductos y las que lo hacen tienen problemas al comercializar sus derivados.

Por otra parte, uno de los principales factores que afecta la economía de los productores es la comercialización, pues la piña se clasifica según sus atributos y tamaño, considerándose como de primera aquella que tienen las mejores condiciones, de color, forma y cuyo tamaño es superior a un kilo. Este tipo de piña es fácil de comercializar con los grandes distribuidores y representa alrededor de 60% de estudios.

El otro 40% de la producción se considera como piña de segunda y piña de descarte, la piña de segunda es aquella que cumple con las condiciones nutricionales, pero sus atributos de forma tamaño y color no son los mejores, además se considera aquella piña que su peso está entre los 500 y 1000 gramos, esta piña es comercializada a pequeños distribuidores que generalmente la venden en los mercados locales, en muchas ocasiones su salida al mercado es difícil y termina como desperdicio o a precios muy por debajo de su costo, provocando pérdidas significativas para el productor.

Por todo lo anterior, es necesario, diseñar nuevos canales de transformación, distribución y de comercialización de productos derivados de piña, empezando por el mercado local y paulatinamente enfocándose a una distribución interdepartamental, para de esta forma contribuir a la comunidad incrementando el ingreso per-cápita de los productores de fruta de la región del Norte del Departamento del Cauca.

3.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Con base en la información anterior, se encontraron tres problemas para tener en cuenta, primero: la escasa industria durante el proceso de transformación de la piña, segundo: el poco uso que se le está dando a las piñas que no clasifican como tipo exportación, por su tamaño o peso y son botadas como residuos, generando problemas en su comercialización en los mercados locales y nacionales y tercero: es la situación de orden público que vivió este departamento a causa de la guerra, al dejar a familias sin tierras ni bienes materiales para subsistir.

De esta manera surgen la siguiente serie de preguntas.

¿El problema de comercialización, es debido a la poca inversión del estado en infraestructura vial del departamento del Cauca?

¿En cuanto al tema del posconflicto, que proyectos productos relacionados con la piña, tiene pensado hacer las autoridades locales con las víctimas?

¿Es posible convertir a la piña, como uno de los motores de la industria local en la economía del departamento del Cauca?

¿Por qué el departamento del Cauca, cuarto productor de piña en Colombia no tiene una sólida industria de subproductos a base de esta fruta (Ananá, 2017)?

3.1.1 Pregunta de investigación.

¿El departamento del Cauca, cuarto productor de piña a nivel nacional no ha impulsado la industria de esta fruta, creando subproductos?

4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación, busca establecer una alternativa de negocios que permita a los productores de piña de la región del norte del Cauca, comercializar la piña de segunda categoría, permitiendo reducir las pérdidas económicas.

Como estudiantes del programa de Tecnología de Alimentos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, se es consciente de la contribución que se debe hacer para mejorar la calidad de vida de los habitantes del norte del Cauca, por este motivo se pretende desarrollar un plan de negocios para el área norte caucana, con el objetivo de generar empleo y bienestar a la zona, aprovechando los recursos humanos de la universidad para crear una microempresa en unión con la comunidad mencionada, ya que en la actualidad no existe una industria grande, pequeña, ni mediana que permita transformar y utilizar la piña descartada en los cultivos en la región del norte del Cauca. Este proyecto nace como resultado de una necesidad de diseñar un proyecto para mejorar la economía de los pequeños cultivadores de piña en el norte del cauca. El proyecto es de gran ayuda para esta comunidad de Santander de Quilichao, ya que a través del mismo se pretende ayudarlos.

Se diseñarán los canales de distribución y de comercialización del producto final en la región, lo que a su vez permite establecer parámetros educativos enfocados a la toma de conciencia de la comunidad sobre la importancia de vender y comprar los productos de su región. Dándoles un valor agregado a sus productos derivados de la piña cultivadas en la región, para de esta manera ser más competitivos y mejorar el nivel de vida de los habitantes a través del procesamiento y comercialización de piña.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la producción y comercialización de mermelada de piña, utilizando como materia prima esta fruta de la variedad segunda categoría en el norte del departamento del Cauca.

5.1.1 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que establezca las condiciones necesarias para la distribución y comercialización de mermelada de piña.
- Establecer las necesidades técnicas, organizacionales y de producción que garantice la producción de mermelada de acuerdo con los requisitos fitosanitarios exigidos por el INVIMA
- Definir las necesidades financieras para la puesta en marcha del negocio y sus proyecciones que garanticen la funcionalidad durante los primeros cinco años de vida del proyecto.
- Evaluar el impacto social, económico y ambiental, de la instalación de una planta productora de mermelada de piña en el municipio de Santander de Quilichao, ubicado al norte del departamento del Cauca.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 ANTECEDENTES O ESTADO DEL ARTE

La mermelada es un producto que se ha consumido durante siglos, forma parte de los alimentos básicos que utiliza el hombre para el desayuno o merienda, sobre diferentes estudios en búsqueda de optimizar los procesos de producción, mejora de la calidad e inclusive producir con nuevos sabores y frutas no convencionales.

Como punto de partida se tiene el “Manual tecnológico para el proceso de mermelada de piña”, documento realizado por el Ministerio de fomento, comercio e industrial de Nicaragua en el año 2011, y donde se exponen Fortalecimiento de las capacidades del Centro de Producción más Limpia de Nicaragua, para innovar procesos productivos y tecnológicos en MIPYMES agroindustriales; el manual facilita el proceso de innovación y desarrollo de productos en las empresas MIPYMES agroindustriales, ya que se describen la selección adecuada de los equipos e instrumentos de medición para el proceso de elaboración de mermelada de piña. Con ello, se reducirá la incertidumbre de realizar una inversión en equipos y maquinaria para implementar dicho proceso.

En cuanto al contexto nacional, el departamento del Cauca es un importante actor en el sector hortofrutícola, al ser este uno de los ejes principales de su economía, por eso la producción total para cada uno de los siguientes productos en el año 2016 fue la siguiente: El Plátano con 116,719 toneladas, la piña con 98,985 toneladas, el coco con 18,231 toneladas, tomate 9,213 toneladas y en último lugar el chontaduro 8,248 toneladas, de lo anterior expuesto se resalta la Piña con una participación del 21% en el total de bienes y servicios exportados al resto del país por este departamento (Elnuevoliberal, C, 2016).

Por otro lado, el municipio de Santander de Quilichao es el que mayor aporta a la hortofrutícola en el Cauca, con una participación del 23%, debido a la importancia que tiene la agricultura para este municipio, por esta razón es un importante productor de piña a nivel nacional (Elnuevoliberal, C, 2016)

No obstante, la economía de este municipio se ha basado enteramente en la minería y agricultura, siendo esta ultima la principal fuente de ingresos y de empleo para el departamento en mención, aunque si bien han aportado al crecimiento y desarrollo de la región en los últimos años, no es suficientes para pensar en alcanzar niveles de industrialización y productividad, como los que tendría un país de Europa o Norteamérica al tecnificar su agricultura.

En relación con este último, con la producción y transformación de la piña en piña inicialmente, sería el comienzo a una agroindustria con productos con mayor valor agregado que el ofrecido actualmente como materia prima entera, por pedazos como el que se ofrece en las plazas de mercado, minimercados, autoservicios o en cuando son ofrecidos en bebidas, como en las cafeterías.

6.2 MARCO TEÓRICO

A comienzos del año 2010 y años posteriores, en los municipios de Buenos Aires y Santander de Quilichao, comenzaron a llegar hombres provenientes del departamento de Antioquia, a explotar los recursos mineros del norte del departamento del Cauca sin autorización de ninguna autoridad local. En algunos casos estos personajes llegaron a arrendar o comprar parcelas para hacer la explotación con maquinaria pesada, afectando la vida útil del terreno, y contaminando las fuentes hídricas por los insumos químicos que se emplean en el proceso de extracción. Según algunos habitantes de la región, los mineros foráneos ofrecen hasta 200 millones de pesos por la tierra a la gente local, para ser explotada (Verdad abierta, C, 2014).

Cabe agregar, que en la vereda Lomitas de Santander de Quilichao, por ejemplo; había hasta tres mil personas barequeando esto en el año 2014, (personas que no utilizan maquinaria pesada y el proceso es enteramente manual), este grupo de personas trabajaba ilegalmente en las laderas de los ríos Teta y Mazamorrero hasta donde estos convergen, entre los municipios de Buenos Aires y Santander de Quilichao. En aquel lugar hacían minería abierta con más de 80 retroexcavadoras.

Como consecuencia de esto, varios ríos y quebradas, incluido el Tetás, presentaron problemas de contaminación por mercurio, por lo tanto, no se puede pescar, ni tampoco el agua es apta para consumo humano.

Con referencia al daño ambiental la violencia se acrecentó por la presencia de grupos armados al margen de la Ley, como lo son el ejército de liberación nacional (E.L.N), bandas criminales (BACRIM), grupos paramilitares y narcotraficantes, que ocuparon los lugares que eran territorios de las fuerzas armadas revolucionarias de Colombia (F.A.R.C), han empezado a instalar sus estructuras mineras ilegales estos grupos extorsionaron a los barequeros locales y los de Antioquia (Verdad abierta, C, 2014).

Se observa claramente, que el gobierno nacional en conjunto con las autoridades locales, tiene una tarea inmensa para recuperar las zonas que se han visto afectadas por el resurgimiento de los ejércitos irregulares mencionados anteriormente, la minería ilegal, presencia de cultivos ilícitos, problemas étnicos entre afrocolombianos e indígenas y la poca productividad

en las empresas del departamento del Cauca, por falta de apoyo de las autoridades Colombianas en cuanto a programas para impulsar la agroindustria en el sector hortofrutícola del departamento del Cauca, que pese a tiene grandes extensiones de tierra y mano de obra calificada y no calificada, necesita ser más productivo al igual que el campo Colombiano, el cual solo aportó el 8,1% del PIB nacional en el año 2014 (Cuellar, A, 2014). En el orden de las ideas anteriores y con base en un artículo titulado “ Cauca no debería basar su economía en el uso agropecuario de sus tierras: El Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC)” publicado en el diario del Departamento del Cauca, llamado ovidiohoyos.com, hace una observación a las autoridades de esta departamento a que su economía no sea enteramente agrícola, sino que se diversifique a rubros, tales como lo serían los sistemas agroforestales, forestales, agroforestería, agroindustria y cultivos semipermanentes o protección, esto para lograr un mayor aprovechamiento de la tierra, porque según este instituto el uso de la tierra en esta zona, es inadecuado, sobre utilizado y subutilizado, por eso el gobierno nacional a través del Sena, institutos técnicos, tecnológicos, educación superior, instituto colombiano agropecuario (ICA), fondo para el financiamiento del sector agropecuario (Finagro) (Ovidiohoyos, C, 2016), deben capacitar a los campesinos del municipio de Santander de Quilichao en una mayor tecnificación en su producción agrícola, para lograr el objetivo de ser más productivos y competitivos.

De los anteriores planteamientos se deduce, ante un mundo cada vez más globalizado trae nuevos retos para las empresas en el mundo, es por eso por lo que la necesidad de innovar con nuevas opciones de mercados. Productos hechos a base de lo que se produce en el campo. Como por ejemplo lo que se viene desarrollando en el municipio de Santander de Quilichao, a través del cultivo de piña, serían el futuro del agro en este municipio y en el resto de Colombia (Finagro, C, 2017), como lo resalta David López de la empresa el zafiro “La piña oro miel es otra fruta proclamada como “el mejor negocio del agro,” (Finagro, C, 2017) por eso la mermelada de piña, producto que se tiene pensado ofrecer a las tiendas, supermercados, autoservicios, almacenes de cadena y establecimientos de comidas del departamento del Cauca, inicialmente, posteriormente a departamentos vecinos como lo son el: El valle del Cauca, Tolima y el Huila, después a los mercados internacionales en especial en Europa.

Cuando se habla de desarrollo se debe mencionar la necesidad de nuevas empresas en el sector que garanticen esa sostenibilidad económica de las familias en la región, también la posibilidad para que muchos jóvenes tengan una oportunidad en el campo empresarial, pero para que esto se haga realidad debemos fortalecer la capacidad productiva activando nuevas posibilidades de emprendimiento, el gobierno nacional motivado por todos los problemas que han tenido que vivir los habitantes de esta zona de Colombia, que se ha visto severamente afectada por el conflicto interno durante las últimas décadas, por fin ha empezado a tomar acciones para dinamizar la productividad por medio del emprendimiento de proyectos productivos en Santander de Quilichao, por

ello creo el programa “ mi negocio” en el año 2016, dirigido a víctimas del conflicto armado, desplazados y se encuentren en familias en acción y un puntaje de Sisbén por debajo de 38 puntos (Proclama, C, 2016), otro aspecto que se quiere lograr es que los jóvenes de las zonas rurales, no tengan que ir hasta las ciudades para conseguir empleo o una fuente de ingreso, constante sino que sepan aprovechar el entorno que los rodea y lo aprovechen para el bien de ellos, sus familias y del desarrollo económico de la región y evitar que se siga presentado el problema que vive actualmente el campo de quedarse sin mano de obra, sin personal que trabaje la tierra y provea de alimentos al resto del país (Amchamcolombia, C, 2017).

6.3 MARCO GEOGRÁFICO

Ilustración 1. Municipio de Santander de Quilichao



Fuente: Emaze. (2017).

Santander de Quilichao es uno de los municipios más importantes del departamento del Cauca, a gracias a su ubicación geográfica lo convierte en un municipio relevante en el contexto económico y social (Santanderdequilichao, G, 2013).

Santander de Quilichao, está situado en la república de Colombia, ubicado al Norte del Departamento del Cauca, a 45 Km de Santiago de Cali y 97 Km de Popayán. Limita al norte con los municipios de Jamundí y Villarrica, al oriente con los municipios de jámbalo y caloto, al occidente con el departamento del

valle del cauca y al sur con el municipio de Caldon. Tiene una extensión territorial de 597 Km² de los cuales el 8.58 Km² corresponde al área urbana y los restantes 509.42 Km² al área rural. Tiene una altura de 1.071 Metros sobre el nivel del mar, y cuenta con una temperatura promedio de 26° C (Santanderdequilichao, G, 2013).

En el sector primario los cultivos más importantes son: la caña de azúcar que ocupa el 47,12% del área sembrada en cultivos transitorios y permanentes según distribución del uso actual del suelo, en segundo lugar, el café con el 23,55%, la piña con el 9,73%, la yuca con el 6,79%, la caña panelera con el 2,78% y el plátano con el 1,87 %. Entre otros cultivos podemos mencionar: maíz, cítricos, fique, mora, lulo, mango, frijol, tomate, arroz y habichuela que participan en menor escala (Santanderdequilichao, G, 2013).

6.4 MARCO LEGAL

Resolución 2674 de 2013 Ministerio de salud y protección social

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 en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

Resolución 14712 de 1984 Ministerio de Salud

Se reglamenta lo relacionado con producción, procesamiento, transporte, almacenamiento y comercialización de vegetales como frutas y hortalizas elaboradas

Resolución 15789 de 1984 Ministerio de Salud

Se reglamenta las características organolépticas físico químico y microbiológico de las mermeladas y jaleas de frutas.

Resolución 4125 de 1991 Ministerio de Salud

Regula lo referente a los conservantes que se pueden utilizar en alimentos.

Resolución 2387 de 1999 Ministerio de Salud

Por la cual se oficializa la norma técnica colombiana NTC 512-1 relacionada con el rotulado de alimentos.

LEY 590 DE 2000

(Julio 10)

Reglamentada por el Decreto Nacional 2473 de 2010

"Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa"

7. ESTUDIO DE MERCADOS

7.1 DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE MERCADO POTENCIAL

Inicialmente la zona para la comercialización del producto que se propone es el departamento del Cauca en los siguientes municipios: Santander de Quilichao, Villa Rica, Caloto, Puerto Tejada, Corinto, Miranda, Toribio, Guachené, Buenos Aires y Suarez; y el sur del Departamento del Valle del Cauca: Santiago de Cali, Jamundí, Candelaria, Florida y Pradera, por medio del canal de distribución de las: tiendas, supermercados, autoservicios, almacenes de cadena y establecimientos de comidas , de esta manera la distribución del producto, tendrá los intermediarios mencionados anteriormente.

7.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la región se comercializan varias marcas de mermeladas; para poder conocer la participación se visitaron 60 establecimientos en cuatro ciudades diferentes de los departamentos del Cauca y Valle del Cauca, los cuales fueron escogidos debido a su posicionamiento en el mercado, su ubicación estratégica y su tamaño, es decir los 60 establecimientos varían entre pequeñas y medianas empresas. El cual es donde se establecerá el mercado, preguntado a los encargados de los establecimientos comerciales, tiendas de barrio, supermercados y autoservicios, cual es la marca que vende y en caso de tener dos o más se preguntó, cuál es la de mayor rotación quincenal.

Tabla 1. Participación de las marcas en el mercado potencial: realizado por los autores.

MARCA	Presentación de 200 gr					Porcentaje
	Cali	Santander Q	Puerto Tejada	Florida	Total, marca	
La Constancia	18	24	24	22	88	36,67%
Fruko	10	9	7	11	37	15,42%
California	8	3	1	5	17	7,08%
San Jorge	14	15	21	17	67	27,92%
Comapan	6	2	4	2	14	5,83%
Otras	4	7	3	3	17	7,08%

total	60	60	60	60	240	100,00%
-------	----	----	----	----	-----	---------

Fuente: Los autores

Es efecto, las dos marcas de mermelada que ofrecen el sabor de piña con mayor volumen de ventas en los 60 establecimientos de los cuatro municipios seleccionados son; La constancia con un volumen quincenal total de 88 unidades y en segundo lugar esta San Jorge con 67 unidades, esto indica que los consumidores de este tipo de productos, prefieren las marcas tradicionales en el mercado de las conservas de frutas, aumentando las posibilidades en su decisión de compra, ya sea para consumir en el desayuno, en las onces, almuerzo o la cena.

Aunque la oferta de empresas que ofrecen mermelada de piña en el mercado es amplia, donde se pueden encontrar actualmente marcas como por ejemplo; La Constancia, Fruko, California, San Jorge, Comapan y las marcas propias de los almacenes de cadena como Éxito y Alkosto, con precios que oscilan desde los \$ 2,800 hasta los \$ 3,200, como se observaran más adelante en el análisis de precios del presente trabajo, es posible competir con una presentación de 250 gramos, debido a que las que se encuentran actualmente en los establecimientos comerciales o de comidas tienen una presentación de 200 gramos y el producto muchas veces no tiene la densidad que debería tener al ser más líquido que espeso, por esta razón el producto que se va ofrecer debe tener estas características físicas, y adicional, deberá estar almacenado en un lugar fresco, preferiblemente una vitrina, para que sea atractivo al consumidor final.

7.3 ANÁLISIS DE PRECIOS

Para la realización del análisis de precio se realizó una recolección de precios en cuatro ciudades diferentes de los departamentos del Cauca y Valle del Cauca donde se establecerá el mercado.

Tabla 2. Precios de mermeladas en presentación de 200 gr para varias marcas, Realizado por los autores.

MARCA	Precio en presentación de 200 gr				
	Cali	Santander Q	Puerto Tejada	Florida	Promedio
La Constancia	\$3.000	\$3.100	\$3.200	\$2.900	\$3.000
Fruko	\$3.000	\$2.850	\$2.850	\$3.000	\$2.950

California	\$3.000	\$3.000	\$3.100	\$2.850	\$2.950
San Jorge	\$3.000	\$2.900	\$2.900	\$2.900	\$2.925
Comapan	\$2.950	\$2.800	\$2.900	\$3.100	\$2.938
Otras	\$3.100	\$2.850	\$2.900	\$2.850	\$2.925
Promedio	\$3.008	\$ 2.917	\$2.900	\$2.933	\$ 2.948

Fuente: Los autores

Como puede observarse el precio de venta al público en la región tiene un valor mínimo de 2.800 pesos y un valor máximo de 3.200 pesos, un promedio de 2.950 pesos, moda y mediana de 2.948 pesos.

7.4 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En los departamentos del Cauca y el Valle del Cauca, se observa que las personas consumen mermelada de piña, de las marcas Fruko, california, san Jorge, y Comapan, siendo estas marcas, las preferidas por esta población, sin embargo en estas regiones existen productores artesanales de mermelada de piña y otros sabores en donde ofrecen la mermelada en presentación de 200 gramos y con un sabor propio de la región pero con precios altos en comparación a las marcas mencionadas anteriormente, debido a la forma de prepararla, es decir la preparación es empírica y esto conlleva a mayor costo en la producción, por ende los precios de venta son tan elevados.

En esa misma dirección se evidenció que el departamento del Cauca y valle del Cauca, presenta gran demanda en productos complementarios como galletas, obleas, tostadas y demás similares, dichos productos complementarios van desde arequipe, queso, mermelada de todos los sabores, sin embargo en esta región del País se pretende competir mediante calidad en los productos porque la población en estos departamentos se encuentra buscando calidad en sus productos de consumo.

Con base en lo anterior expuesto, cabe resaltar que, una marca que abarca gran cantidad de la demanda en estas regiones es Fruko, debido a su posicionamiento en el mercado y la mermelada de piña que ofertan es de agrado para los consumidores, ya que sus promociones son atractivas, ofertando algunos días 2x1, y en otras ocasiones obsequian termos o vasos

por la compra de mermeladas en tamaño familiar, todo esto lo hace la marca Fruko por ello es tan apetecida en la región.

Para finalizar es de gran importancia destacar que, no solo existe competencia directa en la región, también se encuentra la competencia indirecta, y es algo que se tiene en cuenta para lanzar las estrategias de ventas, se aprovechan los productos complementarios como las obleas. Las tostadas, los panes entre otros. para realizar degustaciones y promociones atrayendo de esta forma gran cantidad de personas con el objetivo de probar el producto.

7.5 ESTUDIO DE LA DEMANDA

Para el estudio de la demanda se realizó una encuesta, en panaderías, supermercados y tiendas de barrio, en algunas de las ciudades más importantes de los departamentos del Cauca y Valle del Cauca, que se definieron como áreas para comercializar el producto; estas ciudades son: Santander de Quilichao, Santander de Quilichao, Villa Rica, Caloto, Puerto Tejada, Corinto, Miranda, Toribio, Guachené, Buenos Aires y Suarez; y el sur del Departamento del Valle del Cauca: Santiago de Cali, Jamundí, Candelaria, Florida y Pradera Villa Rica, Caloto, Puerto Tejada, Corinto, Miranda, Toribio, Guachene, Buenos Aires y Suarez; y el sur del Departamento del Valle del Cauca: Santiago de Cali, Jamundí, Candelaria, Florida y Pradera

Con respecto a la proyección de la demanda se tiene la siguiente tabla, donde se proyectará a cinco años, con base en el IPC del año 2016, que fue del 5,75% y las proyecciones para los próximos años serán en promedio del 5% hasta el 2021 (Dinero, C, 2017).

Tabla 3. Proyección de ventas para los próximos cinco años.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	180.000	189.000	198.450	208.373	218.791
Precio de venta	\$ 2,750	\$ 2,877	\$ 3,003	\$ 3,130	\$ 3,256
Ingresos proyectados	\$495.000.000	\$541.587.420	\$590.269.680	\$641.046.780	\$693.918.720
Total	\$495.000.000	\$541.587.420	\$590.269.680	\$641.046.780	\$693.918.720

Fuente: Los autores

Ilustración 2. Formula de la muestra.

$$n = \frac{Z^2_{(1-\alpha/2)} P Q N}{(N - 1) B^2 + Z^2 P Q}$$

Fuente: Torres, P. (12 de noviembre de 2013).

Tabla 4. Descripción de las variables.

N=	Tamaño del universo	N=	7
a =	Nivel de confianza.	a=	0,10
1-a=	Expresa la proporción de veces que este valor máximo de e es superado (equivalentemente 1-α indica en porcentaje de veces que no es superado)	1-a=	0,90
Z =	Es el valor obtenido mediante niveles de confianza.	Z=	1,6448536
P =	Es la proporción que se espera encontrar y es positiva	P=	0,5
Q=	Es la variable negativa.	Q=	0,5
p/q	Probabilidades con las que se presenta el fenómeno	PQ=	0,25
e =	Margen de error aceptado	e=	0,05
n=	Tamaño de la muestra	n=	260

Fuente: Torres, P. (12 de noviembre de 2013).

La muestra se dividió en cuatro grupos de 65 personas cada uno para aplicar la encuesta en cada ciudad.

7.5.1 Resultados de la encuesta.

Tabla 5. Pregunta No 1 ¿Consume mermelada?

Si	195	75%
No	65	25%

Fuente: Los autores

Ilustración 3. Pregunta No 1 ¿Consume mermelada?



Fuente: Los autores

Tabla 6. Pregunta No 2 ¿Cuál es su sabor favorito?

Sabor	frecuencia	Porcentaje
Fresa	35	17.95 %
Mora	48	24.62 %
Piña	47	24.10 %
Naranja	38	19.49 %
Otros	27	13.84 %

Fuente: Los autores

Ilustración 4. Pregunta No 2 ¿Cuál es su sabor favorito?



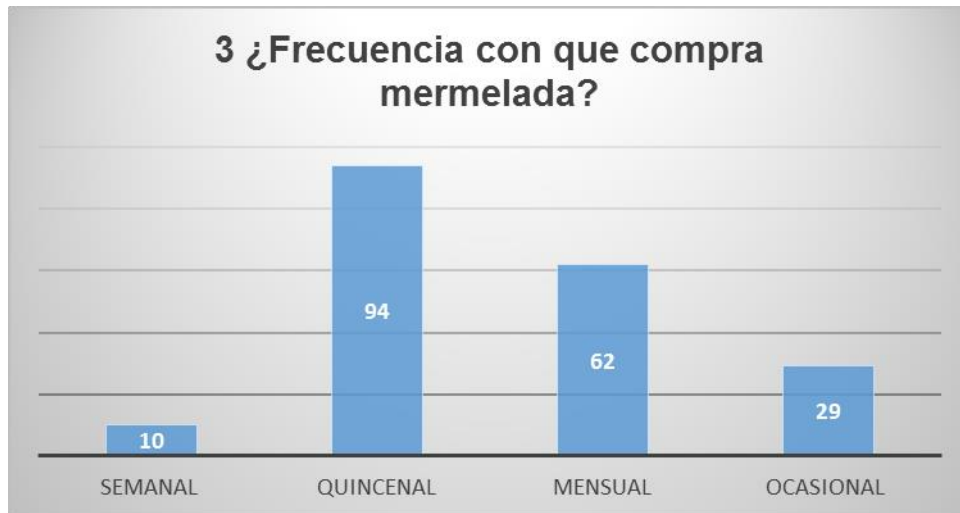
Fuente: Los autores

Tabla 7. Pregunta No 3 ¿Frecuencia con que compra mermelada?

Periodo	frecuencia	Porcentaje
Semanal	10	5.13 %
Quincenal	94	48.21 %
Mensual	62	31.79 %
Ocasional	29	14.87 %

Fuente: Los autores

Ilustración 5. Pregunta No 3 ¿Frecuencia con que compra mermelada?



Fuente: Los autores

A partir de la encuesta puede evidenciarse que aproximadamente el 75% de la población de la región consumen mermelada con una frecuencia de compra entre los quince y 30 días que representan el 80%.

7.5.2 Definición de los clientes potenciales.

Según el DANE (2015) la población para los municipios definidos para el mercado del proyecto existe una población aproximada de 2.561.799 habitantes, divididos de la siguiente manera: Santiago de Cali (Valle del Cauca) con una población de 2.369.821, Santander de Quilichao con 93.545 (Cauca), puerto tejada (Cauca) con 40.304 y Florida (Valle del Cauca) con 58.129.

Entonces de acuerdo con la encuesta podemos definir que el número de personas que consumen mermelada es:

$$PC = 2.561.799 * 0.75 = 1.921.349 \text{ Habitantes}$$

Los posibles consumidores de mermelada de piña en presentación de 250 gramos son de 1.921.349, como se muestra en la formula anterior.

$$PCMP = 1.921.349 * 0.2410 = 463.045 \text{ Habitantes.}$$

Se puede definir que la población que consume mermelada de piña son 463.045 personas

Con la empresa puesta en marcha se espera poder cubrir el 15% de esta población es decir los clientes potenciales serán de 69.457 personas por mes

7.5.3 Cálculo de base de producción

Es importante resaltar que el estudio se ha realizado considerando un mercado para la mermelada con presentación de 250 gramos, luego la distribución de frecuencia de compra de los clientes potenciales es:

Tabla 8. Distribución de frecuencia de compra en los clientes potenciales

Periodo	Porcentaje	Cientes potenciales	Unidades proyectas
Semanal	5.13 %	69.457	3563
Quincenal	48.21 %	69.457	33485
Mensual	31.79 %	69.457	22080
Ocasional	14.87 %	69.457	10328

Fuente: Los autores

Luego la producción mensual proyectada será como se muestra en la siguiente formula:

$$PMP=69.457 *0.250 =17.364 \text{ Kilos mensuales.}$$

7.6 EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Para la evaluación se consideró a los productores de piña de la región donde se comercializará la mermelada, y se utilizará piña de categoría II. En la actualidad en el territorio del departamento del Cauca, existe un próspero negocio de cultivos de piña, pero un porcentaje significativo no se comercializa porque la piña no cumple con las características de tamaño, forma, color, pero si con las condiciones nutricionales, microbiológicas y fisicoquímicas, por los que esta piña se vende en el mercado y se está utilizando en otros propósitos que no generan un valor al productor. La unidad de negocios que se propone tiene como finalidad la compra y transformación de estos tipos de piña, generando un valor agregado.

Para el análisis del sector se realizó un estudio de campo a 80 productores de piña, donde se preguntó, sobre la cantidad de cosecha de piña de categoría I y categoría II y el precio que vende; para la tabulación se dividió en 5 sectores la región:

Región 1: conformada por los municipios de Santander de Quilichao y Villa Rica

Región 2: conformada por los municipios de Buenos Aires y Suarez.

Región 3: Conformada por los municipios de Caloto, Guachené, Corinto

Región 4: Conformada por los municipios de Puerto Tejada, Padilla y Miranda.

Región 5: Conformada por los municipios del Departamento del Valle, Santiago de Cali, Jamundí, Candelaria, Florida y Pradera.

Tabla 9. Producción de piña por regiones.

Producción Anual	Categoría I Kilos	Categoría II Kilos	Porcentaje que representa la Categoría II
Región 1	904000	765000	45,84 %
Región 2	573750	430251	42,85 %
Región 3	1364900	928132	40,48 %
Región 4	1023372	900567	46,81 %
Región 5	1242000	844560	40,48 %
Total	5108022	3868510	43,29 %

Fuente: (Neira, A, Martínez, A & Orduz, J, 2016)

Además, se pudo obtener información por parte de los productores de piña, que la categoría II, se vende en promedio a 700 pesos por kilo la que presenta un peso promedio entre 500 y 900 gramos la unidad, la menor de 500 gramos es utilizada como materia prima para el alimento de animales, ya que es no es muy comercial (Neira, A, Martínez, A & Orduz, J, 2016).

Estudios técnicos indican que el rendimiento bruto (lavado y pelado) de la piña es aproximadamente 60%; para la producción de 17.364 kilos de mermelada

mensuales se necesitara 25.350 kilos por mes es decir 310.000 kilos al año, que representa el 10% de la piña de categoría II que producen los 80 cultivadores entrevistados, y la cosecha de piña es continuo durante todo el año, lo que garantiza contar con la materia prima para la producción.

8. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Con las estrategias de mercadeo se motivarán las personas para que surja el deseo a adquirir el producto y en el transcurso del tiempo se incrementaran las ventas paulatinamente, generando nuevos clientes y por ende ingresos significativos.

8.1 PRODUCTO

La mermelada de piña como producto único, pero con proyección en la variedad en los sabores.

De igual forma se busca que la mermelada de piña sea reconocida por sus deliciosos sabores, su calidad y con un precio asequible.

Usos: en cuanto al uso, la mermelada de piña es un producto agradable para consumirlo en cualquier hora del día, con un alto valor nutricional que alimenta a todo tipo de población, sin distinguir raza o edad.

Cabe agregar, que la mermelada de piña se puede utilizar como un complemento para las galletas, pan tajado, quesos, leche ente otros, y en la actualidad se usa en la preparación de salsas para acompañar carnes y pescados.

Presentación: la mermelada de piña es presentada en envase doy pack por 250 gramos.

Composición. En la fabricación de mermelada de piña se usa la fruta fresca seleccionada con altos estándares de calidad, con respecto al tamaño, forma, peso, color y olor, todo para un alto contenido de azúcar y algunos conservantes, como por ejemplo colorantes, saborizantes, ceras, ácido sòrbico, benzoato de sodio en cantidades mínimas, que no alteren las propiedades fisicoquímicas del producto final.

Sustitutos. Entre los productos con los cuales se pueden reemplazar la mermelada están:

- Arequipe
- Queso crema
- Jaleas
- Mantequillas

Complementarios. La mermelada también es usada como producto o complemento de:

- Arepas
- Pasteles
- Galletas
- Obleas
- Pan

8.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Para la estrategia de precio, se decidió por utilizar una estrategia neutral, basada en los costos de producción del producto final, adicionalmente se pretende incursionar en el mercado con precios similares a los de la competencia directa, es por ello por lo que la mermelada de piña en presentación de 250 gramos queda en \$ 3.100 cuyo precio es el de venta al público, ya que mediante un análisis a la competencia y a los estados financieros de la organización se estableció este precio.

8.3 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Región 1: conformada por los municipios de Santander de Quilichao y Villa Rica

Región 2: conformada por los municipios de Buenos Aires y Suarez.

Región 3: Conformada por los municipios de Caloto, Guachené, Corinto

Región 4: Conformada por los municipios de Puerto Tejada, Padilla y Miranda.

Región 5: Conformada por los municipios del Departamento del Valle, Santiago de Cali, Jamundí, Candelaria, Florida y Pradera.

Para dar a conocer la empresa productora de mermelada de piña en el municipio de Santander de Quilichao, Buenos Aires y Suarez, Caloto,

Guachene, corinto, puerto tejada, padilla, miranda y los municipios del departamento del Valle se implementarán las siguientes estrategias:

Se realizará un evento de lanzamiento del producto donde se busca que la gente conozca los beneficios y características, mediante degustaciones y obsequios.

Se visitarán los principales supermercados de la ciudad en especial los fines de semana y días de mercados donde se concentran la mayoría de las personas, esta labor se hará en el supermercado el rendidor, supermercado la feria, supermercados olímpica y centro comercial Santander plaza.

Se entregarán volantes en las calles de los municipios donde se presentarán las características del producto, con el lema “CONSUME LO NUESTRO COMPRA QUILIMER”

Se realizarán pautas publicitarias en las emisoras de cada municipio, como, por ejemplo: la emisora Santander Estéreo 102.7 FM y así mismo se presentarán comerciales en los canales de televisión locales.

8.3.1 Estrategias de promoción

El producto se va a promocionar por medio de descuentos, regalos, ofertas y sorteos.

Descuentos: por compras mayores a 3 docenas lleve otra docena con el 50% de descuento.

Regalos: vasos, llaveros, gorras, esferos entre otros.

Ofertas: pague uno lleve dos, ofertas en días especiales.

8.3.2 Estrategias de distribución

La empresa utilizara el siguiente canal de distribución, ya que se desea llegar a todos los clientes en los diferentes municipios, y para ello se utilizarán los

minoristas, como las tiendas de barrio y supermercados pequeños para abarcar de esta manera la población en general.

Canal 1.

EMPRESA —————> MINORISTA —————> CONSUMIDOR FINAL

Después de lo anterior expuesto, resulta oportuno mencionar que la organización distribuirá el producto de acuerdo con su rotación en los diferentes locales comerciales.

Canal 2:

EMPRESA —————> CONSUMIDOR FINAL

Otro canal de distribución sería con el cliente directamente, ya que también se venderá en diferentes puntos estratégicos de los diferentes municipios anteriormente nombrados.

8.3.3 Estrategias de ventas

Con el fin de incrementar las ventas se ponen en marcha otros servicios como entrega del producto puerta a puerta, y descuentos permanentes, para este tipo de estrategias, se cobrará un adicional por los domicilios, y en cuanto a las degustaciones se realizarán en puntos concurridos para llegar a la población en general, sin embargo, los descuentos se realizarán teniendo en cuenta los precios de la competencia en ese momento, para evitar una competencia desleal.

Adicionalmente se efectuarán promociones y comerciales por redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube, ya que es publicidad gratis y muy eficaz.

Como estrategia de ventas también se obsequiará una mermelada por la compra de 5 unidades, con el objetivo de incentivar a las personas a consumir el producto, sin embargo, en cuanto a los costos se mitigarán con las cantidades vendidas.

8.4 POLITICAS DE SERVICIO

- Se entrega el producto en la puerta de la casa
- Los colaboradores no pueden aceptar propinas sin autorización de la dirección
- Todo producto en mal estado se repondrá inmediatamente

- El mejoramiento continuo es la prioridad, por ende, después de la entrega del producto se realizarán encuestas de satisfacción
- Se aceptan sugerencias tanto verbales como escritas
- Los colaboradores son la imagen de la organización, por ende, la presentación personal es fundamental para la empresa.

9. ESTUDIO TÉCNICO

9.1 LOCALIZACIÓN

9.1.1 Macro localización.

La empresa se ubicará en el departamento del Cauca, en la zona norte, en la cabecera municipal de Santander de Quilichao, ya que es un sitio estratégico porque en el sector no se encuentran empresas de fabricación de mermelada de piña, además tiene varias salidas por tierra lo cual es un punto fundamental para sacar el producto a los demás municipios, cabe agregar que es un municipio central y el transporte tanto de la materia prima como del producto final se facilita y el uso de suelos se encuentra autorizado para el establecimiento de empresas.

9.1.2 Micro localización.

De acuerdo con el plan básico de ordenamiento territorial de municipio de Santander de Quilichao, la planta de producción se ubicará en las zonas del parque industrial del municipio donde se autoriza el uso de suelos para el establecimiento de empresas.


9.1.3 Tamaño

Se estima una producción de 17.364 kilogramos mensuales, y se trabajará en promedio 24 días al mes, por lo que la producción diaria será de 645 kilogramos, por lo que se planificará la producción de dos lotes diarios con una capacidad teórica de 350 kilos, es decir que la empresa se calcula para una capacidad 400 kg por lote.

9.2 FICHA TÉCNICA DE LA MERMELADA

La mermelada es un producto a base de frutas con consistencia gelatinosa obtenida mediante cocción y la concentración de frutas, adición de azúcar y pectina. La fruta se puede agregar en tiras muy finas o en trozos muy pequeños.

Tabla 10. Ficha técnica de la mermelada

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO TERMINADO		
NOMBRE DEL PRODUCTO	Mermelada de Piña	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	La mermelada de piña es un producto de consistencia pastosa o gelatinosa que se ha producido por la cocción y concentración de piña tipo II, con una y algunos conservantes, como por ejemplo colorantes, saborizantes, ceras, ácido sórbico, benzoato de sodio en cantidades mínimas	
LUGAR DE ELABORACIÓN	Producto elaborado en el municipio de Santander de Quilichao, en la cabecera municipal, ubicado en calle 5a sur #5a-1 a 5a-299, a nueve minutos de la alcaldía municipal de este municipio.	
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	Carbohidratos	63%
	Proteína	0,38%
	Grasa-lípidos	0%
	Agua	35%
	Minerales	1%
	Calorías aportadas por 200 Gramos	256
PRESENTACIÓN Y EMPAQUES COMERCIALES	<p>Empaque Doy pack de 250 gramos, con la tabla de contenido neto del producto, registro sanitario y lugar de fabricación.</p> 	

CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	Color: Amarillo claro a oro Aspecto: Llamativo Sabor: Dulce y ligeramente ácido Olor: Muy parecido al de la fruta Textura: Pastosa y semisólida.	
REQUISITOS MINIMOS Y NORMATIVIDAD	NTC 285 Frutas procesadas, mermeladas y jaleas de frutas.	
TIPO DE CONSERVACIÓN	Medio ambiente	Temperatura medio ambiente
	Refrigeración	de 2 grados a 5 grados
	Congelación	No requiere
CONSIDERACIONES PARA ALMACENAMIENTO	Debe almacenarse en un lugar fresco con temperatura ambiente no mayor a 26 grados, preferiblemente refrigerado si se tiene en estantes debe estar alejado de la luz solar.	
RECOMENDACIONES PARA SU USO CORRECTO	Es recomendable manejar utensilios limpios, así como utilizar las capas superiores del producto sin revolver el contenido del envase para disminuir las posibilidades de contaminación	

Fuente: Panadis. (s.f).

Propiedades fisicoquímicas y microbiológicas.

Para garantizar la calidad del producto mermelada de piña se tendrá en consideración la resolución de 3929 del 02 de Octubre de 2013 del ministerio de protección Social "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" y se consideran las mismas condiciones que para las mermeladas.

Tabla 11. Propiedades fisicoquímicas

PARÁMETRO	Mínimo	Máximo
Sólidos solubles por lectura refractométrica a 20°C	19	-
pH a 20°C	-	3.70
% de acidez (como ácido cítrico)	0.5	-
Contenido de fruta		35%

Ministerio de salud y protección social. Resolución 003929. (2 de octubre de 2013).

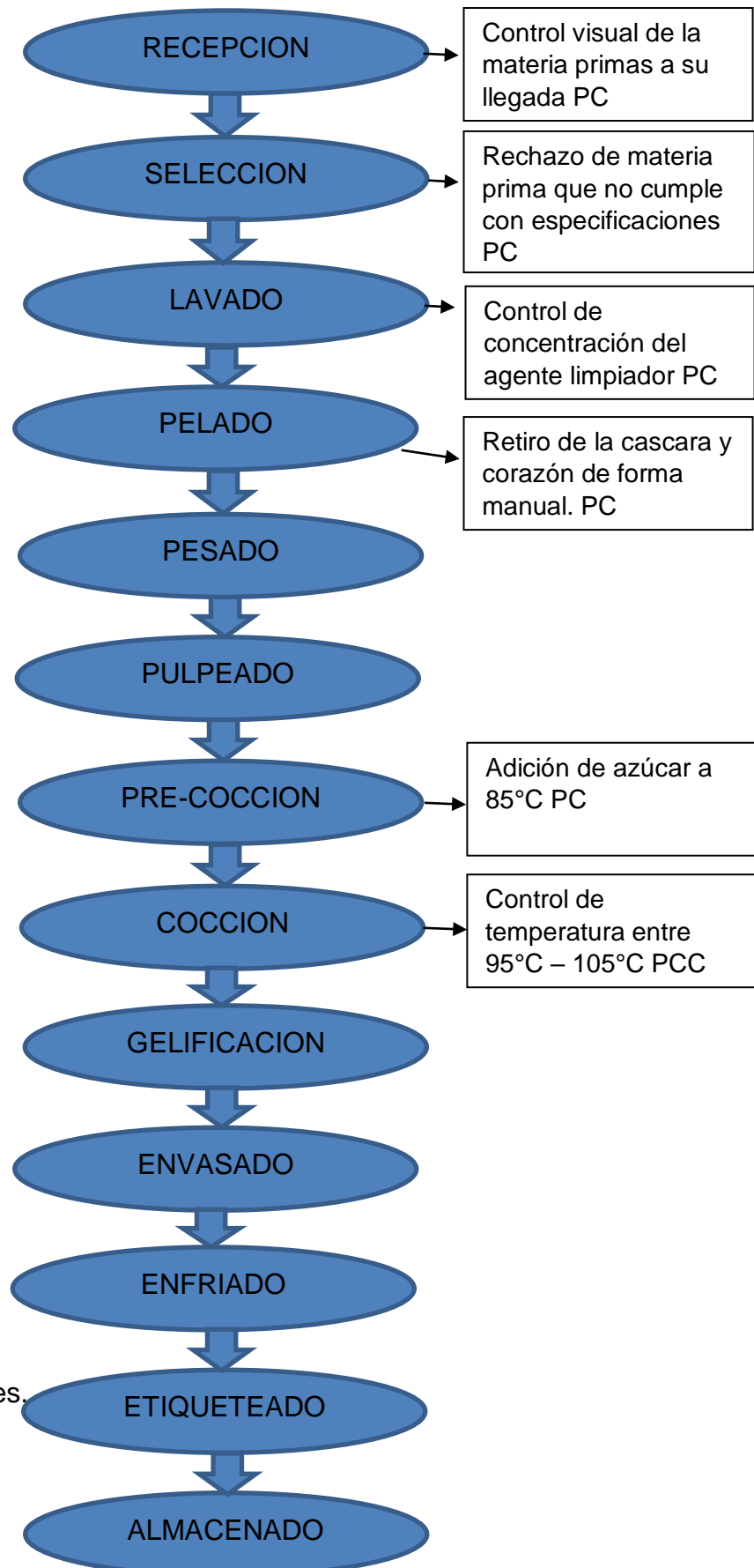
Tabla 12. Propiedades Microbiológicas

PARÁMETRO	Parámetro			
	N	m	M	c
Recuento de microorganismos mesófilos ufg/g o ml	5	500	800	1
Recuento E. Coli ufc/g o ml	5	<10	-	0
Recuento de mohos y levaduras ufg/ o ml	5	100	200	1

Fuente Ministerio de salud y protección social. Resolución 003929. (2 de octubre de 2013).

9.3 PROCESO PRODUCTIVO

Ilustración 6. Proceso productivo de la mermelada de la piña. PC y PCC



Fuente: Los autores.

- **RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA:** Se recibe la piña en la planta y se verifica que cumpla con los requisitos mínimos de calidad como son: tamaño, grado de madurez y se deja en reposo para que baje el calor del campo que posiblemente trae.

- **SELECCIÓN DE MATERIA PRIMA:** En esta etapa del proceso se seleccionan las piñas que cumplan con condiciones de tamaño, color y grado de madurez, según los estándares de calidad en cada organización donde se realice la compra, y que no lleguen magulladas o con lesiones ocasionadas en el transporte hacia la planta de procesamiento.

- **PESADO DE MATERIA PRIMA:** Con este paso, se hace el balance de la materia. Por otra parte, hasta no pelar ni procesar, no se puede determinar el rendimiento exacto del proceso, sin embargo, el personal de esta etapa sería el mismo que se encuentra encargado de la selección de la materia prima.

- **LAVADO (DESINFECCIÓN Y ENJUAGUE):** Esta operación se realiza con el fin de eliminar la posible suciedad y contaminación que puedan traer la frutas desde la postcosecha o que se haya producido en el transcurso hasta llegar a la planta de procesamiento, este lavado se realiza con una solución de agua clorada en una concentración de 200 ppm durante 5 minutos.

- **PELADO/CORTADO:** La idea de esta fase del proceso es extraer la pulpa de la fruta quitando la cascara y el corazón luego la pulpa se corta en pequeños cubos.

- **REDUCCIÓN DE TAMAÑO (TRITURACIÓN):** En esta etapa se hace colado del jugo, obtenido durante este proceso.

- **PRE-COCCIÓN:** La fruta se cuece suavemente hasta antes de añadir el azúcar. Este proceso de cocción es importante para romper las membranas celulares de la fruta y extraer toda la pectina. Si fuera necesario se añade agua para evitar que se queme el producto. La cantidad de agua a añadir dependerá de lo jugosa que sea la fruta, de la cantidad de fruta colocada en la marmita de doble camisa y de la fuente de calor, todo en una relación de 1kg de pulpa/400g de azúcar.

La fruta se calentará hasta que comience a hervir. Después se mantendrá la ebullición a fuego lento con suavidad hasta que el producto quede reducido a pulpa. Aquellas frutas a las que deba añadirse agua deberán hervir hasta perder un tercio aproximadamente de su volumen original antes de añadir el azúcar.

- **COCCIÓN:** Después de la pre-cocción viene este paso que consta en agregar gradualmente la azúcar restante, la mezcla debe hacerse en constante agitación y el tiempo no debe exceder los 20 minutos, antes de llegar a los 68°Brix se adiciona la pectina en una relación de 1 kg pulpa/ 15 g Pectina, para finalizar con el calentamiento.

- **GELIFICACIÓN:** Para poder llegar a la gelificación debemos esperar que la masa se enfríe a 85°C para evitar que se presente inversión de sacarosa y de paso eliminamos el aire que contenga la mezcla.

- **ENVASADO:** Cuando la mezcla ha llegado a una temperatura de 85°C podemos proceder a envasar.

- **ENFRIADO:** Después de que el producto ha sido envasado y sellado herméticamente procedemos a enfriarlo por medio de agua a chorro hasta alcanzar una temperatura de 5 °C.

- **ETIQUETADO:** Una vez que el producto terminado se encuentra a temperatura ambiente y seco, nos disponemos a la identificación con la etiqueta, la cual debe ajustarse a los requisitos que exige la legislación vigente además de incluir la fecha de vencimiento del producto.

- **ALMACENAMIENTO:** Finalizado el etiquetado el producto terminado es llevado al almacén el cual debe contar con condiciones de temperatura y humedad adecuadas para que se mantenga allí por un periodo de cuarentena antes de salir a la venta

Tabla 13. Balance de la materia prima para la elaboración la mermelada de piña

BALANCE DE MATERIAS		
PROCESO	VALORES (Kg)	
RECIBO		
Entrada		
Fruta fresca	100	
TOTAL, ENTRADA	100	
Salida		
Fruta fresca	100	
TOTAL, SALIDA	100	100%
SELECCIÓN		
Entrada		
Fruta fresca	100	
TOTAL, ENTRADA	100	
Salida		
Fruta buena	96	
Fruta dañada y verde	4	4%
TOTAL, SALIDA	96	96%
PELADO Y DESMILLADO		
Entrada		
Fruta lavada	96	
TOTAL, ENTRADA	96	
Salida		
Pulpa	89	
Cascara y corazón	7	8%
TOTAL, SALIDA	96	
CUBETADO		
Entrada		
Pulpa	89	
TOTAL, ENTRADA	89	
Salida		
Pulpa	88	
Jugo y pulpa	0,5	1%
TOTAL, SALIDA	88	88%
TRITURADO		
Entrada		
Pulpa	88	
TOTAL, ENTRADA	88	
Salida		
Jugo	73	Medición de °Bx: Min 9 según

		decreto 3929
Colado del jugo	15	21%
TOTAL, SALIDA	88	
PRE-COCCIÓN		
Entrada		
Jugo	73	
Relación Agua	1:0,3	
Agua requerida	16,8	
Azúcar	29,2	Relación 1kg de pulpa/400g de azúcar
TOTAL, ENTRADA	119,0	
Salida		
Jugo precocido	79,4	1/3 de perdida en esta etapa
TOTAL, SALIDA	79,4	Medición de °Bx: < 60 según decreto 3929
COCCIÓN		
Entrada		
Jugo precocido	79,4	
Azúcar	19,8	1/4 de perdida en esta etapa
Pectina	119,0	Medición de °Bx: 68+/-2°Brix
TOTAL, ENTRADA	218,3	
Salida		
Jugo concentrado	218,3	
TOTAL, SALIDA	218,3	
GELIFICACIÓN		
Entrada		
Jugo concentrado	218,3	
TOTAL, ENTRADA	218,3	
Salida		
Jugo concentrado	218,3	
TOTAL, SALIDA	218,3	
ENVASADO		
Entrada		
Jugo concentrado	218,3	
TOTAL, ENTRADA	218,3	
Salida		
Jugo envasado	196,4	
Mermas o desperdicio	21,8	10%
TOTAL, SALIDA	196,4	Rendimiento 90%

Fuente: Los autores

9.3.1 Descripción del % de ingredientes

El 60% de la mermelada está compuesto por la fruta, siendo esta en mayor proporción en este caso la piña, y el restante 40%, está compuesto por los siguientes ingredientes: azúcar, agua, pectina, y los conservantes, que componen el 100 % entre todos.

- ✓ Pulpa de fruta
- ✓ Agua
- ✓ Azúcar
- ✓ Pectina
- ✓ Conservantes

9.4 EQUIPOS Y UTENSILIOS NECESARIOS EN EL PROCESO PRODUCTIVO

Tabla 14. Equipos y utensilios necesarios en el proceso productivo

No.	Descripción	CANTIDAD
01	Bascula industrial cap. Max 150 Kg	1
02	Licuada industrial de 50 kilos	2
03	Marmita industrial de 500 litros	1
04	Tanque de acero inoxidable de 500 litros con agitador	2
05	Homogeneizador	1
06	Filtro malla	2
07	Selladora	1
08	Envasadora semi automática	1

Fuente: Los autores.

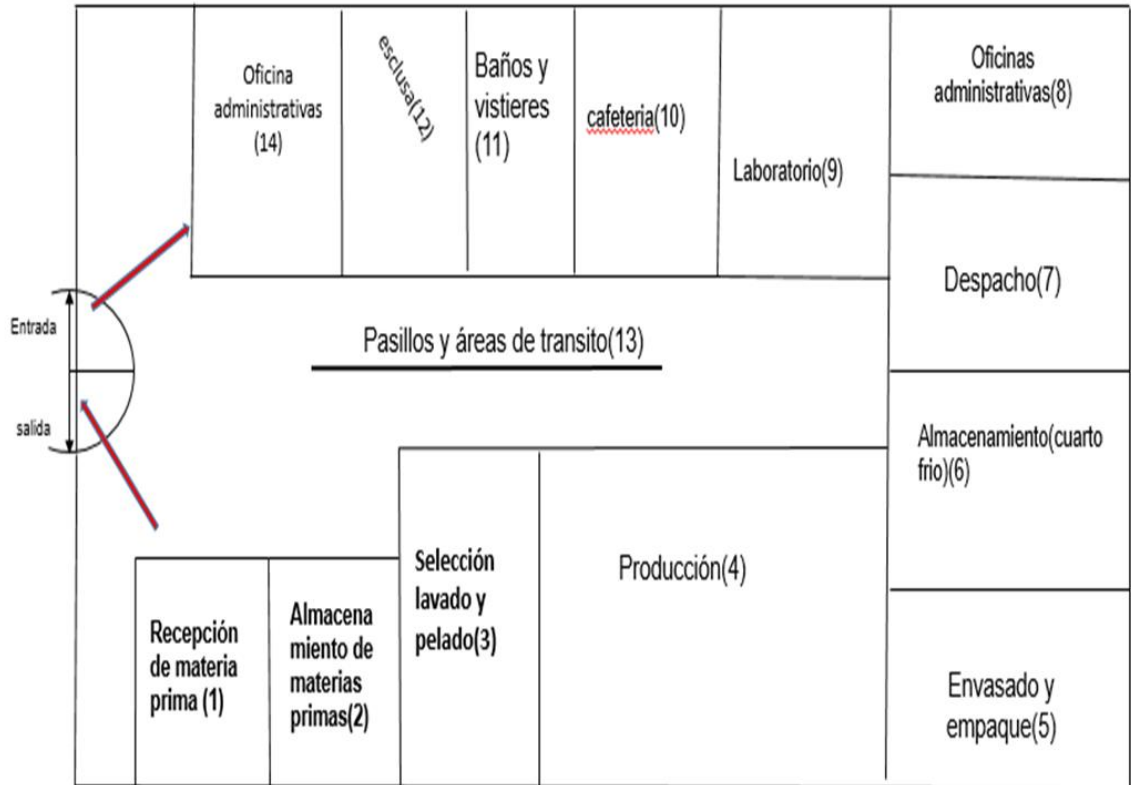
9.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Tabla 15. Distribución de planta.

No.	Descripción	Tamaño (m ²)
01	Recepción de Materias Primas	16
02	Almacenamiento de materias primas y materiales	20
03	Selección. Lavado y pelado	20
04	Producción	16
05	Envasado y Empaque	16
06	Almacenamiento (cuarto Frio)	9
07	Despacho	12
08	Oficinas y Administración	32
09	Laboratorio	18
10	Cafetería	24
11	Baños y Vestieros	12
12	Esclusas	8
13	Pasillos y áreas de tránsito	42
14	Oficinas Administración	9
	Total	254

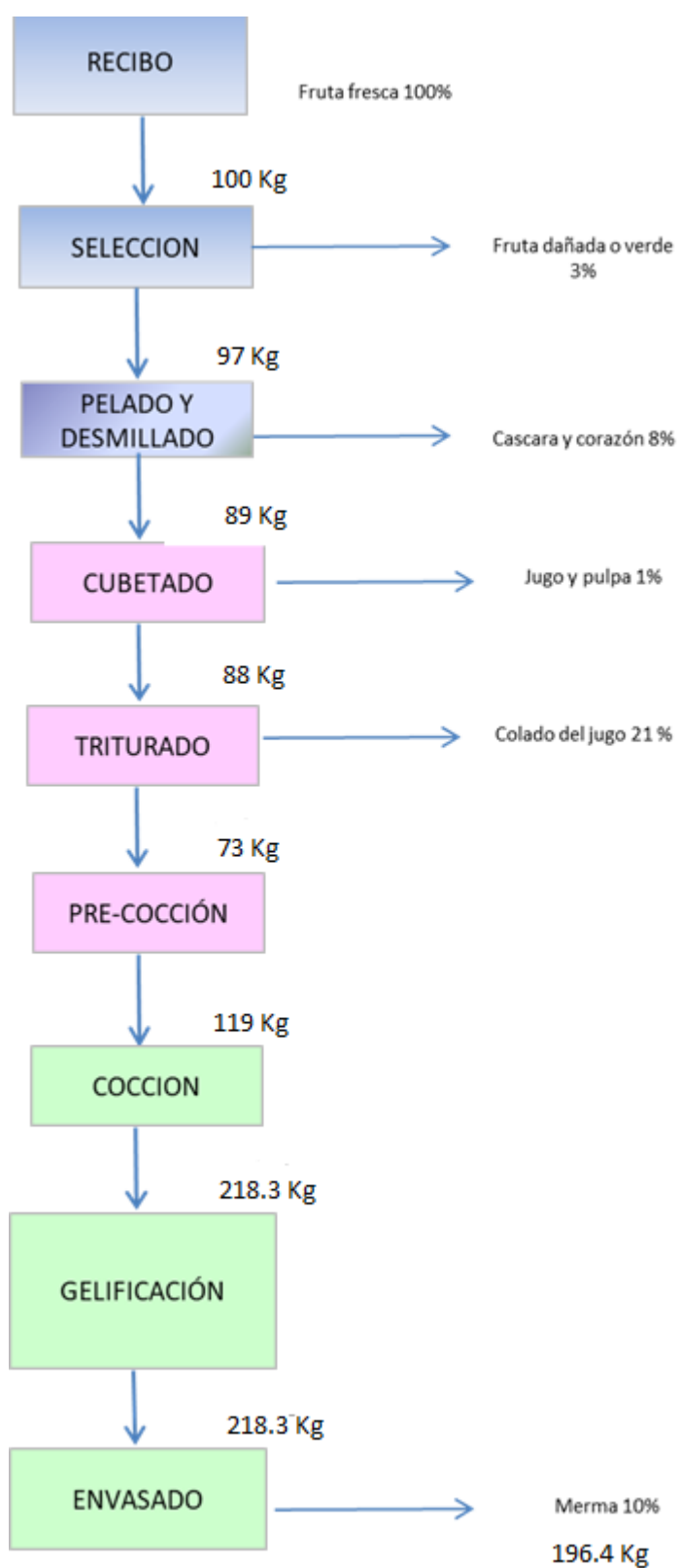
Fuente: Los autores.

Ilustración 7. Plano del área física de la planta



Fuente: Los autores.

Ilustración 8. Balance total



10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

10.1 TIPO DE EMPRESA

La organización se va a constituir bajo la figura de sociedad anónima simplificada (S.A.S), la cual lleva como nombre “QUILIMER” de acuerdo con la actividad económica que esta va a realizar y que se basa en la producción y comercialización de mermelada, por lo tanto, el nombre de la empresa es QUILMER S.A.S

➤ SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA (SAS)

¿Qué son?

Es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento.

➤ ¿Qué normas la crearon?

Fue creada por la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009. Basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006).

➤ ¿Cómo se constituye?

Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública.

Según el artículo 5 de la ley 1258; por regla general, SAS se constituye por Documento Privado donde consta:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- Razón Social seguida de las letras "SAS"
- El domicilio principal de la sociedad y las sucursales (Nieto, N, Isaza, E & Zuluaga, M, S.f)
- Término de duración, puede ser a término indefinido
- Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita.
- Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán
- Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal.

Sin embargo, cuando se donen bienes que necesiten como formalidad legal (escritura pública), la constitución debe elevarse a escritura pública también.

- ¿Qué organismos administrativos deben constituirse en la SAS?

Los estatutos de la sociedad fijarán los órganos necesarios y sus respectivas funciones, cuando menos un representante legal. En caso de ser un solo accionista, éste ostentará todas las funciones y obligaciones que la ley le confiere.

Cabe destacar que no deberá tener revisor fiscal al menos que supere los topes reglamentados por la ley 43 de 1990.

- ¿Cuál es la responsabilidad de los accionistas?

Los accionistas responderán sólo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación, laboral, fiscal etc. Puede desestimarse su personalidad jurídica en caso de probarse que fue constituida para defraudar, dicha estimación la da las Supe sociedades.

- ¿Qué prohibiciones tiene la SAS?

- La única limitación de la SAS es la de negociar sus valores en el mercado público de valores. Cabe destacar que el pago de las acciones suscritas no puede exceder de 2 años (Nieto, N, Isaza, E & Zuluaga, M, S.f)

➤ SOCIEDAD ANÓNIMA SIMPLIFICADA

¿Qué tipos de acciones puede emitir la SAS?

SAS puede emitir cualquiera de los tipos de acciones, especificando sus derechos y formas de negociación. Respetando siempre, ante todo, la ley.

- Otras Disposiciones
 - Cualquier sociedad puede transformarse a SAS cuando el 100% de los socios así lo decidan
 - Existe la fusión abreviada, cuando una sociedad detente más del 90% de las acciones de una SAS
 - En materia tributaria, SAS funcionará como una SA
-
- Se deliberará con por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas se determinará con la mitad más una de las presentes (Nieto, N, Isaza, E & Zuluaga, M, S.f)

10.2 MISIÓN

Empresa privada con responsabilidad social que cuenta con un personal idóneo y capacitado en el procesamiento de alimentos, normas de BPM para la producción y comercialización de mermeladas, donde nuestro principal objetivo es el aprovechamiento de productos como la piña categoría II para darles un valor agregado a los cultivadores, aportando desarrollo a la comunidad de Santander de Quilichao.

10.3 VISIÓN

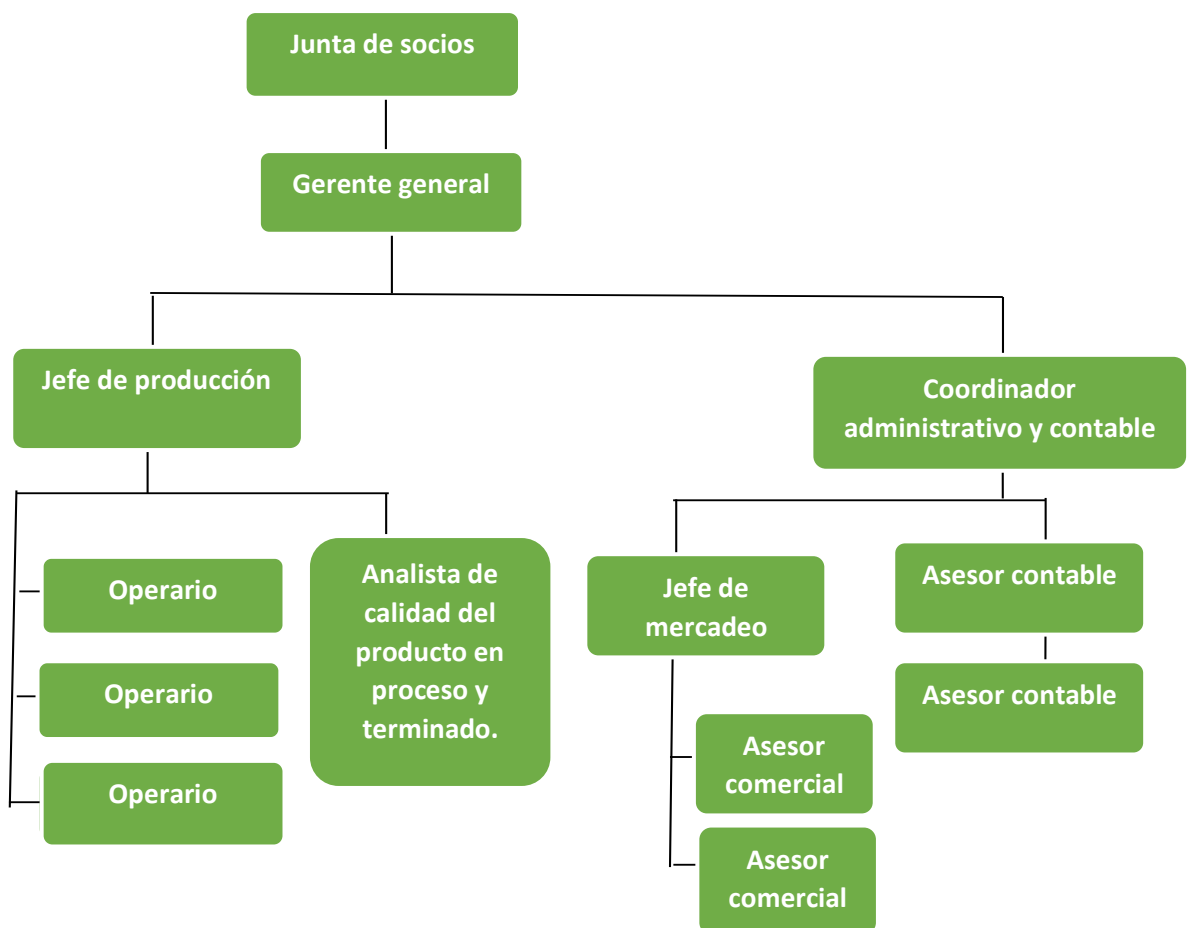
En el año 2021 nos convertiremos en una empresa rentable y sostenible con responsabilidad social y corporativa, comprometida con la protección del medio ambiente y líder en la producción de mermeladas en diferentes sabores en la región.

10.4 PRINCIPIOS Y VALORES

- Responsabilidad: estamos comprometidos con la producción de mermelada de piña cuidado y protección con el medio ambiente.
- Compromiso: nuestras labores están basadas en el trabajo en equipo el cual nos permite cumplir con tiempos de objetivos trazados.
- Servicio: nuestra razón de ser son nuestros clientes por eso procuramos día a día su completa satisfacción.
- Confianza: interactuamos con nuestros clientes y nuestro principal es brindarles un producto inocuo.

10.5 RECURSOS HUMANOS

Ilustración 9. Organigrama de la organización



Fuente: Los autores.

- **Administrador:** será el profesional encargado de manejar la Administración de la empresa, podrá ser administrador o Tecnólogo en Administración.
- **Jefe de Producción:** El encargado de todos los procesos productivos desde la planeación, supervisión, y control de producción, deberá ser un tecnólogo en Alimentos
- **Operarios:** En cargo de realizar los procesos de producción desde la recepción de materia prima hasta el despacho de producto terminado, deberán ser mínimo bachilleres, con certificación en Buenas prácticas de Manufactura. La empresa contratará con tres operarios.
- **Analista De Calidad:** Es el responsable de las actividades principales para el desarrollo de pruebas a la aplicación. Incluye la identificación, definición e implementación de las pruebas funcionales y no funcionales necesarias, así como el registro de los resultados y el análisis de los mismos.
- **Mercadeo:** El área de mercadeo requiere de planificación y desarrollo de implementaciones de actividades de comunicación interna y externa.
- **Contable:** Es la encargada de administrar y controlar los recursos financieros de la empresa; informar la situación para consolidar los estados financieros en el momento en que se requieran.
- **Auxiliar contable:** Es la persona capacitada para cumplir un rol técnico dentro del departamento contable de una empresa. Su tarea fundamental consiste en llevar los libros principales y auxiliares de la misma
- **Vendedores:** Son los encargados de realizar las ventas, estas se realizarán en los municipios de influencia del proyecto, debe ser profesionales con conocimientos en mercadeo y ventas.

11. ESTUDIO FINANCIERO

Tabla 16. Inversión en obras físicas

INVERSIÓN EN OBRAS FÍSICAS			
Detalle de inversión	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Adecuación de áreas de producción	5	500.000	2.500.000
Adecuación de áreas de servicio	5	500.000	2.500.000
adecuación de áreas de Administración	5	500.000	2.500.000
Adecuación de áreas de almacenamiento	5	500.000	2.500.000
Adecuación de área de despachos	5	500.000	2.500.000
Adecuación de áreas de recepción	5	500.000	2.500.000
Total			15.000.000

Fuente: Los autores.

En la tabla 16, se discriminan cada uno de los costos de la propiedad planta y equipo de la empresa a crear, necesarios para la instalación de las maquinarias, áreas de trabajo, enseres y todo lo que se requiere para poner a funcionar la planta productora de mermelada.

Tabla 17. Inversión en maquinaria y equipo de producción

INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN				
Detalle de inversión inversiones	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)
Bascula Industrial	1	980.000	980.000	5
Licadora Industrial	1	650.000	650.000	5
Marmita industrial de 500 litros	1	1.800.000	1.800.000	5
Tanque de acero inoxidable de 500 litros con agitador	2	650.000	1.300.000	5
Homogeneizador	1	1.200.000	1.200.000	5
Filtro malla	1	850.000	850.000	5
Selladora	1	780.000	780.000	5
Envasadora semi automática	5	950.000	4.750.000	5
Total			12.310.000	

Fuente: Los autores.

En la tabla 17, se encuentran esgrimidos los costos de la maquinaria con capacidad para producir 20000 kilos mensuales de mermelada. Un dato es que los equipos comprados serán nuevos y sus especificaciones técnicas están adaptadas a las condiciones climáticas de Santander de Quilichao, Cauca.

El homogeneizador tiene la función de mejorar la viscosidad del producto y el sabor.

Tabla 18. Inversión en herramientas

INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS				
Detalle de inversión	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)
Producción	3	350.000	1.050.000	5
Administración	3	1.200.000	3.600.000	5
Logística	2	600.000	1.200.000	5
Ventas	1	2.400.000	2.400.000	5
Total			8.250.000	

Fuente: Los autores.

La tabla 18, para el área de producción se encuentra los utensilios como tres contenedores plásticos de 55 galones, ideales para almacenar y trasladar la fruta en cada proceso de fabricación.

En cuanto al área de administración, tres computadores de escritorio marca Computador All in One Lenovo C260 Blanco.

Para el área de logística dos transpaletas, para mover los contenedores plásticos de 55 galones, de un lugar a otro dentro o fuera de la planta.

Y en cuanto al área de ventas, se va a adquirir un Software que ayude al área de ventas a llevar el registro, trazabilidad e ingresos por la venta de mermeladas.

Tabla 19. Inversión en muebles, enseres y equipos de administración

INVERSIÓN EN MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE ADMINISTRACIÓN				
Detalle de inversión	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Vida útil (años)
ESCRITORIO TIPO GERENCIA	1	350.000	350.000	10
ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	2	300.000	600.000	10
ESCRITORIO AUXILIAR	1	250.000	250.000	10
HORNO MICROONDAS	1	120.000	120.000	10
ARCHIVADOR	3	190.000	570.000	10
EXTINTOR	4	120.000	480.000	10
BIBLIOTECAS	3	190.000	570.000	10
MESAS DE REUNIONES	1	250.000	250.000	10
SILLAS DE ESCRITORIO	4	125.000	500.000	10
SILLAS OPERARIAS	5	85.000	425.000	10
SILLAS TIPO SALA	12	25.000	300.000	10
Total			4.415.000	

Fuente: Los autores.

En la tabla 19, se encuentran descritos los costos del área administrativa en cuanto a muebles y equipo de oficina, este departamento se ubicará dentro de la planta, esto para realizar todo lo relacionado con contabilidad, mercadeo, finanzas y gestión administrativa en general.

Tabla 20. Inversión en activos intangibles

INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES		
Detalle de inversión		Costo
ESTUDIO DE PERFECTIBILIDAD (42.85714%)		300.000
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD (57.14286%)		400.000
LICENCIAS		3.500.000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		100.000
MONTAJE Y PUESTA EN MARCHA		100.000
ENTRENAMIENTO DE PERSONAL		163.000
IMPREVISTOS		177.552
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS		4.740.552

Fuente: Los autores.

En la tabla 20, corresponde a los gastos constitución, estudios de pre y factibilidad, capacitación del personal y todo lo relacionado con la parte legal y tributaria en la empresa.

Tabla 21. Costo mano de obra

COSTO MANO DE OBRA				
Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Primer año
3 OPERARIOS	2.400.000	28.800.000	15.516.000	44.316.000
1 JEFE DE PRODUCCIÓN	1.000.000	12.000.000	6.465.000	18.465.000
1 ANALISTA DE CALIDAD	900.000	10.800.000	5.818.500	16.618.500
Subtotal	=	51.600.000	27.799.500	79.399.500
Subtotal	=	51.600.000	27.799.500	79.399.500

Fuente: Los autores.

En la tabla 21, está estipulado el costo del personal calificado con todas sus prestaciones sociales y parafiscales, serán los encargados del proceso de fabricación de la piña en mermelada, todos los procesos estarán bajo BPM (buenas prácticas de manufactura), el jefe de producción será tecnólogo en alimentos el analista de calidad será tecnólogo químico con experiencia en calidad, todo para brindar un producto final con las mejores especificaciones técnicas.

Tabla 22. Porcentajes utilizados para prestaciones sociales y aportes

PORCENTAJES UTILIZADOS PARA PRESTACIONES SOCIALES Y APORTES	
%	Ítem
9	ICBF, SENA Y CAJA
8,33	CESANTIAS
8,33	PRIMAS
4,17	VACACIONES
8,5	SALUD
12	PENSIONES
1,045	RIESGOS
0,5	DOTACION
1	TRANSPORTE
	INTERESES
1	CESANTIAS
53,875	TOTAL

Fuente: Los autores.

En la tabla 22, está el cálculo de las prestaciones sociales y parafiscales, que deben ser cancelados por el empleador, esto para estar acorde a la normatividad vigente en materia laboral, las tarifas son las del año 2017.

Tabla 23. costos de materiales (primer año de operaciones)

COSTOS DE MATERIALES (primer año de operaciones)				
Material	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total, año
a. Materiales directos				
Piña	kilos	300.000	900	270.000.000
Azúcar	Kilos	5920	1800	10.656.000
Empaque	metros	1200	800	960.000
Pectina	kilos	12	12000	144.000
Subtotal Materiales Directos				281.616.000
B. Materiales indirectos				
Aceite	kilos	1000	4200	4.200.000
Conservantes	kilos	2	6.000	12.000
Papelería	Unidad	2	25.000	50.000
otros	unidad	12	250.000	3.000.000
Subtotal Materiales Indirectos				7.262.000
TOTAL				288.878.000

Fuente: Los autores

Lo descrito en la tabla 23, se encuentra la materia prima y los insumos para el primer año de producción, estos serán comprados en el mismo municipio de Santander de Quilichao y ya los conservantes en Popayán, todo esto para tener proveedores locales

Tabla 24. Costo de servicio (primer año)

COSTO DE SERVICIO (primer año)				
Servicio	Medida	Cantidad	Costo unitario	Total, año
Energía Eléctrica	Kw_ hora	7.000	350	2.450.000
Alumbrado público	Cargo fijo	12	9.500	114.000
Aseo	Cargo fijo	12	15.000	180.000
Acueducto	Mts3	200	2.500	500.000
Teléfono e Internet	Promedio	12	120.000	1.440.000
Mantenimiento Equipo	Bimensual	6	25.000	150.000
Arrendamiento	Mensual	12	500.000	6.000.000
TOTAL				10.834.000

Fuente: Los autores

En la tabla 24, están descritos cada uno de los servicios públicos necesarios para la fabricación de la mermelada en la planta de producción, adicional están los servicios de telefonía fija e internet, indispensables para recepcionar las llamadas de los clientes o proveedores y tener un mayor control de las operaciones diarias del negocio.

Tabla 25. Gastos por depreciación activos de producción

Activo	Vida útil	costo activo	GASTOS POR DEPRECIACIÓN ACTIVOS DE PRODUCCIÓN					Valor residual
			Depreciación anual					
			1	2	3	4	5	
Bascula Industrial	10	980.000	98.000	98.000	98.000	98.000	98.000	490.000
Licuadora Industrial	10	650.000	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000	325.000
Marmita industrial de 500 litros	10	1.800.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000	900.000
Tanque de acero inoxidable de 500 litros con agitador	5	650.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	0
Homogeneizador	5	650.000	130.000	130.000	130.000	130.000	130.000	0
Filtro malla	5	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	0
Selladora	5	850.000	170.000	170.000	170.000	170.000	170.000	0
Envasadora semi automática	10	780.000	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000	390.000
TOTAL, ACTIVOS DE PRODUCCIÓN			1.091.001	1.091.001	1.091.001	1.091.001	1.091.001	2.105.000

Fuente: Los autores

En la tabla 25, se describieron los costos por depreciación, algunos de ellos tienen una vida útil de diez y cinco años, esto es para trámites contables y su posterior clasificación en la cuenta depreciación del balance general y estado de resultados.

Tabla 26. Gastos por depreciación activos de administración

GASTOS POR DEPRECIACIÓN ACTIVOS DE ADMINISTRACIÓN								
Activo	Vida útil	Costo activo	Depreciación anual					Valor residual
			1	2	3	4	5	
Activos de Administración	10	4.415.000	441.500	441.500	441.500	441.500	441.500	2.207.500
Total, activos de administración		4.415.000	173.646	441.500	441.500	441.500	441.500	868.230

Fuente: Los autores

La tabla 26, estas los gastos por depreciación, pero en el área administrativa, estos tienen una vida útil de cinco años, para su posterior tratamiento en los estados financieros: Balance general y estado de resultados.

Tabla 27. Remuneración al personal administrativo

REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO				
Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Prestaciones sociales	Años 1
B. Administración				
GERENTE GENERAL	1.000.000	12.000.000	6.465.000	18.465.000
SECRETARIA RECEPCIONISTA	800.000	9.600.000	5.172.000	14.772.000
CONTADOR (HONORARIOS)	350.000	4.200.000	0	4.200.000
OFICIOS VARIOS MEDIO TIEMPO	500.000	6.000.000	3.232.500	9.232.500
Subtotal	2.650.000	31.800.000	14.869.500	46.669.500

Fuente: Los autores

La tabla 27, menciona los gastos del personal administrativo, en el que se encuentran los cuatro trabajadores de esta área, cada uno con sus prestaciones sociales y parafiscales. Estos valores son calculados a un año.

Tabla 28. Otros gastos administrativos

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Servicio	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total año 1
Útiles y papelería	mes	12	125.000	1.500.000
Otros Servicios públicos (internet)	mes	12	95.000	1.140.000
Cafetería	mes	12	45.000	540.000
Aseo y limpieza	mes	12	150000	1.800.000
TOTAL				4.980.000

Fuente: Los autores

La tabla 28, nuevamente retoma los gastos administrativos, pero este caso lo que son: El arriendo, servicios públicos, cafetería, aseo y limpieza, estos desembolsos de dinero al igual que los de la tabla 26, se cargan directamente al estado de resultados.

Tabla 29. Amortización a gastos diferidos

AMORTIZACIÓN A GASTOS DIFERIDOS							
Activo intangible	Plazo (en años) amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Gastos preoperativos	5	4.740.552	948.110	948.110	948.110	948.110	948.110
AMORTIZAR			948.110	948.110	948.110	948.110	948.110
Activo intangible	Plazo (en años) amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Amortización en cifras físicas	5	15.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
TOTAL, A AMORTIZAR			3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Total, amortización anual		19.740.552	3.948.110	3.948.110	3.948.110	3.948.110	3.948.110

Fuente: Los autores

En la tabla 19, los activos intangibles serán amortizados a cinco años a una tasa del 10% anual, cada uno de ellos, esto para que no afecte la utilidad neta en el estado de resultados ni el flujo de caja neto al final del periodo.

Tabla 30. Gastos de venta (primer año de operaciones).

Gastos de venta (primer año de operaciones)				
Servicio	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Año 1
Publicidad	MES	12	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Transporte	MES	12	\$ 375.000	\$ 4.500.000
TOTAL				\$ 22.500.000

Fuente: Los autores

En la tabla 30, se determinan los costos necesarios para dar a conocer el producto a los clientes potenciales en los departamentos del Cauca y valle del cauca, seleccionados previamente en el estudio de mercados.

En ellos se describen lo que es publicidad física en los establecimientos comerciales la estrategia de redes sociales, la página web, donde los clientes, puedan ver los productos como los nuevos lanzamientos y noticias sobre la empresa.

Tabla 31. Distribución de costos

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS		
Costo	Costo fijo	Costo variable
Costo de Producción		
Mano de Obra directa		\$ 79.399.500
Mano de obra indirecta		\$ -
Materiales directos		\$ 288.878.000
Materiales indirectos		\$ 7.562.000
Depreciación	\$ 1.091.000	
Servicios		\$ 10.834.000
Mantenimiento		\$ -
Subtotal	\$ 1.091.000	\$ 386.673.500
Gastos de Administración		
Sueldos y prestaciones	\$ 46.669.500	
Otros gastos	\$ 4.980.000	
Pre operativos	\$ 3.948.110	
Depreciación	\$ 173.646	

Subtotal	\$ 55.771.256	
Gastos de Ventas		
Publicidad, promoción, transportes	\$ 22.500.000	
Sueldos y prestaciones	\$ -	
Depreciación	\$ -	
Subtotal	\$ 22.500.000	
TOTAL	\$ 79.362.256	\$ 386.673.500
COSTOS TOTALES		\$ 466.035.756

Fuente: Los autores

En la tabla 31, se encuentran los costos variables: De producción, en ellos se encuentran la materia prima e insumos, necesarios para transformar la piña en mermelada, que es el producto final para ofrecer.

La mano de obra directa es la que está implicada directamente en el proceso de fabricación de la piña y además son los encargados de transportar la fruta a la planta de producción, operar la maquinaria y de empacar y despachar los productos a los clientes finales.

Tabla 32. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
precio de venta	\$ 3.100
unidades por producir	180.000
Costo fijo	\$ 79.362.256
Costo variable total	\$ 386.673.500
Costo variable unitario	\$ 2.150
Qo (pto. equilibrio) unidades	24.177
Qo (pto equilibrio) en pesos	\$ 227.137.755

Fuente: Los autores

En la tabla 32, está el precio de venta al público del producto que es de \$ 3.100 al ser de una presentación de 250 gramos, por ende, al establecimiento comercial se le venderá a \$ 2,750.

Tabla 33. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$495.000.000	\$541.587.420	\$590.269.680	\$641.046.780	\$693.918.720
Costos de Producción	\$387.000.000	\$423.422.892	\$462.377.798	\$504.020.593	\$548.516.133
Utilidad Bruta en Ventas	\$108.000.000	\$118.164.528	\$127.891.882	\$137.026.187	\$145.402.587
Gastos de Administración	\$55.771.256	\$59.117.532	\$62.664.584	\$66.424.459	\$70.409.926
Gastos de Ventas	\$22.500.000	\$22.500.000	\$22.500.000	\$22.500.000	\$22.500.000
TOTAL, GASTOS OPERACIONALES	\$78.271.256	\$81.617.532	\$85.164.584	\$88.924.459	\$92.909.926
UTILIDAD OPERACIONAL	\$29.728.744	\$36.546.996	\$42.727.298	\$48.101.728	\$52.492.661
Gastos Financieros	-\$11.211.837	-\$9.220.526	-\$7.135.176	-\$4.926.350	-\$2.560.648
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$18.516.907	\$27.326.470	\$35.592.122	\$43.175.378	\$49.932.013
Impuesto de renta	\$6.295.748	\$9.291.000	\$12.101.321	\$14.679.629	\$16.976.884
Provisión para impuestos	\$42.751.106	\$1.858.200	\$2.420.264	\$2.935.926	\$3.395.377
UTILIDAD NETA	-\$30.529.947	\$16.177.270	\$21.070.536	\$25.559.824	\$29.559.752

Fuente: Los autores

Tabla 33, estado de resultados en el están los ingresos (ventas de mermelada), egresos (costos, gastos, depreciaciones e impuestos). Como se puede observar en esta tabla en el primer año, se encuentra en cifras negativas, esto porque se tienen que recuperar los costos de la inversión inicial, además de que es la primera producción.

Tabla 34. Calculo de la TIR (tasa interna de retorno).

Año 0	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$30.529.947	\$16.177.270	\$21.070.536	\$25.559.824	\$29.559.752
CALCULO DE LA TIR	57%			

Fuente: Los autores

En cuanto a rentabilidad el proyecto arroja una TIR del 57%, quiere decir que cualquier persona que esté interesada en invertir o ser parte de este proyecto tiene un retorno de su inversión en el orden del 57%.

En cuanto a las utilidades generadas por el negocio, los márgenes de utilidad neta para los años año tres y cuatro, son del 6% y del 12,5%, respectivamente,

siendo un negocio que empieza a generar utilidades casi desde el segundo año, debido al mercado de casi tres millones de personas entre los habitantes de los 10 municipios del departamento del Cauca y los cuatro del Valle del Cauca, descritos previamente en el análisis de la demanda.

Por último, el punto de equilibrio en cuanto a unidades es de 64.897 unidades, menos de la mitad previstas para producir y comercializar en los municipios mencionados anteriormente.

12.

CONCLUSIONES

- Mediante el estudio de mercados se puede concluir que el producto tiene gran acogida en el mercado de las mermeladas, lo que favorece su realización, además se logran detectar los clientes potenciales y los nichos de mercado para la comercialización de la mermelada de piña.
- Se establecieron las necesidades técnicas y administrativas necesarias para la producción y comercialización de la mermelada de piña y se concluye que QUILIMER suplirá el 15% de la demanda insatisfecha.
- Se estableció el punto de equilibrio, y se proyectó un margen de utilidad neta significativa a mediano plazo.
- Por medio del estudio administrativo se concluye que una buena estructura organizacional permitirá aprovechar al máximo el recurso humano lo que favorecerá el éxito de la empresa.
- A partir del estudio técnico se concluye que el proyecto sule las necesidades y requerimientos de un mercado, ya que se cumplen con los parámetros técnicos de calidad en la producción de mermelada
- La ubicación geográfica de la empresa le permite tener la posibilidad a futuro de comercializar y distribuir el producto a nivel del sur occidente colombiano.

13. RECOMENDACIONES

- A mediano plazo poder implementar la elaboración de mermeladas en otros sabores.
- Establecer un plan de capacitación continua a los empleados de la empresa
- Lograr crear más plantas de producción en otros municipios del departamento del Cauca, para así poder exportar al mercado europeo con un producto que tenga certificaciones internacionales de calidad, como el sello verde

REFERENCIAS

Ananá. (2017). EL CAUCA. Popayán. Cámara de Comercio del Cauca. Recuperado de: <https://www.cccauca.org.co/anana/anana.html>

Anónimo. (2016). “EXPORTACIÓN DE MERMELADA DE PIÑA-COLOMBIA HACIA ESTADOS UNIDOS. Prezi. Recuperado de: <https://prezi.com/h3xq3uvqoamj/exportacion-de-mermelada-de-pina/>

Anónimo. (13 de marzo de 2016). Cauca y Valle le apuestan al sector hortofrutícola por su potencial de producción. *Elnuevoliberal*. Recuperado de: Leer más en: <http://elnuevoliberal.com/cauca-y-valle-le-apuestan-al-sector-hortofruticola-por-su-potencial-de-produccion/#ixzz4joLICfDe>

Chambillo, J. (S.f). Implementación del sistema HACCP para la elaboración de mermelada de piña. Tacna. Perú. Universidad Jorge Basadre Grohman. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/358085607/Haccp-de-Mermelada-de-Pina>

Colombia, Amcham. (11 De mayo de 2017). Empresarización, financiación y más mano de obra: claves para el futuro del agro colombiano. Bogotá. Legiscomex. Recuperado de: <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/E/empresarizacion-financiacion-amno-obra-claves-futuro-agro-colombia-may-11-17-1not/empresarizacion-financiacion-amno-obra-claves-futuro-agro-colombia-may-11-17-1not.asp?CodSubseccion=306&numarticulo=&CodSeccion=190>

Colombia, Ministerio de salud y protección social. (02 de octubre de 2013). Resolución 003929. 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. Diario Oficial: 48.933 (04 de octubre de 2013).

Cuellar, A. (2015). Problema agrario y Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018. El campo colombiano: ¿Volverlo productivo como al fondo o acabarlo de tumbar?. Caja Virtual. Ed 00434. p. 1-8.

Dane. (2015). Estimaciones y proyecciones población. Bogotá. Dane. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Dinero, C, (2016). El Valle ve nacer un nuevo y poderoso negocio agrícola. Bogotá. *Revista Dinero*. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/bengala-una-iniciativa-de-produccion-de-pina-en-el-cauca/220996>

Dinero, C. (1 de mayo de 2017). La inflación de 2016 cerró en 5,75%. Bogotá. *Revista dinero*. Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-en-colombia-2016/240638>

Anónimo. (24 DE JULIO DE 2016). Un viaje al 'corazón de la coca' en el Cauca). *El País*. Recuperado de: <http://www.elpais.com.co/judicial/un-viaje-al-corazon-de-la-coca-en-el-cauca.html>

Finagro. (S.f). Las frutas exóticas: el futuro del agro en Colombia. Bogotá. Finagro. Recuperado de: <https://www.finagro.com.co/noticias/las-frutas-ex%C3%B3ticas-el-futuro-del-agro-en-colombia>

Interletras, C. 2017. Norma Técnica Colombiana --- NTC 729-1. Bogotá. Interletras. Recuperado de: <http://interletras.com/manualcci/Frutas/Pina/Calidad02.htm>

Núcleo Ambiental S.A.S. (2015). Manual de mermelada. Programa de apoyo agrícola y agroindustrial vicepresidencia de fortalecimiento empresarial Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá. Cámara de comercio de Bogotá. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14318/Mermelada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ovidiohoyos. (06 de diciembre 2016). Cauca no debería basar su economía en el uso agropecuario de sus tierras: El Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC). Popayán. Ovidio Hoyos. Recuperado de: <http://ovidiohoyos.com/node/5057>

Panadis. (S.f). Mermelada de Piña Econopack. Tlalnepantla de Baz. México. Panadis. Recuperado de: http://www.panadis.com.mx/admin/pdf/pdf_305054_mermelada_de_pina_economica.pdf

Proclama. (12 de septiembre de 2016). Apoyo a proyectos productivos y emprendedores en Santander de Quilichao. Santander de Quilichao. Proclama del Cauca. Recuperado de: <https://www.proclamadelcauca.com/2016/09/apoyo-proyectos-productivos-emprendedores-santander-quilichao.html>

Urrutia, D. (22 de febrero de 2013). Municipio Santander de Quilichao (Cauca). Santander de Quilichao. Santander de Quilichao. Recuperado de: <http://www.santanderdequilichao.net/municipio-santader-de-quilichao-cauca>

Nieto, N, Isaza, E & Zuluaga, M. (S.f). Modelo SAS, figura jurídica preferida para crear empresa. Revista Universidad EAFIT. 169. p.1. Recuperado de: <http://www.eafit.edu.co/investigacion/revistacientifica/edicion-169/Paginas/modelo-sas-figura-juridica-preferida-para-crear-empresa.aspx>

Valencia. E. (23 de agosto de 2016). El manjar del Caquetá. Bogotá. Las 2 Orillas. Recuperado de: <https://www.las2orillas.co/el-magico-manjar-de-la-pina-caquetena/>

Verdadabierta. (27 de febrero de 2014). Los afros del Cauca quieren su tierra. Bogotá. Verdad abierta 10 años. Recuperado de: <http://www.verdadabierta.com/lucha-por-la-tierra/5267-los-afros-del-cauca-quieren-su-tierra>

Verdadabierta. (15 de enero de 2014). La larga y cruel lucha por la tierra en el Cauca. Bogotá. Verdad abierta 10 años. Recuperado de: <http://www.verdadabierta.com/lucha-por-la-tierra/5087-la-larga-y-cruel-lucha-por-la-tierra-en-el-cauca>