

REVISTA MULTIDISCIPLINARIA AGUSTINIANA:

Investigación formativa

Instituto Tecnológico San Agustín

Montería - Colombia

Enero - 2024

ISSN: 2981-5398 (En línea)



SANAGUSTIN
instituto tecnológico

Oficina de Investigación
PBX:(4)7989888 - Ext: 112
investigacion@sanagustin.edu.co
www.SANAGUSTIN.edu.co

Segunda Edición
Vol. 1 - Nro. 2

Contenido

Reorganización de los Procesos Administrativos en el año 2023 del criadero Fátima S.A.S Ubicado en Montería, Colombia	3
Elaboración de Torta a Base de Auyama	18
Creación e Innovación de Productos de Panadería con base en Auyama (Curcúbita), en el Municipio de Montería, Departamento de Córdoba	27
Desarrollo de una Michelada Innovadora para disfrutar en el hogar: Calidad, Sabor y Sostenibilidad	45
Elaboración de Vino Artesanal Semiseco a partir de fruto del Corozo en la ciudad de Montería	56
Creación del Portafolio Fotográfico para la Empresa 4 Historias de Arte en Galería, como Apoyo Visual en las Exposiciones de Arte, para conservar la identidad cultural de la Ciudad de Montería - Córdoba	65
Diseño de un Programa de Cuidados de Enfermería dirigido a Cuidadores Primarios de Niños con Parálisis Cerebral Infntil en Cereté - Córdoba	83
Chorizo Vegetariano a Base de Quinoa y Lenteja	94

instituto tecnológico

Reorganización De Los Procesos Administrativos En El Año 2023 Del Criadero Fátima S.A.S Ubicado En Montería, Colombia

Liliana Lucía Agámez Camacho

Resumen

El trabajo de investigación sobre “Reorganización De Los Procesos Administrativos En El Año 2023 Del Criadero Fátima S.A.S Ubicado En Montería, Colombia”, es un proyecto que arranco con la necesidad de la empresa objeto de investigación de recuperar el control sobre sus procesos administrativos, en búsqueda de la eficiencia y de generar valor dentro de la empresa. A partir de allí se realizó mediante la utilización de la observación directa y la aplicación de la entrevista un levantamiento de información preliminar, que fundamentó el diagnóstico del problema, seguidamente se plantearon dentro del escenario de reorganización la reformulación del direccionamiento estratégico, manuales, diseño de procesos que le permitiesen al Criadero Fátima un grado más certero de control sobre sus actividades diarias, establecer líneas de mando y claridad a cerca de las funciones necesarias a desempeñar por los colaboradores para que la actividad comercial se desarrollase con los máximos niveles o estándares de calidad posibles, arrojando una estabilidad empresarial a los propietarios del criadero y gestiones más visibles y congruentes a las directivas.

Palabras claves: reorganización administrativa, direccionamiento estratégico, diseño de procesos.

Abstract

The research work on “Reorganization of Administrative Processes in The Year 2023 Of Criadero Fátima S.A.S Located In Montería, Colombia”, is a project that started with the need of the company under investigation to regain control over its administrative processes, in search for efficiency and generating value within the company. From there, a preliminary information gathering was carried out through the use of direct observation and the application of the interview, which supported the diagnosis of the problem. Next, within the reorganization scenario, the reformulation of the strategic direction, manuals, design of processes that would allow the Fátima Hatchery a more certain degree of control over its daily activities, establish lines of command and clarity regarding the necessary functions to be performed by collaborators so that the commercial activity was carried out with the highest levels or quality standards. possible, providing business stability to the owners of the hatchery and more visible and consistent management with the directives.

Keywords: administrative reorganization, strategic direction, process design.

Introducción

En la dinámica apasionante y exigente de un criadero de caballos, la eficiencia y la organización son pilares fundamentales para alcanzar el éxito. La gestión de este entorno requiere no solo pasión por los equinos, sino también una administración eficaz que garantice su bienestar y el funcionamiento óptimo del negocio.

En el corazón de esta operación se encuentran los procesos administrativos, cuya reorganización y optimización son esenciales para mejorar la productividad, la calidad del cuidado de los caballos y la rentabilidad del criadero. Este proyecto de investigación tiene como objetivo principal reorganizar de los procesos administrativos en el año 2023 del Criadero Fátima S.A.S ubicado en Montería, Colombia, para lo cual se debe realizar un diagnóstico situacional del Criadero Fátima S.A.S mediante la aplicación de la herramienta FODA, diseñar estrategias apropiadas que permitan la reorganización de los procedimientos del proceso administrativo, diseñar la estructura administrativa con el propósito de asignar funciones a cada uno de los cargos de acuerdo a las necesidades y por ultimo diseñar el manual de procedimientos de los procesos administrativos con el propósito de unificar criterios y simplificar la administración. Son actividades que lograran conseguirse después de examinar detenidamente cada etapa de la gestión administrativa, identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias innovadoras que permitan maximizar los recursos, agilizar las operaciones y asegurar el cumplimiento de los más altos estándares en el cuidado equino.

A lo largo de esta propuesta, exploraremos las áreas clave que necesitan revisión, desde la gestión de la salud y alimentación de los caballos hasta la logística y la gestión financiera. La implementación de nuevas tecnologías, la capacitación del personal y la adopción de prácticas administrativas modernas serán parte esencial de esta transformación, con el objetivo último de elevar la excelencia en el manejo del criadero y garantizar un entorno óptimo para el desarrollo y bienestar de los equinos.

Marco de Referencia

En el año 2021, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia (Minagricultura) publicó las estadísticas del sector equino, asnal y mular para el año 2020. En donde se observó un aporte al Producto Interno Bruto (PIB) Nacional del 0,1% y aporte al PIB Agropecuario del 4,35% con una generación estimada de 480.000 empleos. En cuanto a las exportaciones de equinos se estiman ingresos de 182.480 dólares aproximadamente, a distintos países como EE.UU., Panamá, República Dominicana, Chile y Perú. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2021)

En mayo de 2021, *JM Thompson et al.*, estudiaron el impacto financiero de la COVID-19 en la industria equina mediante la métrica “Disposición a Pagar (DAP)”, en donde se observó que el mercado del cuidado de equinos pudo soportar los aumentos de costos (entre un 18,5% y 26,2%) asociados con las dificultades financieras relacionadas con COVID-19. (Thompson, ML, & JLZ, 2021)

En junio de 2022, *C. Stowe et al.*, indagaron sobre las pólizas de seguro médico y de vida para equinos, en donde utilizaron un experimento de elección de escala mejor-peor dirigido a propietarios de caballos y descubrieron que los propietarios con caballos de menor valor prefieren pólizas de seguro que cubran los gastos médicos y la atención de rutina, mientras que los propietarios con caballos de mayor valor están dispuestos a pagar primas más altas para asegurar el valor de mercado de un caballo, pero no están dispuestos a pagar más por programas que cubran atención de rutina. (Stowe, Kibler, & Barrowclough, 2022)

En agosto de 2022 el diario La República manifestó que: “La industria equina mueve \$6 billones anuales y genera 480.000 empleos directos”, Por cada caballo de alto rendimiento y performance hay alrededor de siete personas con actividades en torno a él, con empleos variables y fijos. Es una cifra enorme, hay empleos variables y algunos fijos y directos. También giran entorno las empresas de herraduras, de los productos de aseo, de vitaminas, los fármacos, las vacunas, los purgantes, los agropecuarios, las especialidades por veterinario, las casas de concentrado, entre otros. Colombia es potencia a nivel mundial en la producción y es el mayor exportador de caballos de paso fino. Existen en el país cuatro modalidades o formas de caminar hacia adelante, que son: Trote, Trote y Galope, Trocha y el Paso Fino. Esta última es la que más se exporta. Colombia exporta alrededor de 200 caballos anualmente. Los precios de estas exportaciones tienen un rango muy amplio, dependiendo del tipo de actividad del equino. No es lo mismo exportar un caballo campeón en las pistas a exportar un ejemplar de paseo y de disfrute, que también salen del país, pero ese caballo puede costar entre US\$10.000 y US\$20.000, si es un caballo de alto rendimiento, de alta competencia, ya superan los US\$400.000. Sin contar con todos los movimientos a nivel turismo que mueve la economía a propósito de cada feria equina. (Division Agro, 2022).

En mayo de 2023, *A. Jaquet et al.*, sostienen que la industria equina alberga una gran cantidad de oportunidades de empleo y sólo en la economía de los EE. UU., el *American Horse Council* informa un impacto económico de 50 mil millones de dólares y cerca de 1 millón de empleos. A pesar de esto, se dispone de información limitada sobre la educación y los salarios actuales de los profesionales equinos. (Jaqueth, Lochner, Staniar, & Martinson, 2023)

Sin embargo, para que la empresa equina se sustentable en el tiempo y se enfoque de acuerdo a los lineamientos del Acuerdo de Competitividad Equina, Asnal y Mular establecido por el Concejo Equino, Asnal y Mular en el 2014, se hace necesario

implementar acciones de formalización empresarial dentro del negocio.

Las diferentes teorías de los procesos administrativos han logrado establecer sinergias tal que, al ser aplicadas por las personas dentro de las empresas, se logre la efectividad. La administración consiste en la aplicación del proceso administrativo con eficacia y la eficiencia, integrado con la planeación, organización, integración de recursos, dirección y control. Las fases del proceso administrativo son importantes ya que deben funcionar de norma sinérgica para lograr resultados efectivos y funcionar en lo sucesivo como un proceso de mejora continua. (Luna, 2015)

El Criadero Fátima S.A.S, es una empresa de carácter privado según su capital u origen de su inversión, catalogada como comercial y de servicios, dependiendo la naturaleza del negocio ha cobrado el carácter de mayoristas, minoristas e incluso de comisionista. También presta servicios de entrenamiento deportivo en equinos, servicios de chalanería y asesoramiento en compra. (Luna, 2015).

Según lo que establecido normativamente en Colombia (Decreto 957, 2019), quien señala los criterios de clasificación de empresas como micro, pequeñas o medianas empresas, de acuerdo con los ingresos percibidos en un año por actividades ordinarias y el sector en el que se encuentren, tanto para el sector comercial como servicios, el Criadero Fátima está categorizada como una microempresa, debido a la siguiente escala y a que su patrimonio es por valor en libros de \$60.000.000.

Para clasificar una empresa del sector comercio y servicios como micro, mediana o pequeña empresa en el 2023 debe verificarse el monto de ingresos que se obtuvo al 31 de diciembre de 2022 tal como lo muestra la Tabla N.º 1 y N.º 2 respectivamente.

Tabla N° 1

Clasificación de las empresas del sector comercio

Clasificación	Monto de ingresos en UVT	Monto de ingresos en pesos
Microempresa	Iguales o inferiores a 44.769 UVT.	Ingresos iguales o inferiores a \$1.701.401.000.

Fuente: (Decreto 957, 2019)

Tabla N° 2

Clasificación de las empresas del sector servicios

Clasificación	Monto de ingresos en UVT	Monto de ingresos en pesos
Microempresa	Iguales o inferiores a 32.988 UVT.	Ingresos iguales o inferiores a \$1.253.676.000.

Fuente: (Decreto 957, 2019)

Además, está clasificada con una Sociedad por Acciones Simplificadas, SAS (Ley 1258, 2008), constituida por una persona natural. Es una sociedad de capitales cuya naturaleza no solo es comercial como es su característica, sino también de servicios como ya ha sido mencionado, constituida por escritura pública e inscrita en la cámara de comercio de la ciudad de Montería.

Los caballos revolucionaron la fuerza laboral de las sociedades humanas y tuvieron un impacto duradero en el transporte y la estrategia militar. A pesar de esto, todavía desconocemos sus orígenes genéticos y geográficos en el contexto de los caballos domésticos que utilizamos en la actualidad. Por ejemplo, se ha identificado un linaje de caballos domésticos con una antigüedad de más de 5.500 años en un asentamiento de la cultura *Botai* en Asia Central, pero estos ejemplares no tienen ninguna relación con los caballos domésticos modernos. (Rodríguez, 2021).

Explorar las raíces del Caballo Criollo Colombiano implica un viaje histórico que se remonta a la llegada de los españoles a América. Fue durante el segundo viaje de Cristóbal Colón en 1493 cuando estos equinos fueron introducidos en el continente, desembarcando en lo que hoy conocemos como República Dominicana. Esta historia se presenta en el documental más reciente titulado "Caballo Criollo Colombiano: Patrimonio Genético Nacional", producido por la Federación Colombiana de Asociaciones Equinas (*Fedequinas*) y Minagricultura. El documental emprende una búsqueda de las raíces históricas y la evolución cultural de esta línea equina en relación con un estilo de vida específico.

En el documental se detalla que la mayoría de los caballos que llegaron al continente durante la expedición de Colón pertenecían a la raza *Akhal*, que se caracteriza por su robustez y resistencia en trabajos difíciles, así como por su complexión compacta y baja estatura. También se mencionan otros caballos de morfología variada considerados comunes. A pesar de esta explicación sobre cómo llegaron estos caballos a América, aún persiste la incertidumbre y es crucial esclarecer su entrada al país. Dairo Chica, un criador y expositor de estos ejemplares, destacó en el documental la persistente pregunta que muchas personas le han planteado a lo largo de los años: el origen de los Caballos Criollos Colombianos, incluyendo los de Paso Fino, los Trochadores, los Trotones y los Galoperos, también conocidos como diagonales, cuya historia se remonta a épocas pasadas.

La narrativa cuenta que la introducción de caballos en Colombia ocurrió en 1509, en la región de Urabá Antioqueño, que fue el primer lugar donde se establecieron los españoles. A medida que las expediciones europeas avanzaban por el territorio local, en 1525, Rodrigo de Bastidas fundó Santa Marta y creó el primer criadero de caballos con 25 yeguas. De estos primeros caballos españoles y trotones, se originan los caballos contemporáneos y la raza que se adaptó al entorno que les rodeaba, caracterizado por un clima totalmente diferente y una topografía agreste que planteaba desafíos a los equinos. La propia naturaleza influyó en su evolución, dando lugar a ejemplares con un tronco más corto y una estatura menor, a lo largo de muchos años de desarrollo, y esto ha culminado en el patrimonio genético que conocemos hoy en día", explicó Angela Ochoa, jueza internacional y criadora, en el documental.

Sin embargo, muchos de los entrevistados en el documental convergen en un punto común: sus abuelos y generaciones anteriores siempre mostraron una fuerte afinidad por los caballos, ya sea en el ámbito laboral, para transportar cargas y cosechas, o simplemente para disfrutar de paseos a caballo. Eran una especie distinta de amantes de los caballos. A partir de esta herencia se desarrolló toda una cultura e industria equina que celebra a estos ejemplares únicos en el mundo. A pesar de compartir la misma base genética, estos caballos pueden manifestarse en cuatro modalidades diferentes: Trote y Galope, Trote, Paso Fino y Trocha.

Las características distintivas del Caballo Criollo Colombiano respaldan toda una industria que genera más de 6 billones de dólares al año, contribuyendo con un 0,67% al Producto Interno Bruto (PIB) del sector agropecuario y generando un impacto en 480,000 empleos directos e indirectos, de acuerdo con los datos proporcionados por Fedequinas, una entidad que reúne a 24 asociaciones federativas. "En el país, existen 24 asociaciones que se encuentran afiliadas a la Fedequinas, la cual ha mantenido un registro genealógico de la raza del Caballo Criollo Colombiano de paso desde 1998. Estas federaciones operan en 19 departamentos y organizan 160 exposiciones equinas a lo largo del año, que se llevan a cabo de enero a diciembre", destacó Héctor José Vergara, quien preside esta entidad.

De acuerdo con Lucas Londoño, quien ocupa el cargo de director administrativo en la Asociación de Criadores de Caballos Criollos de Sillas (*Asdesilla*), un solo caballo de alto rendimiento y excelente desempeño puede generar empleo para aproximadamente siete personas, cada una desempeñando diversas funciones relacionadas con el animal. Estas tareas incluyen la alimentación del caballo, su gestión general, la labor del entrenador, el trabajo del herrero, la limpieza de su pesebrera, la atención de médicos veterinarios y el transporte, entre otras responsabilidades. Los caballos se convierten así en un motor económico evidente, y esta influencia se refleja en la dinámica de las ferias y en las exportaciones de estos ejemplares, actividades que evolucionan al ritmo de los movimientos y acciones de los caballos.

Colombia exporta alrededor de 200 caballos anualmente. Los precios de estas exportaciones tienen un rango muy amplio, dependiendo del tipo de actividad del equino. No es lo mismo exportar un caballo campeón en las pistas a exportar un ejemplar de paseo y de disfrute, que también salen del país, pero ese caballo puede costar entre *US\$10.000* y *US\$20.000*, si es un caballo de alto rendimiento, de alta competencia, ya superan los *US\$400.000*, según Londoño. (Murcia, 2022)

Por otra parte, si bien es cierto la actividad caballista ha venido evolucionando a lo largo del tiempo, lo ha hecho aún más la actividad empresarial. El negocio del Caballo Criollo Colombiano no fuera atractivo si con él no hubiese evolucionado la organización empresarial, con la actividad de administrar el negocio.

Administrar es una actividad rutinaria del ser humano, por ello no existen pensadores propios del campo de la Administración anteriores al siglo XX, estas sobrevinieron de otros saberes y disciplinas. Desde los diálogos de Platón se dan lecciones de organización administrativa. Su discípulo Aristóteles dejó enseñanzas de poder y autoridad para las organizaciones. Grandes generales de la historia como Ciro, Alejandro, Julio Cesar, Carlomagno y Napoleón enseñan aun estrategia, logística y planeación. Occidente estructuro su sistema administrativo inspirado en la iglesia católica, ejemplo de manejo jerárquico y organización centralizada. La política también hizo grandes aportes a la administración. (Torres, 2011).

Sin embargo, es clave que a la fecha si existían problemas administrativos, con la incursión del método de investigativo y la denominación como ciencia aparecen las primeras teorías administrativas a partir del final del siglo XIX y comienzo del siglo XX con la revolución industrial, la revolución social y la revolución del pensamiento científico, que se independizo de otras disciplinas para configurar la administración propiamente dicha. Los mayores pensadores de la ciencia administrativa fueron Peter Drucker y Douglas McGregor y los padres de la Administración Científica fueron Frederic Taylor y Henry Fayol. (Torres, 2011)

A partir de lo anterior nacieron las teorías administrativas, dentro de las cuales podemos destacar las siguientes: La primera de ellas, la Teoría Clásica, sus principales precursores fueron Taylor, cuyo aporte fue la aplicación en gran escala del método científico para mejorar los métodos de producción en los talleres industriales, se enfocaba en la producción y en el taller. Por su parte Fayol se enfocó que la gerencia y la administración, áreas más complicadas para implementar el método científico, pero ambas teorías complementaron y argumentaron la teoría clásica. A la primera se le reconoció como escuela cuantitativa, se encargaba de resolver problemas utilizando la matemática, símbolo, relaciones y datos medibles, pero que no incluía a la subjetividad de las personas. Taylor habla de la administración moderna basada en el talento humano y el sistema de la administración, que tiene en cuenta al ser humano y la forma que este a través del desplazamiento de la jerarquía y su optimización y satisfacción puede hacer que la empresa maximice beneficios. Se centra en factores que generan productividad. También Genera la actualmente usada teoría del proceso administrativo. También se destacan Teoría Neoclásica y Teoría de los Sistemas Sociales, ambas de basan en teorías sobre la conducta. La Teoría Sistémica, introduce el concepto de que las organizaciones son un sistema y cada parte es fundamental para que el sistema funcione. (Paniagua, 2005)

MacGregor aporta la teoría X y Y, dos teorías profundas de la manera como los gerentes ven al ser humano y su actitud ante el trabajo y sus consecuencias que estas suposiciones producen sobre el accionar de los mismos, son teorías sobre los gerentes, no sobre los trabajadores. (Torres, 2011)

El proceso administrativo del que hoy hablamos fue introducido por Fayol y habla de *Planear*, que consiste en visibilizar el futuro y trazar el horizonte de acción. *Organizar*, Construir tanto el organismo material como el social de la empresa. *Dirigir*, guiar y orientar al personal. *Coordinar*, ligar unir, armonizar todos los actos y todos los esfuerzos colectivos. *Controlar*, verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas. Las empresas para funcionar requieren un cumulo e integración de recursos, los cuales deben gestionarse utilizando los elementos del proceso administrativo. A estos elementos se le conoce como *Recursos Humanos*, que se refiere a las personas que hacen parte de la organización de manera directa e indirecta. *Recursos Financieros*, que se refiere al capital, efectivo y las utilidades. *Recursos técnicos*, son modelos o métodos que hacen que los demás recursos logren el objetivo empresarial. *Recursos materiales*, conjunto de elementos o factores fundamentales tangibles y cuantificables. (Luna, 2015)

La Organización Administrativa, parte de la función principal de la administración, se refiere; “al proceso de planear, organizar, integrar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización y de aplicar los demás recursos disponibles para alcanzar los recursos trazados” (Luna, 2015)

Todas las prácticas administrativas y gerenciales aplicadas a partir de las teorías administrativas y del mismo concepto de administración, han venido evolucionando al momento de ser aplicadas en las empresas de acuerdo a su realidad:

El constante incremento de la competitividad de las empresas y las organizaciones, así como la globalización de los mercados y la tendencia cada vez mayor en la personalización de los clientes obliga a la Alta dirección a alerta para liderar y motivar a su organización a la consecución de una respuesta rápida a una acción eficaz de la competencia, y mejor aún, para realizar aquellas actuaciones que le sirvan para tomar delantera a sus rivales (Alarcón, 1998).

Reorganizar es “volver a organizar algo de manera distinta y de forma que resulte más eficaz”, (RAE: Real Academia de la Lengua Española, 2023). En las organizaciones o empresas, también existe un concepto y metodología implementada para cuando se quiere reorganizar los procesos dentro de una empresa, es la conocida científicamente como reingeniería de procesos empresariales, esta es una actividad que se viene realizando desde la existencia de la actividad empresarial, aunque no haya sido conocido como un proceso intencional. El mismo surgimiento de las principales teorías administrativas devela que a medida que la actualidad empresarial cambiaba, se debían reacomodar procesos y actividades para garantizar que las empresas se encontraran vigentes en los mercados y esto es una forma de reorganización o reingeniería administrativa, sin embargo para este trabajo de investigación hemos utilizado el termino y la metodología reorganización administrativa, ya que la reorganización administrativa se enfoca en ajustar la estructura y los procesos existentes de una organización para mejorar la eficiencia, la productividad o la adaptabilidad a los cambios. Por lo general, implica ajustes dentro de la estructura existente, como cambios en la jerarquía, redistribución de responsabilidades u optimización de flujos de trabajo.

Por el contrario, la reingeniería administrativa implica un cambio radical y fundamental en los procesos, estructuras y estrategias de una organización. Se trata de replantear completamente cómo se realizan las tareas y actividades, a menudo partiendo desde cero, buscando mejorar de manera drástica la eficiencia y los resultados. La reingeniería a menudo cuestiona los métodos tradicionales y busca reinventar completamente los procesos para obtener mejoras significativas.

Es decir, mientras que la reorganización se enfoca en ajustes y mejoras dentro de la estructura existente, la reingeniería implica cambios más profundos y radicales en los procesos y enfoques de trabajo de una organización, cosa que no es objetivo del presente trabajo de investigación.

“Toda empresa u organización posee un patrón o un orden propio, que guía sus procesos productivos y es responsable de su margen de eficiencia o efectividad. O sea, existen formas de organización administrativa más eficaces que otras, pero toda organización posee una estructura organizacional que define sus jerarquías, sus procesos y sus flujos. La revisión y eventual mejoramiento de dicha estructura, así, significará el replanteamiento de los circuitos y patrones de la empresa, y puede perfectamente conducir a mejores y más potentes escenarios”. (Enciclopedia Concepto, 2023)

En definitiva, se trata de poder definir y sugerir en este documento a partir de mejoras en lo que existe actualmente, el patrón, la estructura óptima para que el funcionamiento del criadero sea eficaz y efectivo y sus procesos puedan llegar concluirse efectivamente con el único propósito de que la empresa se mantenga un mercado exigente y cada vez más dinámico, dentro de los cuales se propone un nuevo enfoque en el direccionamiento estratégico, en los procesos a partir del ciclo PHVA y utilizando como herramienta de diagnóstico una matriz DOFA, FODA o DAFO. El proceso de reorganización administrativa parte de la revisión de la *Planeación Estratégica* del Criadero Fátima; los planes mueven a la empresa hacia una visión que busca una realidad, las intenciones que se pongan en esos planes deben conseguir los resultados, propósitos o metas que se verán plasmados en el desempeño que se va logrando: Visión= Realidad; Intenciones= Resultados; Propósito= Desempeño (Hernandez & Godinez, 2014).

La planificación estratégica de una empresa implica el proceso de definir sus objetivos a largo plazo y desarrollar planes detallados para alcanzarlos, mediante la realización de uno pasos clave en el desarrollo de la estrategia empresarial, que se detallan a continuación.

1. *Análisis de la situación actual:*

- Estrategias corporativas: Decisiones sobre qué industrias y mercados entrar o abandonar.
- Estrategias de negocio: Cómo competir en un mercado específico para lograr ventajas competitivas.

2. *Desarrollo de planes de acción:*

- Planes tácticos y operativos: Detallan las acciones específicas para lograr los objetivos.
- Asignación de recursos: Identificar los recursos necesarios para implementar los planes.

3. *Implementación y ejecución:*

- Comunicación: Asegurar que todos en la organización comprendan y estén alineados con la estrategia.
- Liderazgo: Responsabilizar a los líderes para llevar a cabo la ejecución.

4. *Monitoreo y control:*

- Indicadores clave de rendimiento (*KPIs*): Medir el progreso hacia los objetivos.
- Revisión y ajuste: Evaluar regularmente el desempeño y ajustar estrategias según sea necesario.

La planificación estratégica es un proceso continuo y adaptable. Las empresas deben estar dispuestas a ajustar sus estrategias en respuesta a cambios en el entorno empresarial o a nuevas oportunidades y desafíos que surjan. (Hernandez & Godinez, 2014).

Como se ha mencionado para hacer el diagnóstico de la situación actual del Creadero se ha utilizado la matriz DOFA; La matriz DOFA, también conocida como matriz FODA, DAFO o *SWOT* (por sus siglas en inglés: *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), dependiendo el concepto de priorización de variables externas e internas de algunos autores, que en esencia es lo mismo. Es una herramienta de análisis estratégico utilizada por organizaciones para evaluar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. (Hernandez & Godinez, 2014).

Fortalezas (*Strengths*): Son los aspectos internos positivos y los activos que una organización posee y puede utilizar a su favor. Pueden incluir recursos sólidos, habilidades específicas del equipo, una sólida base de clientes, etc. (Hernandez & Godinez, 2014).

Oportunidades (*Opportunities*): Son situaciones externas favorables que una organización puede aprovechar para su beneficio. Estas oportunidades pueden surgir de cambios en el mercado, avances tecnológicos, nuevas tendencias, etc. (Hernandez & Godinez, 2014)

Debilidades (*Weaknesses*): Son los aspectos internos que representan desafíos o limitaciones para la organización. Pueden ser falta de ciertas habilidades, recursos limitados, procesos ineficientes, entre otros. (Hernandez & Godinez, 2014)

Amenazas (*Threats*): Son factores externos que podrían afectar negativamente a la organización.

Pueden ser cambios en la competencia, fluctuaciones económicas, cambios en regulaciones gubernamentales, entre otros. (Hernandez & Godinez, 2014)

La matriz DOFA ayuda a las organizaciones a identificar áreas en las que pueden aprovechar sus fortalezas y oportunidades, así como áreas en las que deben mejorar y protegerse contra las debilidades y amenazas. Esta herramienta suele ser el punto de partida para la formulación de estrategias, ya que proporciona una visión general de la situación actual de la organización en su entorno. (Hernandez & Godinez, 2014)

Zapata (2016), establece que en lo referente a la reorganización administrativa por procesos se tiene en cuenta la utilización del Ciclo PHVA; El ciclo PHVA es un enfoque metodológico utilizado en la gestión de la calidad total para mejorar continuamente los procesos dentro de una organización. Sus siglas corresponden a Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, y se conoce también como el ciclo de mejora continua de Deming o ciclo de Deming, en honor a su creador, el estadístico William Edwards Deming.

1. *Planificar (Plan)*: En esta etapa se establecen los objetivos y metas de mejora. Se definen los procesos a mejorar, se identifican los problemas o áreas de oportunidad, se determinan las estrategias y se elaboran los planes para lograr los objetivos.

2. *Hacer (Do)*: Aquí se lleva a cabo la implementación de los planes y estrategias establecidos en la etapa de planificación. Se ejecutan las acciones planificadas, se recopilan datos y se ponen en marcha los cambios.

3. *Verificar (Check)*: En esta fase se realiza el seguimiento y la medición de los resultados obtenidos. Se comparan los resultados con los objetivos planteados y se analiza la efectividad de las acciones implementadas.

4. *Actuar (Act)*: Basándose en los resultados obtenidos y en la información recopilada durante la etapa de verificación, se toman decisiones. Si los resultados son satisfactorios, se estandarizan los cambios exitosos. Si no cumplen con los objetivos, se ajustan los planes para mejorar el proceso y se vuelve al inicio del ciclo para implementar nuevas acciones.

El ciclo PHVA es un modelo cíclico y continuo. Después de la etapa de "Actuar", se retroalimenta el proceso con los nuevos aprendizajes y se vuelve a empezar el ciclo con la etapa de "Planificar", buscando siempre la mejora continua en la calidad, eficiencia y efectividad de los procesos organizacionales. (Zapata, 2016)

Por último teniendo en cuenta la aplicación de procesos enmarcados en unas primeras aproximaciones al Sistema de Gestión de Calidad del Criadero se definieron los procesos, el mapa de procesos y unos acercamientos al manual de procedimientos.

- *Procesos*: Los procesos son secuencias de actividades que transforman inputs (entradas) en outputs (salidas) con un valor agregado. Pueden ser de diferentes tipos: estratégicos, operativos, de soporte, etc. Estos pueden incluir desde la producción de bienes o servicios hasta actividades administrativas. Identificar, analizar y mejorar estos procesos es fundamental para el funcionamiento eficiente de una organización. (López, 2015)

- *Mapa de procesos*: El mapa de procesos es una representación visual que muestra la secuencia de actividades y las interacciones entre ellas en una organización. Permite tener una visión general de cómo se relacionan los procesos entre sí y cómo contribuyen al logro de los objetivos de la empresa. Un mapa de procesos ayuda a identificar áreas de mejora, cuellos de botella y posibles redundancias. (López, 2015)

- *Manual de procedimientos:* El manual de procedimientos es un documento detallado que describe paso a paso cómo llevar a cabo cada actividad dentro de un proceso específico. Proporciona instrucciones claras y precisas, indicando quién realiza cada tarea, cuándo y cómo se lleva a cabo. Este manual es una guía para los empleados y asegura la estandarización en la ejecución de las actividades.

Los procesos representan las actividades principales de una organización, el mapa de procesos muestra cómo se relacionan entre sí y el manual de procedimientos detalla la manera exacta de realizar cada actividad dentro de esos procesos. Juntos, estos elementos contribuyen a la eficiencia, la consistencia y la mejora continua en una empresa. (López, 2015)

Con la aplicación de este marco técnico teórico se garantiza que la reorganización administrativa del Criadero Fátima este alineado a los estándares actuales y que aseguran la calidad en las empresas, siempre pensando en la consecución de mejores y mayores resultados.

Metodología

Tipo de Investigación:

Se realizará una Investigación Descriptiva definida como el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos, se encargará de puntualizar las características de lo que se está estudiando. (Tamayo, 2004)

El tipo de Investigación aplicada es la de Acción Participativa (IAP), ya que se logró crear un grupo sinérgico de participación conjunta entre el investigador y los interesados en la investigación (Criadero Fátima) donde la investigación realizada tiene un enfoque a solucionar un problema que en la práctica está viviendo el criadero, que a través de la investigación se busca generar nuevo conocimiento que se lleve a la acción mediante la implementación de esas recomendaciones.

Método de Investigación

El método de investigación a utilizar es la observación (cualitativo). Lo que se pretende es reorganizar los procesos del Criadero Fátima S.A.S, ya que esta no los tiene definidos con claridad, ni de forma escrita, el objetivo es establecer el norte de la empresa para lograr posicionarla como el mejor Criadero de la región y además asegurar su sostenibilidad.

El método cualitativo se refiere a un tipo de investigación que se enfoca en la recopilación y análisis de datos que no están expresados en términos numéricos. Su objetivo principal es interpretar el significado de estos datos para obtener una comprensión más profunda de la vida social. Los investigadores que adoptan este enfoque formulan una pregunta de investigación específica y, para responderla, emplean una combinación de métodos como entrevistas, grupos de discusión y observaciones. Estos métodos les permiten reunir datos cualitativos y contextualizar el comportamiento de los individuos o consumidores en estudio. (Velázquez, s.f.)

Diseño de la Investigación

Las fuentes primarias utilizadas a utilizar es la observación directa a cerca de todo el funcionamiento del Criadero Fátima, también la aplicación de un instrumento que fue la entrevista a la Representante Legal del Criadero Fátima.

Las fuentes secundarias utilizadas son todos libros, documentos normativos, manuales, artículos, boletines de prensa, informes nacionales, trabajos de grado y terciarias como bases de datos.

En lo que se refiere a la Población objeto de estudio, claramente es el universo conformado por la empresa equina Criadero Fátima S.A.S, ubicada en el departamento de Córdoba, Colombia.

Entrevista Administrativa

En esta etapa se realiza la entrevista a la Representante Legal del Criadero Fátima S.A.S con el fin de identificar los aspectos a intervenir. Medina y Crespo (2019) diseñaron una lista de chequeo insertada en un procedimiento de auditoría de procesos para comprobar la efectividad de la planeación estratégica. Esta lista la utilizaremos como formato de entrevista para evaluar el nivel de implementación de un direccionamiento estratégico básico de una empresa.

Las preguntas planteadas en la entrevista son cerradas y están diseñadas para que den respuestas al procesos e investigación sobre seis aspectos fundamentales: 1. Análisis de la organización y preparación, 2. Procesos, 3. Diagnóstico Estratégico, 4. Análisis de la Estrategia, 5. Evaluación de la estrategia, 6. Implementación y ajuste, con las respuestas a cada pregunta de esos grupos se puede diagnosticar el grado de avance dentro de la empresa por parte de la alta dirección. La entrevista constituye un punto de partida, junto con la observación de procesos para realizar el diagnostico situacional del criadero, no es un proceso estático, sino un ciclo continuo de evaluación y mejora. Adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado equino y a los avances en el cuidado de los caballos es crucial para el éxito a largo plazo de un criadero y necesitara de toda la adaptación administrativa posible, por eso es necesario identificarla por medio de la aplicación de esta entrevista.

Análisis De Resultados

Después aplicar la entrevista administrativa a la Representante Legal del Criadero Fátima S.A.S se procedió a realizar la medición del nivel de implementación de los procesos de direccionamiento estratégico de acuerdo a los resultados obtenidos.

Tabla N.º 3

Tabulación de Entrevista

PRE (DIAGNOSTICO)

Resultados Aplicación Entrevista	
Grupo Estratégico	% de Aplicación
1. Análisis de la organización y preparación.	41%
2. Procesos.	25%
3. Diagnóstico Estratégico.	44%
4. Análisis de la Estrategia.	50%
5. Evaluación de la estrategia.	20%
6. Implementación y ajuste.	0%
Promedio Implementación	30%

Fu Tabulación de la entrevista del Criadero Fátima

POST (IMPLEMENTACION)

Resultados Aplicación Entrevista	
Grupo Estratégico	% de Aplicación
1. Análisis de la organización y preparación.	89%
2. Procesos.	75%
3. Diagnóstico Estratégico.	78%
4. Análisis de la Estrategia.	50%
5. Evaluación de la estrategia.	20%
6. Implementación y ajuste.	59%
Promedio Implementación	62%

al del

Esto con el propósito de aumentar de manera significativa el porcentaje de implementación. Un paso obligatorio cuando se quiere tener mejores resultados es la normalización y socialización a todos los colaboradores de los lineamientos y estándares para realizar el trabajo, lo cual en este trabajo proporcionó excelentes resultados. La nueva estructura organizacional y plataforma estratégica del Criadero Fátima S.A.S fue una realidad para los clientes internos y clientes externos, que lograron experimentar en la oportunidad, el trato y los resultados las primeras novedades.

El impacto de lo realizado se demostró obteniendo una mejora del 30% al 62% de manera general en cuanto al nivel de implementación del direccionamiento estratégico, un aumento del 32%. Resaltando el compromiso adquirido por parte de los propietarios para elevar este porcentaje a niveles óptimos. Recordando que la implementación de estrategias exitosas lleva tiempo y esfuerzo. La clave está en mantener un enfoque constante en la ejecución y en la adaptación continua a medida que evolucionan las circunstancias.

En conclusión la propuesta de mejora sugerida a la dirección de la empresa mostro notables avances en el primer seguimiento, aumentado en más del 30% su ejecución e impactado en resultados, significando esto que el criadero necesitaba contar con los lineamientos y la hoja de ruta para que fuera seguida por todos los empleados, evitando improvisaciones, retrasos y formalizara y estandarizara las actividades empresariales dentro de la empresa para transmitir seguridad, seriedad y compromiso a sus grupos de interés.

Bibliografía

Alracon, J. (1998). *Reingeniería de procesos empresariales: teoría y práctica de la reingeniería de la empresa a través de su estrategia, sus procesos y sus valores corporativos*. España: Fundación Confemetal.

Alzate, C. (2023). Elaboración de la Planeación Estratégica del Club de Chalanería de "Asdesilla". Obtenido de

<http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/3455/1/1037622005.pdf>

Aumage, M. (1979). *Guía Práctica de las Organizaciones*. Barcelona, España: Editores Tecnicos Asociados.

Decreto 957. (05 de 06 de 2019). *Funcion Publica*. Obtenido de Gestor Normativo: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=94550>

Division Agro. (06 de 08 de 2022). www.larepublica.co. Obtenido de Diario La Republica: <https://www.larepublica.co/economia/la-industria-equina-mueve-6-billones-y-genera-480-000-empleos-directos-3418433>

Enciclopedia Concepto. (15 de 11 de 2023). *Organizacion Admisnitrativa*. Obtenido de Empresas y Negocios: <https://concepto.de/organizacion-administrativa/>

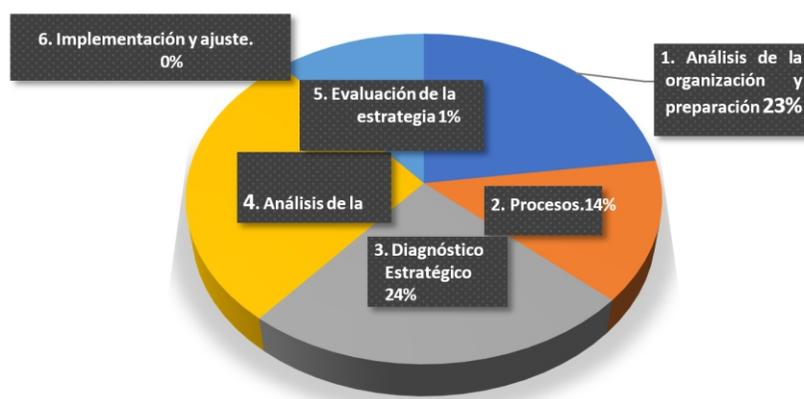
Gómez, M. (2016). Evaluación del esquema de selección de la raza equina hispano-árabe.

Universidad de Córdoba (ESP).

Hernandez, G., & Godínez, A. (2014). *Planificación Estratégica Total*. Mexico: Ignius Media Innovation.

Jaqueth, A., Lochner, H., Staniar, W., & Martinson, K. (2023). 176 Employment in the equine industry: Insights into job types, salaries, and education. *Journal of Equine Veterinary Science*. Obtenido de doi.org/10.1016/j.jevs.2023.104522

Figura N.º 1
Resultados Aplicación Entrevista Diagnóstico



Fuente: Elaboración propia a partir de la Tabla N°3 Tabulación de Entrevista

Figura N.º 2
Resultados Aplicación Entrevista Post Implementación



Fuente: Elaboración propia a partir de la Tabla N°3 Tabulación de Entrevista

Interpretación y Análisis

Se obtuvieron bajos porcentajes de aplicación de un direccionamiento estratégico (30% promedio), principalmente en las etapas tempranas (Planear 36%) y finales (Verificar 20%, Mejora 0%) del ciclo de procesos en el marco del PHVA. Siendo el “Hacer” el ciclo con más avances (50%) en el Criadero Fátima S.A.S, indicándonos que existe una cultura de ejecución, los empleados están comprometidos a ser eficaces en sus tareas y acciones inmediatas. También existe un riesgo de no aprender de su desempeño y de no aprovechar oportunidades para la mejora continua.

Conclusión

La implementación de estrategias para mejorar el direccionamiento estratégico es esencial para el éxito de cualquier organización. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la entrevista administrativa en donde se tuvo en cuenta una lista de chequeo creada por Medina y Crespo (2019), se diseñó la Matriz FODA para el diagnóstico situacional, se creó un modelo de manual de funciones, procedimientos, procesos y demás de la plataforma estratégica básica.

Ley 1258. (5 de 12 de 2008). *Diario Oficial No. 47.194*. Obtenido de Gasetta Oficial: https://sedeelectronica.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley_1258_2008.pdf

López, P. (2015). *Cómo documentar un sistema de gestión de calidad según ISO 9001:2015*. España: FC Editorial.

Luna, A. (2015). *Proceso Admisnitrativo*. Mexico: Grupo Editorial Patria.

Medina, A., & Crespo, M. (2019). Lista de chequeo para evaluar la planeación estratégica como herramienta de auditoría de procesos. *Zenodo*. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.3339686>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2021). Cadena equina, asna y mular. Obtenido de <https://sioc.minagricultura.gov.co/Equino/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Murcia, J. D. (12 de 2022). *Agronegocios*. Obtenido de www.agronegocios.co/finca/las-raices-y-el-legado-del-caballo-criollo-colombiano-patrimonio-genetico-nacional-3508347

Paniagua, C. (2005). *Principales Escuelas del Pensamiento Admisnitrativo*. San Jose de Costarica: Universidad Estatal a Distancia.

RAE, Real Academia de la Lengua Española. (12 de 11 de 2023). *Real Academia Española*.

Obtenido de Diccionario de la RAE: <https://dle.rae.es/reorganizar?m=form>

RAE: Real Academia de la Lengua Española. (19 de 11 de 2023). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de Diccionario de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/reorganizar?m=form>

Rodríguez, H. (10 de 2021). *National Geographic*. Obtenido de www.nationalgeographic.com.es/naturaleza/tras-origenes-caballos-modernos_17440

Sampedro, M. (2019). Formulación de la plataforma estratégica organizacional para la agencia de medios PDT de Clínica Especialistas del Poblado. *Corporación Universitaria Lasallista*. Obtenido de http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/2557/1/Formulacion_plataforma_estrategica_organizacional.pdf

Stowe, J., Kibler, M., & Barrowclough, M. (2022). Horse Owner Preferences for Equine Insurance Policies. *Journal of Equine Veterinary Science*.

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Grupo Noriega Editores.

Thompson, J., ML, K., & JLZ, I. (2021). 124 Financial strain caused by COVID-19 and its impact on equine industry participant willingness-to-pay for equine care. *Journal of Equine Veterinary Science*.

Torres, C. (2011). *Teoria General de la Administracion*. Bogota: Publidisa. Universidad Nacional de Colombia. (2012). *Guía a n á l i s i s DOFA*. Obtenido de http://www.odontologia.unal.edu.co/docs/claustros-colegiaturas_2013-2015/Guia_Analisis_DOFA.pdf

Velázquez, A. (s.f.). *Question Pro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-investigacion-cualitativa-y-cuantitativa/>

Zapata, A. (2016). *Ciclo de la calidad PHVA*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Elaboración De Torta A Base De Auyama

Lauren María Zúñiga López
Luis Alejandro Polo Díaz
Valerie Altamiranda Sotelo
Edreys Michelle Ballestas Urzola

Resumen

Colombia posee una gran diversidad típica gastronómica, sin embargo, la globalización ha introducido industrias que afectan los alimentos al someterlos a procesos químicos, impactando negativamente en la salud nutricional. Como respuesta a estos desafíos, se propone la creación de un producto renovado a base de auyama, destacando su versatilidad en la repostería, valor nutricional y beneficios para la salud. La inclusión de la auyama en la cocina cotidiana y gourmet, así como el aprovechamiento de sus semillas como snack nutritivo, se plantea como una oportunidad para mejorar su apreciación en diversos públicos. Además, se plantea la creación de un producto utilizando los excedentes de auyama como una solución sostenible que contribuiría al aprovechamiento de los recursos. Este proyecto busca revitalizar el papel de la auyama, promoviendo su consumo a través de la innovación gastronómica y exaltando la cultura local. El objetivo principal del estudio fue desarrollar una torta de auyama comercialmente atractiva en el mercado local.

Para lograr esto, se llevaron a cabo una revisión literaria sobre los aspectos culinarios y nutricionales de la auyama, experimentaciones con recetas para obtener una torta con excelentes características, pruebas de degustación, y el diseño de un logo y empaque llamativos. Además, se implementó un estudio de aceptación en una muestra de 68 personas, considerando aspectos como el rango de edad y el sexo en la población estudiada para identificar el nivel de aceptación de la torta. Estos datos se utilizaron como referencia sobre el potencial público consumidor, permitiendo la observación de prevalencia en distintos grupos demográficos.

Palabras clave: torta de auyama, semillas de auyama, auyama, sustitución de harina de trigo.

Abstract

Colombia has a great typical gastronomic diversity, however, globalization has introduced industries that affect food by subjecting it to chemical processes, negatively impacting nutritional health. In response to these challenges, the creation of a renewed product based on pumpkin is proposed, highlighting its versatility in baking, nutritional value and health benefits. The inclusion of pumpkin in everyday and gourmet cuisine, as well as the use of its seeds as a nutritious snack, is presented as an opportunity to improve its appreciation among various audiences. In addition, the creation of a product using surplus pumpkin fruit is proposed as a sustainable solution that would contribute to the use of resources. This project seeks to revitalize the role of pumpkin, promoting its consumption through gastronomic innovation and exalting local culture. The main objective of the study was to develop a commercially attractive pumpkin cake in the local market.

To achieve this, a literary review was carried out on the culinary and nutritional aspects of pumpkin, experimentation with recipes to obtain a cake with excellent characteristics, tasting tests, and the design of an eye-catching logo and packaging. In addition, an acceptance study was implemented in a sample of 68 people, considering aspects such as the age range and sex in the population studied to identify the level of acceptance of the cake. These data were used as a reference on the potential consumer public, allowing the observation of prevalence in different demographic groups.

Keywords: pumpkin cake, pumpkin seeds, pumpkin, wheat flour substitution.

Introducción

En la actualidad, se ha dejado de segundo plano la salud alimentaria en nuestra sociedad, debido a esto se ha visto un desvarío en las dietas de manera desproporcional, identificando el consumo inapropiado de fuentes dañinas o productos altamente procesados de cadena, por ende, se implementó el estudio e innovación de este producto derivado de la auyama, en este caso se buscó restablecer la alimentación en la población mediante esta estrategia. Se consiguió descifrar el gran aporte que puede brindar esta hortaliza, demostrando las ventajas que genera su consumo en la dieta diaria. De igual forma, se retomó el interés hacia la auyama con la búsqueda de datos referentes a la ubicación de origen, tipos, beneficios y propiedades, también, productos elaborados a base de esta.

La gran utilidad que ofrece la auyama le permite ser una fuente sostenible a nivel socioeconómico, logrando reutilizar todos los recursos de esta materia prima. Otorgándole un valor agregado contribuyendo a perpetuar la identidad cultural de las raíces y los sabores autóctonos de la región. Teniendo en cuenta lo anterior, este proyecto surge como oportunidad, para abordar esta idea estratégica e incursionar en el segmento de tortas para el mercado de la zona urbana de Montería, municipio el cual se encuentra en una región grandemente vinculada a la agricultura, tanto a nivel departamental como local, por lo que se considera una región rica en una gran variedad de recursos y alimentos típicos cuyas composiciones son conocidas por su practicidad, aunque existe una clara preferencia por ciertos alimentos, dejando de lado algunos con la misma facilidad para crear y con grandes aportes en materia de valor nutricional, como lo es la auyama.

Marco Referencial

La auyama (*Cucurbita moschata*), a pesar de su aporte nutricional significativo y su potencial gastronómico, enfrenta desafíos en el mercado debido a la falta de variedad de productos derivados. Este proyecto busca elevar su posición mediante la creación de una torta de auyama con técnicas culinarias que mejoren su apariencia y sabor, acompañada de ingredientes complementarios.

El objetivo es enfrentar su baja presencia en la dieta mediante la presentación de una opción que, a favor de las personas, contiene un aporte más valioso que los productos ultra procesados en esta gama de tortas, bizcochos o ponqués y con esto aumentar su consumo y diversificar los productos elaborados a partir de esta.

Estado del Arte

En la investigación culinaria, diversos estudios exploran los usos de la auyama. Galeano y Rodríguez (2022) proponen un suplemento en polvo a base de auyama, destacando sus beneficios nutricionales. Coronado Silva (2020) busca rescatar la identidad cultural con la preparación de torta y mermelada. Valdés-Restrepo et al. (2022) desarrollan un alimento deshidratado con harina de auyama y fuentes proteicas no convencionales. Castillo, Mendoza y Zambrano (2022) crean barras nutritivas con semillas de merey, maní y auyama. Otros estudios, como el de Gutiérrez (2023), proponen compota a base de guayaba, auyama y espinaca como alimento complementario para niños menores de 5 años, asegurando su idoneidad para el consumo humano. Guerra, M. Torres, A. Hernández B, y Jaffé, W. (1998) exploran diversas preparaciones industriales con auyama, destacando características organolépticas y beneficios nutricionales.

Gonzales et al. (2018) se centran en la elaboración de productos saludables enriquecidos con semillas de sésamo, auyama y girasol, evaluando beneficios y riesgos de consumo.

Marco Teórico

La auyama (Cucúrbita Moschata) es una planta nativa de América con más de 118 géneros y 825 especies, cultivada desde hace más de 5000 años. La variedad Cucúrbita Moschata se selecciona para la elaboración de tortas debido a su fácil accesibilidad y propiedades organolépticas.

Varietades: Cucúrbita máxima es una especie originaria de América con variedades cultivadas como zapallos, calabacines, auyamas, entre otros. La elección de Cucúrbita Moschata se debe a su familiaridad y disponibilidad.

Valor nutricional: La auyama es nutritiva, rica en minerales como calcio, sodio, magnesio, zinc, hierro, potasio y fósforo, así como vitaminas A, C y B. Su contenido de fibra soluble favorece la digestión, y el beta-caroteno actúa como antioxidante.

Usos culinarios tradicionales de la auyama: Las auyamas se han utilizado tradicionalmente en diversas preparaciones culinarias, desde arroces y cremas hasta tortas y dulces artesanales.

Semillas de la auyama: Las pepitas de calabaza son comestibles y se consumen asadas. Su valor nutricional incluye antioxidantes que combaten enfermedades y beneficios para la inmunidad, el control de peso y la salud del corazón.

Marco Legal

La legislación alimentaria en Colombia, representada por normativas como el Decreto 3075 de 1997 y la Resolución 2674 de 2013, establece principios de Buenas Prácticas de Manufactura para garantizar la seguridad alimentaria. El proyecto se compromete a cumplir con estas normativas, asegurando la inocuidad del producto.

Este resumen destaca la importancia del proyecto en la exploración culinaria de la auyama, su valor nutricional, variedades, usos culinarios, semillas y el marco legal necesario para garantizar la calidad y seguridad del producto final.

Metodología

El tipo de investigación que se pretende implementar en el desarrollo de este proyecto es la Investigación acción participativa (IAP). Está compuesta por tres componentes en proporciones variables, estos son: La investigación, la acción y la participación. En la aplicación de estos ítems al enfoque de este proyecto, podemos encontrarlos desempeñando papeles de suma importancia, los cuales consistirían, en primer lugar, la investigación siendo proceso fundamental que implica el análisis controlado y la reflexión crítica sobre el entorno. Su objetivo principal es identificar la problemática que posteriormente será abordada mediante una estrategia elaborada a partir de estudios de los diferentes aspectos del problema en cuestión. La acción, por otro lado, no se limita únicamente a la creación del producto, que representa la meta principal de la propuesta. Sino que además trae consigo significativos aportes de conocimiento, abriendo paso a nuevas teorías y conclusiones que determinaran la extensión y profundidad de la problemática, a su vez ampliando el rango de nuevas posibles soluciones y estrategias que contengan iguales beneficios dentro del campo de la investigación comercial y gastronómica. De igual forma, la participación juega un papel crucial, implicando la intervención activa de la comunidad a la que se dirige el proyecto, más allá de ser objetos de investigación, se busca que estos puedan generar contribuciones para delinear un curso positivo al diseño e implementación estratégica de la propuesta, culminando con la resolución ideal para afrontar la problemática visibilizada. Para este proyecto se implementó el método de análisis, el cual corresponde a la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, de esta manera se establece la relación causa efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación.

La investigación tuvo como enfoque realizar una serie de estudios analíticos, cualitativos y de prevalencia, utilizando las fuentes primarias para la obtención de datos mediante la aplicación de encuestas a un grupo diverso de personas que conforman el panel de posible público consumidor. Por otro lado, el diseño de la investigación para la recolecta de datos pertinentes se realizó mediante la implementación de encuestas ejercidas como herramienta para la recolección de información de carácter cualitativo, lo que consistió en hacer preguntas estructuradas cerradas y categorizadas, de selección múltiple y de única respuesta que permitieron recopilar datos sobre el tema objeto de estudio para obtener respuestas acordes a los objetivos de la investigación y propuesta. De igual forma, la estructura de las preguntas que conformaron las encuestas fue diseñadas teniendo en cuenta aspectos característicos como el sexo y el rango de edad, para la creación de un segmento de cliente, posteriormente a la obtención de su aceptación sobre el producto.

Para la aplicación de encuestas, se seleccionó la población de la ciudad Montería. Conocida también por los nombres de "Capital Ganadera de Colombia", "La Perla del Sinú" y "La Ciudad de las Golondrinas", fue fundada el 1 de mayo de 1777. Tiene una altitud de 18 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 28 grados centígrados. Es la capital del Departamento de Córdoba situado al noroeste de la república de Colombia, a orillas del Mar Caribe, con una extensión de 23.980 kilómetros cuadrados, con una población de 516.217 según las proyecciones del DANE - CNPV 2018.

El tipo de muestreo seleccionado para esta investigación fue el aleatorio simple, debido a que es un proceso que garantiza que todos los elementos muestrales tienen a priori la misma probabilidad de ser seleccionados para pasar a formar parte de la muestra. (Santana 2017)

Para el cálculo de la muestra, se utilizó la ecuación estadística de población finita:

$$n = \frac{Z^2[(p)(q)(N)]}{[(N)(e^2)] + Z^2[(p)(q)]}$$

Donde;

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza 90% (1.65)

N= población 516. 217

p= probabilidad de éxito 50% (0.5)

q= probabilidad de fracaso 50% (0.5)

e= margen de error 10% (0.10)

Montería tiene una población de 516 217 habitantes según DANE, Censo Nacional de Población y Vivienda -CNPV- 2018.

$$n = \frac{1.65^2[(0.5)(0.5)(516.217)]}{[(516.217)(0.10^2)] + 1.65^2[(0.5)(0.5)]}$$

$$n = 68 \text{ encuestas}$$

La encuesta fue el principal y más contundente método de recolección utilizado para esta investigación, naturalmente para hacer su uso efectivo se llevó a cabo la formulación de una serie de preguntas para determinar cuan alta podría ser la aceptación y acogida de la torta de auyama enriquecida con sus semillas en una población diversa. Gracias a esto se pudieron observar rasgos como el sexo y la edad de la población muestral, permitiendo del mismo modo identificar la predominancia dentro de cada uno de estos aspectos, caracterizando el perfil del posible público interesado en el producto. En cuanto al sexo se pudo evidenciar que el 56.6% de las personas encuestadas correspondieron al género femenino indicando una mayoría en esta categoría, el 43.1% de la muestra se identificó como masculino lo cual, aunque en menor proporción, continúa representando una parte significativa de la población, y el 1.3% se identificó como otro género, reflejando una presencia pequeña en la muestra. Esta información permitió reconocer una concentración del sexo femenino en la población, y seguido a este el sexo masculino del porcentaje total de la muestra. Por otra parte, se determinó lo siguiente dentro del rango de edad de la población; el 18.1% de la muestra se encontró en un rango de edad menor de 18 años, mientras que otros en las edades de entre 18 y 25 representaron el 48.2%. Así como por otro lado se halló que el grupo de la muestra con edades entre 26 y 40 años comprendió el 13.9%, mientras que aquellos mayores de 40 años distinguieron el 20.8% del total de las encuestas.

Resultados

Una vez realizados los estudios sobre la aceptación de la torta de auyama utilizando la encuesta como herramienta para la recolección de información y a partir de los datos obtenidos en base a la degustación y las respuestas a las interrogantes dadas por la población, se pudieron determinar las tendencias y aspectos de preferencia de los encuestados, al igual que se recopiló información valiosa para la mejora y el crecimiento de la propuesta.

La primera pregunta implementada a la población fue la siguiente: ¿Ha consumido auyama alguna vez? De acuerdo con las respuestas dadas a la primera interrogante, cuyo propósito fue descubrir el nivel de consumo de la auyama en la muestra de personas, se pudo observar que la prevalencia del consumo de auyama fue de un 85.9% del total de encuestados, indicando una alta tasa de consumo, mientras que 14.1% restante manifestó no haber consumido auyama, siendo un grupo minoritario el cual no ha degustado esta hortaliza.

En segundo lugar, se preguntó: ¿Sabía que las semillas de Auyama pueden ser ingeridas? Los porcentajes obtenidos a partir de la segunda pregunta constituyeron una representación sobre el conocimiento de la población acerca de la posibilidad de ingerir semillas de auyama reconociendo que el 30.7% de los encuestados contaba con el conocimiento acerca de que las semillas de auyama fuesen comestibles, mientras que el 69.3% restante no se encontraba al tanto de esta información. Esta interrogativa nos permitió hallar que existe una parte significativa de la población encuestada que no está familiarizada con la comestibilidad de las semillas de auyama.

La tercera pregunta consistió en lo siguiente: ¿Alguna vez ha consumido estas semillas? Esta tuvo la finalidad de indagar sobre la ingesta de las semillas de auyama por la población encuestada. Por medio de las estadísticas se logró identificar que el 13.3% habían consumido estas semillas, en cambio, el 86.7% aseguró no haberlas ingerido.

La cuarta interrogante de la encuesta se cita de la siguiente forma: ¿Tenía conocimiento o había probado antes un producto elaborado a base de Auyama? La pregunta número cuatro permitió evaluar el conocimiento de la muestra encuestada respecto a productos a base de auyama.

Por medio de la pregunta número diez, se obtuvo información sobre las opciones de presentación de la torta de auyama con mayor preferencia, revelando que el 46.7% de los encuestados manifestó una inclinación por una presentación de tamaño mediano, mientras que el 33.3% expresó preferencia por la versión pequeña. Sin embargo, un 20% optó por la presentación grande. Concluyendo que existe una variación en las preferencias de tamaño entre los participantes, con una mayor preferencia por las presentaciones medianas, seguida de cerca por las opciones pequeñas y con menor frecuencia estos llegaron a preferir la presentación de tamaño grande.

Por último, el punto número once de la serie de preguntas realizadas durante el estudio en la muestra consistió en preguntar a cerca de lo siguiente: ¿Qué aspectos considera más importante al elegir y consumir una torta? Con las opciones de respuesta: Sabor y textura, aspecto y olor, textura y aspecto, sabor y aspecto, olor y sabor. La pregunta número once se realizó con el propósito de profundizar acerca del gusto particular de cada uno de los encuestados, ofreciendo una serie de opciones de características en conjunto, que estos seleccionarían bajo el criterio de sus preferencias. Se pudo identificar que los aspectos más relevantes fueron el sabor y la textura con un equivalente al 77,3%; por consecutivo sabor y aspecto, con un valor de 18,7%, por otra parte, el 13,3% de los encuestados consideraron importante el olor y sabor; una menor proporción prefirió el aspecto y olor con un porcentaje de 5,3% y en último lugar con un porcentaje de 4% textura y aspecto. Estos resultados indican que en general el sabor y la textura son los aspectos más significativos a la hora de hacer una elección, desempeñando un papel fundamental en la percepción de la calidad de una torta.

Conclusiones

Al finalizar los estudios y pruebas realizadas durante el desarrollo de esta investigación que tiene como objetivo principal la creación de un producto final, dicho puntualmente, una torta a base de auyama enriquecida con sus semillas, cuya ejecución de estos estudios permitió conocer y profundizar diversos aspectos de la creación de un producto, y la importancia e impacto que este tiene en la alimentación de la sociedad, de acuerdo a la cultura y el mercado.

Con este trabajo se pretende efectuar, un cambio o evolución, y un aprovechamiento de la auyama como insumo para la elaboración de una torta enriquecida con los aportes que ofrecen los componentes de este alimento en cuanto a nutrición, brindando perspectivas esperanzadoras que incrementen su producción y su consumo aumentando la factibilidad de la aplicación y el buen desempeño de este trabajo.

Gracias a las pruebas de degustación se identificó que la aceptación del producto tuvo un nivel alto entre la población, dando indicios positivos sobre la posibilidad de un auge en el mercado; se obtuvieron respuestas explícitas sobre las fortalezas y mejores cualidades del producto, así como sobre los aspectos a mejorar según las necesidades y preferencias de los posibles consumidores.

Se determinó que la elaboración de la torta de auyama enriquecida con sus semillas constituye un aporte innovador a la oferta de productos en el mercado, teniendo en cuenta que este producto traspasa los estándares comunes pues lleva en sí mismo un propósito integral, ya que, a parte de los objetivos comerciales, este puede mejorar el aporte alimenticio, que generalmente el alimento ultra procesados no suelen brindar, esto sin disminuir la calidad del producto o afectar sus excelentes características organolépticas; sumado a esto al ser un producto libre de conservantes y aditivos su impacto en la salud disminuye, convirtiéndose en una opción menos perjudicial.

Determinando que el 59.5% de la población había probado productos elaborados con auyama y el 40.5% declaró no tener experiencia previa con productos de este tipo. Sugiriendo que una proporción considerable no está familiarizada con estos productos

La quinta pregunta evaluada fue: ¿Había probado la torta de Auyama anteriormente? Con el interrogante número cinco se logró determinar el nivel de familiaridad de las personas con la torta de auyama. De los participantes, el 82.7% afirmó no haber consumido la torta de auyama previamente, mientras que el 17.3 % declaró haberla probado. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados no había tenido la oportunidad de catar la torta de auyama.

La sexta pregunta realizada cuestionó lo siguiente a la población: ¿Sabía usted sobre los beneficios y alto valor nutricional de la Auyama y sus semillas? La pregunta número seis se realizó con el objetivo de identificar el conocimiento entre la población encuestada acerca de los beneficios y valor nutricional de la auyama y sus componentes. Un 48.6% de los encuestados indicó estar informado sobre estos aspectos, por otro lado, el 51.4% no posee tal conocimiento. A pesar de que una parte significativa de la muestra afirmó estar informada, difundir estos beneficios es relevante para promover una dieta saludable y consciente. Aun así, se encuentra un equilibrio cercano entre los dos grupos, reflejando la diversidad de información y conocimiento respecto a la educación nutricional.

Como séptima interrogante se pidió a los encuestados realizar una calificación de la siguiente manera: En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría el sabor y aspecto de la torta de Auyama, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta? En base a los resultados de las calificaciones los análisis mostraron una clara preferencia, con una destacable cifra de 65.3% de participantes quienes otorgaron una máxima puntuación equivalente a 5, indicando un alto grado de satisfacción. De igual forma, el 20% le dio una puntuación de 4 demostrando una apreciación positiva, aunque un poco menos entusiasta, y solamente un 9.3% la calificó con un 3, representando una calificación neutra en la escala. Observando que solo un 2.7% otorgó calificaciones de 1 y 2, sugiriendo que una minoría relativamente pequeña no está satisfecha con el sabor de la torta. Estos resultados ofrecen información valiosa sobre la aprobación de la torta de auyama respaldando su auge como una opción gastronómica en el mercado.

La octava pregunta realizada se compuso de la forma: ¿Si este producto se encontrara en el mercado, ¿Lo compraría? Esta pregunta se realizó con el propósito de evidenciar cuanto se encontrarían dispuestos los encuestados a realizar la compra del producto si estuviera en oferta dentro del mercado. Lo que como resultado arrojó que un 90.7% de estas personas lo obtendría, mientras que un 9.3% indicó su falta de interés para realizar dicha compra. Dejando en evidencia una clara inclinación en la población encuestada hacia la decisión de compra del producto en cuestión.

Como noveno punto en la encuesta se realizó la interrogante: ¿Recomendaría la torta de Auyama a sus amigos, familiares o conocidos? Con esto se pudo verificar que la mayoría de los encuestados sí recomendaría la torta de auyama con un valor del 93.3% en las estadísticas de los resultados, ya que al probar el producto obtuvieron disfrute y satisfacción. Por otro lado, el 6.7% no la recomendó prefiriendo sugerir algo tradicional.

La décima pregunta estuvo compuesta por la interrogante ¿En qué presentación le gustaría encontrar la torta de Auyama? Con las siguientes opciones de respuesta: Grande 3.000gr aprox.; Mediana 1.500 gr aprox.; Pequeña 600 – 750 gr aprox.

Gutiérrez, J. (2023). Elaboración de compota a base de guayaba, ahuyama y espinaca como alimento complementario para niños menores de 5 años. [Proyecto aplicado]. Repositorio Institucional UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/58112>

Mehmet Uçar (2022-2023) Beneficios de las semillas de calabaza. Corporación de Radio y Televisión de Türkiye (TRT). <https://www.trt.net.tr/espanol/programas/2022/12/21/el-buzon-diciembre-2022-3-1921412>

Norma Técnica Colombiana NTC 5830 (actualización del 22 de mayo de 2019) de requisitos para el análisis de peligros y puntos de control críticos, (HACCP) <https://www.studocu.com/co/document/universidad-nacional-abierta-y-a-distancia/ingenieria-de-planta-de-alimentos/norma-tecnica-colombiana-ntc-5830/36701601>

Norma técnica NTC-ISO colombiana 22000 (2005-10-26) de sistemas de gestión de inocuidad de los alimentos. requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria.

<http://institutocomunitario.com/iso220002005/#:~:text=ISO%2022000%3A2005%20>

Resolución 2674 de 2013 (22 julio 2013) Por la cual se reglamenta el artículo 126 del decreto ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%202674%20de%202013.pdf

Valdés-Restrepo, M.P.; Londoño-Hernández, L.; Ortiz-Grisales, S.; Guevara-Guerrero, B. (2022). Prototipo de alimento deshidratado con base en harina de auyama enriquecido con fuentes proteicas no convencionales. Rev. U.D.C.A Act. & Div. Cient. 25(1): e1844. <http://doi.org/10.31910/rudca.v25.n1.2022.1844>

Vélez Castro, A. C. (2017). Guía metodológica para la implementación de un sistema de inocuidad alimentaria que integra las BPM, el sistema HACCP, NTC ISO 22000 y los Estándares Europeos IFS y BRC (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Lasallista). <http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/handle/10567/2397>

Zamora. https://repositorio.unellez.edu.ve/terepaima/portal/portal_documentos/1669742291_1695c5b8af.pdf

Creación E Innovación De Productos De Panadería Con Base En Auyama (Cucúrbita), En El Municipio De Montería, Departamento De Córdoba

**Michely Carolina Mórelo Marín
Victoria Galindo Mora**

Resumen

El incremento de las enfermedades no-transmisibles, las degenerativas y las enfermedades críticas en las últimas décadas, junto con las expectativas de mayor tiempo de vida, ha generado en el hombre interés en la búsqueda constantes de nuevos estilos de hábitos saludables, lo que supone la creación de nuevos negocios y productos que induzcan a estilos de consumo de alimentos alternativos. La alternativa de buscar productos de nuestra región y que con ellos se busquen nuevas formas de contribuir al desarrollo económico de la localidad y del país, nos con lleva a proponer la creación de productos de panadería a partir de la harina de auyama.

Se hizo una revisión bibliográfica de las bondades nutricionales y bromatológicas de la harina de auyama, como también un sondeo en la población consumidora con respecto al consumo de productos de panadería. Se evaluó la posible aceptación en el mercado para crear una empresa que se dedicara a producir alimentos de panadería a partir de la harina de auyama, lo que dio como resultado un alto nivel de aceptabilidad por parte de los consumidores.

La idea de consumir un pan de alto valor nutricional a partir de la incorporación de harina de auyama, así como la percepción de viabilidad y factibilidad de la creación de una empresa de productos de panadería utilizando harina de auyama, es aceptada de entre los consumidores habituales de productos de panificación.

A partir del presente proyecto daría posibilidad a otros proyectos de elaboración de productos específicos a partir de la harina de auyama para panificación, como alternativa nutricional y saludable.

Palabras claves: Cucúrbita, propiedades fisicoquímicas, Propiedades funcionales, Estilos de Vida Saludable.

Abstract

The increase in non-communicable diseases, degenerative diseases and critical illnesses in recent decades, together with expectations of longer life spans, has generated interest in man in the constant search for new styles of healthy habits, which means the creation of new businesses and products that induce alternative food consumption styles.

The alternative of looking for products from our region and using them to find new ways to contribute to the economic development of the town and the country, leads us to propose the creation of bakery products from pumpkin flour.

A bibliographic review of the nutritional and bromatological benefits of pumpkin flour was carried out, as well as a survey of the consumer population regarding the consumption of bakery products. The possible market acceptance was evaluated to create a company dedicated to producing bakery foods from pumpkin flour, which resulted in a high level of acceptability by consumers.

The idea of consuming bread with high nutritional value from the incorporation of pumpkin flour, as well as the perception of feasibility and feasibility of creating a bakery products company using pumpkin flour, is accepted among regular consumers. of baking products.

Starting from this project, it would give the possibility of other projects to prepare specific products from pumpkin flour for baking, as a nutritional and healthy alternative.

Keywords: Cucurbita, physicochemical properties, Functional properties, Healthy Lifestyles.

Recomendaciones

Se extiende como recomendación realizar una búsqueda a fondo sobre mecanismos para la extracción y el desconchado de las semillas, esto para emplear, de ser posible, una opción que funcione eficazmente, proporcionando agilidad para la optimización de este proceso, lo que a su vez permitirá un ahorro de tiempo y energía para la producción.

De igual forma se motiva a la experimentación con las distintas variedades de la auyama que se encuentran en oferta en el mercado local, comparando las diferencias y estudiando los resultados en cuanto a manejo, sabor, textura, entre otras características de la torta, con la finalidad de ampliar las opciones del recurso disponibles para no padecer los efectos negativos de amenazas como la escasez.

Por último, se recomienda fortalecer las estrategias comerciales y realizar estudios minuciosos sobre el mercado al cual pertenece este producto con el propósito de identificar a profundidad las ventajas y oportunidades que existen para este producto, al igual que para el incremento de su consumo y su comercialización.

Bibliografía

Ahuyama (Cucúrbita maxima). Proyecto de ciencia ciudadana y red social en línea Naturalista Colombia. <https://colombia.inaturalist.org/taxa/122866-Cucurbita-maxima>

Castillo, A., Mendoza, M., & Zambrano, W. (2022). Desarrollo de una barra alimenticia rica en proteína empleando semillas de maní, mery y auyama. Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel

Coronado, L. (2020). Desarrollo de la estimación de medida (masa) a partir de la preparación de la torta y mermelada de auyama. Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/29384>

Decreto 3075 de 1997 (diciembre 23) Derogado por el art. 21, Decreto Nacional 539 de 2014. Por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones. https://www.funcionpublica.gov.co/web/eva/gestor-normativo/norma_pdf.php?i=33.

Decreto número 60 de 2002 (enero 18) por el cual se promueve la aplicación del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico - Haccp en las fábricas de alimentos y se reglamenta el proceso de certificación. https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%200060%20DE%202002.pdf

Galeano, L. Rodríguez, K. (2022) Diseño de un suplemento alimenticio en polvo a base de auyama de forma teórica apto para el consumo humano. [Trabajo de grado, Fundación Universidad de América] Repositorio Institucional Lumieres. <https://hdl.handle.net/20.500.11839/9049>

Goianinha Pumpkin. Cucúrbita moschata By barkstudio foto de archivo. Adobe Stock. <https://stock.adobe.com/es/images/goianinha-pumpkin-cucurbita-moschata/158636959>

Gonzales R, Andrés J, Grey E, Pinilla T. (2018). Elaboración de productos saludables enriquecidos con semillas de sésamo, auyama y girasol. <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/484>

Guerra, M. Torres, A. Hernández B, y Jaffé, W. (1998). Factibilidad tecnológica del aprovechamiento de la auyama en la formulación de diferentes alimentos. LILACS | ID: lil-252033. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-252033>

Introducción

En la actualidad, con la aparición de nuevas afecciones de salud cada día, y la aparición de nuevas tecnologías que facilitan más la vida (y de igual forma el sedentarismo), ha nacido una nueva tendencia, que ha puesto de moda preocuparse más por la calidad nutricional de los alimentos que se consumen, lo que se traduce en nuevas necesidades que exigen a la industria alimentaria productos más nutritivos, que conserven buenos sabores y tengan precios competitivos.

En Montería y Córdoba en general el consumo de pan es casi una tradición, pues este producto se ha convertido en el acompañante perfecto del café de las mañanas y de las tardes, por tanto, se podría decir que es elevada la demanda de este en la región. Sin embargo, a la hora de comprar este producto, los consumidores, sucumbiendo al afán del día a día, además de la poca variedad con respecto a los ingredientes de los panes que están a su alcance, terminan por adquirir cualquier producto, ignorando que tal vez esta no sea la opción más beneficiosa para su salud, pues, aunque tengan ciertas virtudes, no cubren sus necesidades nutricionales para enfrentar el día a día.

Observando la situación descrita se hace necesario la creación de una alternativa que satisfaga la necesidad de consumir pan, ofreciendo un aporte nutricional más beneficioso que el del pan tradicional elaborado en la ciudad de Montería.

Esta investigación se centrará principalmente en la creación de una empresa especializada en productos a base de auyama; esto surge a partir de una observación realizada en la ciudad, donde se pudo notar que los monterianos consumen mucho pan cada día, el cual, a pesar de tener algunos beneficios, no es un alimento completo. Basados en lo anterior se buscará mediante este proyecto usar la auyama como ingrediente principal para saborizar un producto de panadería, debido a sus valores nutricionales y precio asequible a la canasta familiar.

Con la elaboración de este producto se pretende mejorar la alimentación de los consumidores. Al respecto del contenido nutricional de la auyama Ruiz (2019) menciona que:

En general, el valor nutricional de este fruto es alto desde la pulpa que contiene carbohidratos, vitaminas, proteínas, entre otros, hasta sus semillas con constituyentes mucho más beneficiosos como los carbohidratos, aminoácidos, fibras, ácidos grasos insaturados y vitaminas como B, C, D, E y K. También contiene minerales como calcio, potasio y fósforo. Lo que la convierte en una alternativa importante para la seguridad alimentaria a nivel nacional debido a la creciente demanda de nuevas materias primas para la agroindustria

Esto convierte a la auyama en un ingrediente idóneo para el cumplimiento del propósito que se persigue con este proyecto. Cabe resaltar que, adquirir esta nueva opción de pan rico en nutrientes, el consumidor no tendrá que sacrificar sabor ni calidad.

Por otro lado, los beneficios obtenidos del consumo de este gracias a la adición de auyama, se verán reflejados en la salud. La auyama proporciona muchos beneficios para la salud; entre ellos:

La estimulación del funcionamiento del páncreas, cuenta con un elevado contenido de beta caroteno y alfa caroteno lo que provoca una disminución de enfermedades cardíacas y cáncer de próstata; al ser rico en antioxidantes fortalece el sistema inmunológico, es un alimento de fácil digestión lo que ayuda a la eliminación de mucosidades. (Cevallos, 2018, p. 25).

Marco Referencial

Estado del Arte

Para un mejor entendimiento de la temática elegida se hace necesario la recopilación de información guiadora y sea una guía para encaminar las ideas a la dirección correcta. Para esta colecta de información relacionada se tuvo como prioridad encontrar bibliografía asociada al uso de nuestro ingrediente principal (auyama) de formas diferentes a las tradicionales; así mismo, se tuvo en cuenta aquellas investigaciones en las que se buscaba la elaboración de un producto final con mayor aporte de nutrientes y su viabilidad con fines de crear empresa.

Esta recopilación de información usó información de artículos científicos, repositorios de universidades nacionales e internacionales y la herramienta Google académico.

Iniciando con este compendio se encuentra Desarrollo de un producto nutricional dirigido al adulto mayor a partir de harina de auyama (Cucurbita máxima) por Praderes Gladiana (2009), en el cual la cual la autora se centra en aprovechar las propiedades de la harina de auyama y de una legumbre llamada quinchoncho para formular una sopa instantánea para adultos mayores. Para tal fin se usó el método de secado en doble tambor, lo que resultó posteriormente en una formulación capaz de “aportar a la dieta del adulto mayor un contenido alto en proteína de 11,49%, fibra dietaria 13,48%, alta digestibilidad proteica (95,6%), hidrólisis enzimática del almidón (79,58%) y un valor energético de 274 kcal/100g de producto en polvo.” (Praderes, G., 2009) Otro aspecto importante de esta investigación es la estimación de la vida útil comercial del producto, la cual fue de 90 días para el caso concreto.

Por otro lado, en Estudio de factibilidad para la elaboración de pan vegetal de auyama como producto innovador y promotor de la empresa Riverpan en el barrio San Gorge de Bogotá D.C. de la autoría de Borda Barajas Eliana (2018), se puede observar que se busca el uso de la auyama para la elaboración de un producto de panadería (que es lo que le compete a este proyecto). No obstante, la finalidad de este no es brindar un aporte nutricional a los consumidores (aunque sí es un factor a favor, no es la prioridad) sino el impulso que este producto pudiera darle a una empresa ya constituida llamada Riverpan. En el desarrollo del análisis financiero y de viabilidad, se realizó un estudio de mercado por medio de encuestas a la población del barrio focalizado lo cual permitió identificar las necesidades de los clientes potenciales, mostrando como resultado una respuesta positiva a la propuesta.

Otra investigación encontrada es Propuesta de elaboración de una harina a base de semilla de calabaza (Cucurbita maxima) para su aplicación en panificación de Obregón Jaramillo Pedro (2018) quien planteó la idea de usar la harina extraída de la semilla de auyama en la panificación. Para la obtención de la harina, las semillas tuvieron que pasar por un proceso de secado, deshidratación, molida y pulverización lo que da como resultado una harina rica en fibra “que al ser usado en panificación da como resultado panes de buena calidad y sabor” (Obregón, P., 2018). De esta investigación surgen algunos puntos importantes a tener en cuenta:

1. Las semillas de auyama para el caso concreto fueron un recurso de fácil acceso, no obstante, el largo proceso por el que pasan las mismas para convertirse en harina podría incrementar el costo, menciona el autor.

2. Al ser una harina con alto porcentaje de fibra fue difícil para el investigador realizar panes con mayor carga de harina.

3. Al combinar la harina de auyama con harina de trigo en un porcentaje del 10% en relación de masa total “*tuvo una alta aceptación en las pruebas hechas, lo que nos indica que su sabor es alto a pesar de ser mezclada en poca cantidad.*” (Obregón, P., 2018).

Un trabajo investigativo geográficamente cercano, realizado por Ruiz Contreras Javier (2019) se enfocó en determinar el Efecto del secado sobre las propiedades fisicoquímicas, funcionales y tecnofuncionales de la harina de semilla de auyama (cucúrbita máxima) cultivada en el municipio de Dabeiba, Antioquia y sus características bromatológicas.

Al respecto del método usado menciona el autor: “Durante la investigación se realizaron análisis de caracterización de la semilla, evaluación de la cinética de secado y de las propiedades fisicoquímicas, funcionales y tecno-funcionales del producto obtenido con el fin de realizar un estudio a profundidad del efecto del proceso de secado. Se encontraron diferencias significativas en las propiedades fisicoquímicas, funcionales y tecno-funcionales con relación a las temperaturas de secado ($p < 0,05$).” (Ruiz, J., 2019)

Las diferencias mencionadas corresponden a porcentaje de humedad, capacidad antioxidante, compuestos fenólicos totales, solubilidad en agua fría y capacidad emulsionante.

En cuanto a sus propiedades bromatológicas, Ruiz (2019) sugiere que “puede emplearse en el requerimiento diario recomendado de proteína. Por sus distintas características de alta capacidad puede sugerirse su aplicación en matrices alimenticias cárnicas, lácteas y de repostería o panificación.”

En el siguiente, denominado Desarrollo de Pan a base de mezclas prediseñadas con harina de trigo y harina de ahuyama (*Cucurbita moschata* Duchense) con alto contenido de carotenoides se sustituyó la harina de trigo de forma parcial por harina de auyama en el proceso de panificación (cabe mencionar que la variedad de auyama utilizada fue diferente a la usada en las investigaciones mencionadas anteriormente, siendo la *Curcubita moschata Duchense* la seleccionada para este estudio). Para cumplir con el objetivo se hizo un análisis experimental de diferentes variables en cada etapa de elaboración del pan, dándole prioridad al amasado y fermentación. La conclusión fue que “se evidencia un comportamiento aceptable para el producto PAN con adición de la harina de Ahuyama, donde las etapas de proceso críticas del proceso como la fermentación y horneado se encuentran estables”. (Toro, J., 2021)

En el Valle del Cauca, estudiantes de ciencias agrícolas de la universidad UNAD desarrollaron un trabajo investigativo enfocado en un Prototipo de alimento deshidratado con base en harina de auyama enriquecido con fuentes proteicas no convencionales. Para tal fin las autoras:

“(…) establecieron seis tratamientos empleando nueve materias primas, variando el porcentaje de cada una de ellas, donde la mayor proporción correspondió a la harina de auyama”. Posteriormente, se adelantó el análisis de carotenos totales, carbohidratos y calorías...se empleó un análisis de varianza y para la prueba sensorial, se aplicó la prueba Friedman, con 60 jueces.” (Guevara, B., Londoño L., Ortiz S. y Valdes M., 2022)

Realizada la prueba de Friedman se estableció que el mejor tratamiento, el cual correspondió a la inclusión de harina de auyama de entre 15 y 20 %. Concluyen las autoras que a partir de la harina de auyama se puede desarrollar un producto deshidratado con alto contenido de macronutrientes.

Por último, se encontró Efectos de la harina de auyama como sustituto parcial de la harina de trigo en un alimento tipo masa refrigerada de Fuenmayor Tania y Zambrano William (2022). El propósito perseguido con esta investigación fue analizar y evaluar el efecto de la harina de auyama en la formulación de un producto tipo masa refrigerado elaborado con la misma.

También era común en banquetes y comidas sociales. (Grant, M., 2006).

Tras la caída del Imperio Romano, la panadería experimentó un declive en Europa occidental durante la Edad Media, con un retorno a panes más ásperos y básicos. Sin embargo, las técnicas romanas se conservaron en la Panadería Bizantina en el este del Imperio Romano.

Durante la Edad Media, las panaderías se convirtieron en un elemento central de las comunidades europeas. El pan era un alimento básico, y se producía en hornos comunales de las aldeas y monasterios. El trigo era el grano preferido, pero también se utilizaba la cebada y el centeno. Fue durante los siglos XI-XIII que gracias a los monjes de los monasterios la panadería empieza a tener avances en Europa, ya que se encargaron de perfeccionar las técnicas de cultivo de trigo y elaboración de los panes, conocimientos que plasmaban en manuscritos. También se empezó a incorporar ingredientes como las especias, el azúcar y la miel, lo que dio lugar a la creación de panes más variados.

En el transcurso de la baja edad media aparecieron los molinos de agua y de viento para moler el grano de manera más eficiente, y los panaderos comenzaron a utilizar moldes de madera para dar forma al pan y hornos de ladrillo para una cocción más uniforme.

A lo largo de los siglos XIII – XV se establecieron gremios de panaderos y se promulgaron leyes de panificación. La producción de pan estaba sujeta a regulaciones estatales y locales. Los gremios de panaderos se establecieron en las ciudades para garantizar la calidad y el precio del pan. El grano también estaba sujeto a controles gubernamentales. (Redondo, P., 2001).

Con el renacimiento, la demanda de panes aumentó debido a la recuperación de la economía después de la edad media, durante este periodo hubo mejoras tanto en la molienda de los granos de trigo como en el horneado, gracias al desarrollo de molinos y hornos más avanzados que permitieron la una molienda más fina de los granos de trigo, lo que resultaba en harina de mejor calidad para la panadería y un horneado más uniforme. Las técnicas de amasado también se hicieron más eficientes con la introducción de los rodillos que conocemos hoy en día. Durante el Renacimiento, se produjeron una variedad de panes, desde los simples panes de trigo hasta panes más elaborados con ingredientes como frutas secas, miel y especias. (Delgado, A., 2001).

Para la segunda mitad del siglo XVIII Europa viviría una transformación radical en todos los ámbitos, de la cual no estuvo exenta la panadería, a este gran cambio se le llamaría después “Revolución industrial”.

Esta gran revolución traería consigo innovaciones para el oficio panadero que incidieron en gran parte para que fuese lo que es hoy en día. A continuación, los aspectos más importantes:

- ✓ Los molinos de agua y de viento fueron reemplazados por molinos de vapor, los cuales, a su vez, fueron reemplazados posteriormente por molinos de cilindro. Esto hizo más eficiente la molienda y la producción de harina en masa.

- ✓ Se inventó la levadura comercial.

- ✓ Las panaderías industriales comenzaron a producir pan en serie, lo que cambió drásticamente la escala de producción.

- ✓ Se creó el pan blanco refinado, el cual fue considerado un símbolo de estatus.

En el siglo XX la panadería moderna experimentó un auge en la variedad de panes disponibles, y las cadenas de panaderías se volvieron comunes en todo el mundo. (Aranda E., 2005).

De los análisis se encontró lo siguiente: “En los análisis de varianza de las respuestas medidas se encontraron efectos significativos y altamente significativos con un nivel de confianza de 95%. Los coeficientes de determinación R^2 explican que más del 80% de la variabilidad en Y1, Y2 y Y3, del producto tipo masa refrigerada es afectado por los factores experimentales estudiados con los 3 niveles utilizados bajo las condiciones de control en que se realizó el experimento.” (Fuenmayor T., Zambrano W., 2022)

Del anterior análisis se encuentra que la harina de trigo sigue siendo “determinante en las propiedades de extensibilidad, esponjosidad, viscoelasticidad y cohesividad de la masa.” (Fuenmayor T., Zambrano W., 2022).

Marco Teórico

La historia del pan o la panadería como la conocemos hoy en día tiene sus inicios en el neolítico, en el antiguo Egipto y resulta de un afortunado accidente, en el que un hombre olvida una papilla mezcla de semillas y cereales con agua en una “olla” dando como resultado una especie de torta seca y aplastada, a la que posteriormente se le consideraría el primer pan. A partir de este momento se convirtió en un alimento fundamental en la dieta de la antigua civilización egipcia. Los egipcios desarrollaron técnicas de panificación hace miles de años, y se han encontrado evidencias arqueológicas de la producción de pan que datan de alrededor del 2600 a.C en la Primera Dinastía del Antiguo Egipto.

Los antiguos egipcios elaboraban pan utilizando técnicas de molienda y amasado. La harina se obtenía al moler granos de trigo o cebada con molinos manuales, y luego se mezclaba con agua y levadura natural (posiblemente obtenida de forma espontánea) para hacer la masa.

En el antiguo Egipto, existían diversas variedades de pan, desde el pan plano hasta panes más elaborados. El pan plano, similar a lo que hoy conocemos como "pita", era común, pero también se elaboraban panes más esponjosos y ligeros.

El pan tenía una gran importancia cultural y religiosa en el antiguo Egipto. Era un alimento básico en la vida cotidiana y también se utilizaba en ceremonias religiosas. Los egipcios consideraban el pan como un regalo divino y un símbolo de la vida y la prosperidad. (Redford, D. B., 1993).

Entre los Siglos VIII a.C. - VI a.C en la antigua Grecia, el pan era un alimento básico elaborado principalmente a partir de cebada. Las panaderías rudimentarias producían pan plano y áspero conocido como "plakous". Estos panes eran cocidos en piedras calientes.

Durante el Siglo V a.C. la introducción de molinos de mano permitió la molienda de granos de trigo, lo que llevó a la producción de panes de trigo más refinados. Los "sitos" eran panes esponjosos y ligeros que se convirtieron en una delicia popular. (Dalby, A., 2000).

La panadería tenía un profundo impacto en la cultura y la sociedad griegas. Los panaderos tenían un estatus especial y su oficio estaba regulado por leyes locales. El pan desempeñaba un papel importante en las comidas rituales y festivales griegos.

Con la expansión romana, las técnicas de panadería avanzaron aún más. Se introdujeron hornos de pan más eficientes y se experimentó con nuevas recetas. Los romanos adoptaron muchas prácticas griegas en la panadería e introdujeron prácticas nuevas como el uso de levadura para hacer pan más ligero, el amasado y la fermentación. (Heiss, M. L., & Heiss, R. E., 2010).

Las panaderías romanas desempeñaron un papel importante en la economía y la vida cotidiana. El grano, base para la panadería, era objeto de control estatal. Los romanos tenían un pan de calidad superior llamado "panis secundarius," que se reservaba para las élites. Los romanos celebraban festivales y rituales que involucraban el pan, como las fiestas de Ceres, la diosa de la agricultura.

La panadería del siglo XXI responde a varias tendencias y necesidades, adaptándose a los consumidores, pues con la creciente preocupación por el medio ambiente y las afecciones de salud que aparecen cada día producto de los alimentos ultra procesados y el sedentarismo, los consumidores se han vuelto más precavidos y conscientes de lo que compran, en consecuencia, buscan opciones de pan más saludables, respondiendo a esto aparecen los panes integrales, sin gluten, bajos en carbohidratos etc., y la panadería sostenible o eco amigable.

De la misma forma aparecen hornos más avanzados como son los hornos de convección y sistemas de automatización de la producción en masa, mejorando la eficiencia del proceso y calidad del producto final.

A pesar de la automatización, ha habido un resurgimiento de la panadería artesanal. Los panaderos tradicionales han ganado popularidad por su enfoque en la calidad y la autenticidad. (Suárez, M.,2020)

Entre las normas más importantes que regulan la creación de empresa, la producción y manipulación de alimentos en Colombia encontramos las siguientes:

Constitución Política de Colombia

“**Artículo 65.** La producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado. Para tal efecto, se otorgará prioridad al desarrollo integral de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales y agroindustriales, así como también a la construcción de obras de infraestructura física y adecuación de tierras. De igual manera, el Estado promoverá la investigación y la transferencia de tecnología para la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario, con el propósito de incrementar la productividad.”

- “**Artículo 333.** La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, son autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.”

- **Resolución 2674 de 2013. Título II.** Condiciones básicas de higiene en la fabricación de alimentos. Por medio del cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012, por medio de la cual establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las 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

-**Ley 2069 de 2020 del 31 de diciembre de 2020.** Tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

Metodología

Este proyecto tiene un enfoque descriptivo – propositivo.

Se escogió el tipo de estudio cualitativo, investigación acción participativa (IAP) que consiste en investigar, indagar y hacer partícipe a la población para interactuar con ellos acerca de un tema específico mediante varios tipos de cuestionamiento que suministren la información necesaria para identificar y realizar correctivos sobre el desarrollo de un producto, con el fin de percibir la aceptación a partir de criterios de gustos y tendencia de una media población, los métodos de ayuda para la realización de esta metodología son preguntas abiertas, preguntas cerrada y encuestas nosotros para la documentación y la obtención de información veraz con fines de tabular y representar gráficamente nos ayudaremos de unas pequeñas encuestas anónimas donde se refleje la aceptación y los gustos, para la participación en el desarrollo y ejecución de un proyecto en la creación de una empresa de productos de panadería utilizando harina de auyama, ubicado en el municipio de Montería, departamento de Córdoba.

Para la recopilación de datos de este proyecto se realizó pequeñas encuestas a una población determinada en el municipio de Montería departamento de Córdoba, con el fin de que estas personas mostraran su aceptación o negación, a la idea que conlleva la satisfacción y compra de productos de panadería elaborados a partir de harina de auyama, dado el gran incremento de actividad gastronómica en el municipio y la tendencias de buscar alternativas que satisfaga la necesidad de consumir productos de panadería con un aporte nutricional más beneficioso que el del pan tradicional. Estos datos conducen a la aceptabilidad del proyecto. El procesamiento de estos datos será informatizado, puesto que se utilizó para dicha recopilación la hoja de cálculo Microsoft Excel.

Fuentes Primarias: Información oral o escrita que será recopilada a través de herramientas de encuesta (ver Anexo 1) efectuadas a una población o nicho del municipio de Montería departamento de Córdoba, haciendo registro en forma sistemática, de patrones conductuales de personas, en cuanto a la selección de alternativas de productos de panaderías con mayores aportes nutricionales.

Fuentes Secundarias: Información escrita que fue recopilada a través de consultas bibliográficas encontradas en la internet a través de libros, periódicos y otros materiales documentales, como trabajos de grado, entre otros.

En el presente proyecto se tomó sesenta y ocho (68) personas al azar con las siguientes características de la población:

Treintaicuatro (34) personas de entre 20 a 60 años de edad que en su hogar tenga cierto grado de decisión o se tenga en cuenta sus sugerencias a la hora de consumir o hacer la compra de alimentos

Otra población o muestra de treintaicuatro (34) personas entre 20 a 60 años de edad que les interesara el tema de hábitos de consumo de alimentos saludables y tuvieran cierto grado de decisión dentro de un hogar o familia con estratificación nivel tres a seis.

La determinación del tamaño de la muestra representativa se realizó utilizando la formula estadística de población finita, donde está definida de la siguiente manera:

$$n = \frac{(Z^2) \cdot [(p) \cdot (q) \cdot (N)]}{[(N) \cdot (e^2)] + [(Z^2) \cdot (p) \cdot (q)]} \quad (1)$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza 90% = (1,65)

N = población territorial

e = margen de error 10% = (0,1)

p = probabilidad de éxito 50% = 0.5

q = probabilidad de fracaso 50% = 0.5

Según calculo estimado por el DANE, la proyección poblacional para el año 2023 en la cabecera municipal exceptuando centros poblados y zonas rurales dispersas, es de 407.463 habitantes.

Reemplazando valores en la ecuación (1), tenemos:

$$n = \frac{(1.65^2) \cdot [(0.5) \cdot (0.5) \cdot (407463)]}{[(407463) \cdot (0.1^2)] + [(1.65^2) \cdot (0.5) \cdot (0.5)]} \quad (2)$$

$$n = \frac{(2,7) \cdot [101865,8]}{[4074,6] + [0,7]} \quad (3)$$

$$n = \frac{275037,7}{4075,3} \quad (4)$$

$$n = 67,5 \approx 68 \quad (5)$$

Por lo que a muestra significativa es de 68 personas encuestadas.

Resultados

Los resultados plasmados en esta investigación son procesados a través de la encuesta; siendo esta una herramienta muy importante para el desarrollo y recolección de información. Se graficaron mediante diagramas circulares con la ayuda de office Excel.

El 97% de los encuestados consideran viable la creación de una empresa que se dedique a la elaboración de productos de panadería elaborados a partir de harina de auyama, tal como lo muestra los datos de la tabla 6 y figura 6.

Por lo que este proyecto da una visión clara de la viabilidad que puede tener y generar múltiples proyectos enfatizados a la investigación y elaboración de múltiples productos de panadería a partir de la harina de auyama.

Se hace necesario realizar un estudio de métodos de estandarización de la elaboración y de tiempos de producción, así como de costos de panes que es un producto de alto consumo y de preferencia para los consumidores monterianos, pero a partir de la harina de auyama como alternativa nutricional, sin descuidar los aspectos sensoriales de sabor, apariencia, olor y textura, preponderante para la calidad organoléptica. Se debe implementar en la elaboración un mecanismo proporción metódica y variable de harina de trigo versus harina de auyama, junto con un panel de catadores entrenados, hasta llegar a la mejor opción estandarizada y empezar a costear los tiempos e insumos y materias primas empleadas.

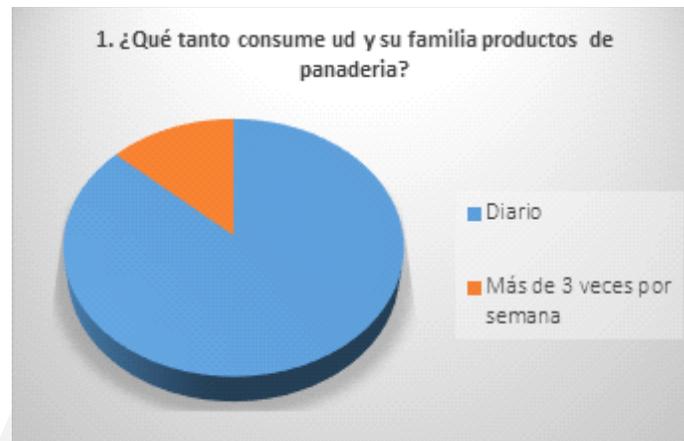
Ante la primera pregunta de la frecuencia del consumo de panadería el 87% de los encuestados lo consumen diario, y un 13% tiende a consumirlo casi que día por medio. El 100% consumen productos de panadería.

Tabla 1.
Frecuencia de consumo de productos de panadería

Respuesta	Conteo/Frecuencia	Porcentaje
Diario	59	87%
Más de 3 veces por semana	9	13%
Una vez a la semana	0	0%
Más de 4 veces al mes	0	0%
No consumo	0	0%

Fuente: Elaborado por los autores

Figura 1.
Resultados de la frecuencia de consumo de productos de panadería.



Fuente: Elaborado por los autores

La segunda pregunta encamina a la mayor preferencia del producto de panificación por parte del consumidor, la gran mayoría escogió el pan, representado en un 76%, el 15% prefiere galletas y un 9% prefiere las tortas, tal como se muestran en la tabla 2 y la figura 2.

Tabla 2.
Preferencia de consumo de productos de panadería

Respuesta	Conteo/Frecuencia	Porcentaje
Galletas	10	15%
Pan	52	76%
Tortas	6	9%

Fuente: Elaborado por los autores

Figura 3.

Resultados de los aspectos a tener en cuenta en el consumo de productos de panadería



Fuente: Elaborado por los autores

De igual forma se indaga acerca del grado de aceptabilidad de una alternativa al producto de preferencia con características de alto valores nutricionales sin perder los aspectos tenidos en cuenta en la compra y consumo del producto de panificación.

Los resultados tienden a la aceptabilidad entre los consumidores, ninguno de los encuestados responde negativamente, ya que el 69% de los encuestados responden que lo aceptarían muy probablemente y el 31% sería probable.

Los resultados se detallan y especifican en la tabla 4 y figura 4

Tabla 4

Grado de aceptabilidad en una alternativa saludable

Respuesta	Conteo/Frecuencia	Porcentaje
No probablemente	0	0%
Es probable	21	31%
Muy probablemente	47	69%

Fuente: Elaborado por los autores

Figura 4.

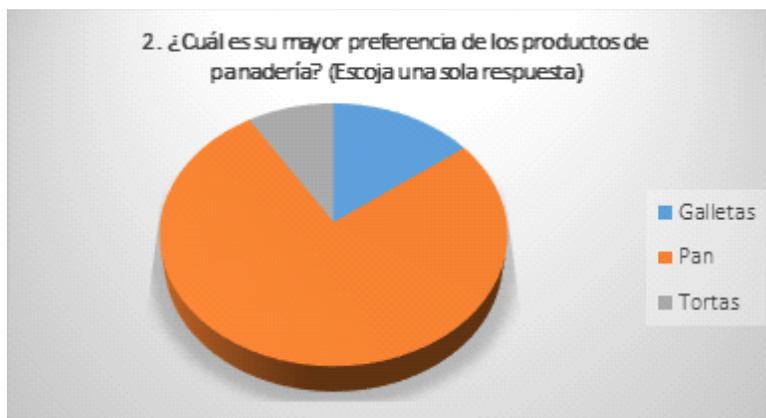
Resultados del grado de aceptabilidad en una alternativa saludable de productos de panadería



Fuente: Elaborado por los autores

Figura 2.

Resultados de la Preferencia de consumo de productos de panadería



Fuente: Elaborado por los autores

También se indaga los encuestados que aspectos era importante para ellos frente a cualidades sensoriales (como el sabor y atractivo visual) y la parte nutricional (un producto saludable), más del 50% se dejan llevar solo por la calidad organoléptica del producto, el 7% se dejan atraer por la parte saludable o nutricional, pareciera que en su mayoría los consumidores no importarle la parte nutricional, pero dejando la opción de elegir el producto de preferencia que abarquen cualidades de sabor y salud el 41% lo tiene en cuenta, es decir que un 48% de los encuestados si les importa la parte nutricional. Este comportamiento se demuestra en la figura 3 y la tabla 3 a continuación.

Tabla 3

Aspectos a tener en cuenta en el consumo de productos de panadería

Respuesta	Conteo/Frecuencia	Porcentaje
Sabor y apariencia	35	51%
Nutricionalmente saludable	5	7%
Ambos aspectos	28	41%
Ningún aspecto	0	0%

Fuente: Elaborado por los autores

Asimismo, se consulta con los niveles de aceptación de probable y muy probablemente, de que la alternativa fuese elaborada con harina de auyama, aceptarían el producto.

La aceptación entre los consumidores es del 100%, lo que daría viabilidad a proyectos de elaboración de productos específicos a partir de la harina de auyama para panificación, como alternativa nutricional y saludable.

Los resultados se puntualizan y especifican en la tabla 5 y figura 5

Tabla 5

Grado de aceptabilidad a productos de panadería a partir de la harina de auyama

Respuesta	Conteo/Frecuencia	Porcentaje
No	0	0%
Si	68	100%

Fuente:

Figura 5

Resultados del grado de aceptabilidad a productos de panadería a partir de la harina de auyama.



Fuente: Elaborado por los autores

Tabla 6

Viabilidad percibida por parte de consumidores en la creación de una empresa de productos de panadería a partir de la harina de auyama

Respuesta	Conteo/Frecuencia	Porcentaje
No	2	3%
Si	66	97%

Fuente: Elaborado por los autores

Figura 6

Resultados del grado de Viabilidad percibida por parte de consumidores en la creación de una empresa de productos de panadería a partir de la harina de auyama



Fuente: Elaborado por los autores

Planificación y diseño de la propuesta

Se realiza una revisión bibliográfica de los estudios de la obtención, valores bromatológicos y nutricionales, elaboración de productos alimentarios de consumo humano, producción nacional y local, de la harina de auyama.

Se identifica el producto de panificación más consumido y a partir de allí se logra establecer el producto alternativo a base de harina de auyama más aceptable para el mercado objetivo. Se establece un esquema de elaboración un producto de panadería preferente para los consumidores, utilizando harina de auyama como alternativa de mayor calidad nutricional.

Se proyecta y realizan el análisis financiero para la creación de una empresa de productos de panadería utilizando harina de auyama, incluyendo la geolocalización para el desarrollo de la propuesta. Luego la búsqueda de capital financiero se presentará ante asociaciones, cooperativas de productores, entidades del Estado o privadas que den impulso al emprendimiento o en su defecto se capitalizará el proyecto en ejecución a través de créditos bancarios a través de los ejecutores y presentadores del vigente proyecto.

Las competencias más directas son las grandes panificadoras locales como Sancho Pan, Produpan, Gary, entre otros, aunque no ofrecen alternativas saludables, pero su precio comercial hace que sus productos sean asequibles. Dentro del mercado nacional tenemos la internacional Bimbo con su línea saludable Vital, pero por ser un producto con sabores marcados en los conservantes y su alto precio, no presenta la misma calidad del producto a proponer.

Tabla 6

Viabilidad percibida por parte de consumidores en la creación de una empresa de productos de panadería a partir de la harina de auyama

Respuesta	Conteo/Frecuencia	Porcentaje
No	2	3%
Si	66	97%

Fuente: Elaborado por los autores

Figura 6

Resultados del grado de Viabilidad percibida por parte de consumidores en la creación de una empresa de productos de panadería a partir de la harina de auyama



Fuente: Elaborado por los autores

Planificación y diseño de la propuesta

Se realiza una revisión bibliográfica de los estudios de la obtención, valores bromatológicos y nutricionales, elaboración de productos alimentarios de consumo humano, producción nacional y local, de la harina de auyama.

Se identifica el producto de panificación más consumido y a partir de allí se logra establecer el producto alternativo a base de harina de auyama más aceptable para el mercado objetivo. Se establece un esquema de elaboración un producto de panadería preferente para los consumidores, utilizando harina de auyama como alternativa de mayor calidad nutricional.

Se proyecta y realizan el análisis financiero para la creación de una empresa de productos de panadería utilizando harina de auyama, incluyendo la geolocalización para el desarrollo de la propuesta. Luego la búsqueda de capital financiero se presentará ante asociaciones, cooperativas de productores, entidades del Estado o privadas que den impulso al emprendimiento o en su defecto se capitalizará el proyecto en ejecución a través de créditos bancarios a través de los ejecutores y presentadores del vigente proyecto.

Las competencias más directas son las grandes panificadoras locales como Sancho Pan, Produpan, Gary, entre otros, aunque no ofrecen alternativas saludables, pero su precio comercial hace que sus productos sean asequibles. Dentro del mercado nacional tenemos la internacional Bimbo con su línea saludable Vital, pero por ser un producto con sabores marcados en los conservantes y su alto precio, no presenta la misma calidad del producto a proponer.

Dentro de la estrategia de ventas esta la sensibilización al consumo saludable y el apoyo a nuestro campesino en un producto local, contribuyendo al desarrollo económico de todos los aliados, se usarán redes sociales, pagina web, jingles comerciales, posters publicitarios, promociones de ventas en días especiales y comerciales y festividades (día de la madre, de la secretaria, navidad, amor y amistad, etc), siempre enfocados en la satisfacción y fidelización de nuestros clientes, por consiguiente, cuidaremos cada interacción y cada experiencia que tengamos con el consumidor y cliente.

Contar con el personal adecuadamente entrenado en el servicio al cliente, tanto presencial como telefónica y virtualmente (redes sociales). Mantenernos en contacto con el gremio de Panaderos de la ciudad con el fin de establecer vínculos y estrategias que repercutan en la expansión del mismo y lograr mejor posicionamiento de nuestros productos.

Contar con una red de proveedores que nos suministren la mejor materia prima, insumos y equipos que nos garantice la elaboración del mejor producto del mercado.

Mantener un equilibrio entre los costos de producción, precio de venta y utilidad que nos permita sostenibilidad y rentabilidad del negocio.

La panadería estará ubicada en el sector de Alamedas de la ciudad de Montería, capital del departamento de Córdoba, con coordenadas 8.45°N y 7.53°O, contaremos con un chef Panadero quien se encargará de la producción de los productos y elaboración de la carta; una cajera y una persona encargada de las ventas.

La planta contara con las condiciones sanitarias que establece la Resolución 2674/2013 para la adecuación y condiciones físicas de una empresa de alimentos, sin que exista contraflujos de procesos en su línea de producción.

Dentro del portafolio de servicio, está la atención y puesta de productos de panificación autóctonos para eventos sociales y empresariales o familiares, asesoría al gremio de panaderos en elaboración de productos de panificación saludables a partir de la harina de auyama u otros frutos o vegetales. El proceso de la elaboración de producto a partir de la harina de auyama está representado de la siguiente manera:

Figura 7

Flujograma de elaboración de productos de panadería a partir de la harina de auyama



Fuente: Elaborado por los autores

Nuestra Panadería se llamará *Panauy*, nombre corto, derivado de las palabras “pan” y “auyama”, fotográficamente memorable, fonéticamente de fácil pronunciación; el eslogan comercial es; “*Healthy Bread*”, traducido al español es “Pan Saludable”, se decide colocarlo en inglés para captar la atención de las nuevas generaciones encaminadas al plurilingüismo y con un mensaje que declara los beneficios del consumo de los productos de la empresa.

El logotipo de Panauy, tal como se muestra en la figura 8, comprende todos los temas que envuelven el proyecto, en uno de los extremos se encuentra hojas de la materia prima a resaltar: la auyama; a la vez los colores verdes de las hojas transmiten la sensación de seguridad y salud en el producto; en el otro extremo la espiga de trigo que hace recordar los procesos tradicionales de panificación y su color dorado para transmitir exclusividad y glamur. En el centro del logo las palabras principales Panauy en color marrón para transmitir tradición y apoyo al campesino con los productos de la tierra; encima un gorro característico del arte de la panadería. El eslogan en color rojo se determina para incitar la necesidad de consumir el producto.

Figura 8

Logotipo de la empresa Panauy, dedicada a la elaboración de productos de panadería a partir de la harina de auyama



Fuente: Elaborado por los autores

La Visión es lograr ser una panadería reconocida a partir del primer año en marcha, por la calidad e innovación de los productos ofrecidos a nuestros clientes actuales y potenciales.

La Misión nuestra es elaborar productos de panadería con materia prima de buena calidad que nos permita ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia de servicio.

Dentro de nuestros valores corporativos tenemos: Responsabilidad: laboramos con seriedad en trascendencia a los compromisos y deberes adquiridos con nuestros aliados y consumidores; Honestidad: defendemos la credibilidad en base a la transparencia de todos nuestros procesos; Trabajo en equipo: amamos nuestra labor, somos trabajadores de alma, apoyándonos buscamos cumplir los objetivos organizacionales.

Nuestra política de calidad es fomentar la fabricación de productos que cumplan con los requisitos sanitarios, legales y normativos, tanto de calidad como de inocuidad

El recurso humano es calificado y certificable, lo que da profesionalismo a los procesos, como cabeza está el líder comercial, un profesional o chef en pastelería que logra manejar costos y finanzas en el proyecto y dos operarios con conocimientos certificables en línea de panificación.

El establecimiento contará con su programa de saneamiento básico; el programa de control de plagas, programa de limpieza y desinfección, programa de residuos sólidos y el programa de agua potable. Además, contaremos con la implementación de los POES (Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento), complementando con los formatos y registros necesarios que demuestren la aplicación de la inocuidad y la higienización en todos los procesos.

Toda actividad económica en el que se desarrollen bienes de consumo, generan impactos ambientales con las actividades del día a día, y uno de los impactos más visibles y controlables, es la generación de residuos.

Por eso se hace necesario durante la ejecución del desarrollo y puesta en marcha del proyecto, implementar un plan integral de manejo de residuos, donde se desarrollarán política empresarial ambiental, el manejo de agentes de limpieza y desinfección de baja residualidad tóxica, ahorro de agua y energía eléctrica, no uso de papel impreso para fines contables, control de generación y disposición de la fuente,

Dentro de la política ambiental se impulsaría hacia el concepto de producción limpia, donde dicha estrategia del orden de gestión productiva y ambiental, permite incrementar la eficiencia y la productividad de las empresas y reducir costos, minimiza riesgos para la población humana y el medio ambiente.

Bibliografía

Borda, E. (2018). *Estudio de factibilidad para la elaboración de pan vegetal de auyama como producto innovador y promotor de la empresa Riverpan en el barrio San Gorge de Bogotá D.C.* Trabajo de grado. Bogotá. Universidad Cooperativa de Colombia.

Cevallos, C., Salazar, J., Romero E., Cardenas N., Avalos, M. (2018). *Obtención de harina de zapallo (cucurbita máxima), para la aplicación en la elaboración de pan de dulce.* Revista Caribeña de Ciencias Sociales (agosto 2018).

Fuenmayor, T., Zambrano, W. (2022). *Efectos de la harina de auyama como sustituto parcial de la harina de trigo en un alimento tipo masa refrigerada.* San Carlos (Venezuela). Revista Científica Mangifera.

Guevara, B., Londoño L., Ortiz S., Valdes M. (2022). *Prototipo de alimento deshidratado con base en harina de auyama enriquecido con fuentes proteicas no convencionales.* Cali. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Obregon, P. (2018). *Propuesta de elaboración de una harina a base de semilla de calabaza (Cucurbita máxima) para su aplicación en panificación.* Guayaquil. Trabajo de grado. Facultad de Ingeniería Química. Universidad de Guayaquil.

Praderes, G. (2009). *Desarrollo de un producto nutricional dirigido al adulto mayor a partir de harina de auyama (Cucurbita máxima).* Caracas. Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico. Universidad Central de Venezuela.

Ruiz, J. (2019). *Efecto del secado sobre las propiedades fisicoquímicas, funcionales y tecnofuncionales de la harina de semilla de auyama.* Trabajo de Grado. Sincelejo. Universidad de Sucre.

Toro, J. (2021). *Desarrollo de Pan a base de mezclas prediseñadas con harina de trigo y harina de ahuyama (Cucurbita moschata Duchense) con alto contenido de carotenoides.* Medellín. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Desarrollo De Una Michelada Innovadora Para Disfrutar En El Hogar: Calidad, Sabor Y Sostenibilidad

**Argel Ricardo, Adriana A.
Gómez Rodríguez, Antonio E.
Gómez Cañaveras, Isabella.
Cochéz Santana, Juan D.**

Resumen

El proyecto "Micheloca" busca ofrecer a los hogares una opción segura al desarrollar una bebida Michelada competitiva, ya sea con o sin alcohol, enfocándose en ingredientes orgánicos y frutas frescas de temporada. La entrega a domicilio de micheladas en diversos sabores se presenta como una alternativa segura y económica que refleja la actual desconfianza en las interacciones sociales masivas derivada del periodo de pandemia. Continuamente, el objetivo del trabajo fue establecer una presencia competitiva en el mercado de las bebidas Micheladas; para ello se empleó un enfoque de investigación cuantitativa, teniendo en cuenta una población de 5000 estudiantes, en tanto, con un margen de error del 10%, la muestra estuvo conformada por 67 participantes a los cuales se les aplicó una encuesta estructurada dirigida a evaluar el nivel de aceptación de las micheladas artesanales. Se destacaron los siguientes resultados: la mayoría de los participantes consumen cerveza 1 vez al mes, frecuentan bares y restaurantes para su consumo, usualmente son atraídos por publicidad y al momento de la compra se interesan por el precio. Finalmente se concluyó que las bebidas micheladas tienen una aceptación positiva.

Palabras clave: bebidas, micheladas, ingredientes orgánicos.

Abstract

The "Micheloca" project seeks to offer households a safe option by developing a competitive Michelada drink, either with or without alcohol, focusing on organic ingredients and fresh seasonal fruits. Home delivery of micheladas in various flavors is presented as a safe and economical alternative that reflects the current distrust in massive social interactions derived from the pandemic period. Continuously, the objective of the work was to establish a competitive presence in the Michelada drinks market; For this purpose, a quantitative research approach was used, taking into account a population of 5000 students, while, with a margin of error of 10%, the sample was made up of 67 participants to whom a structured survey was applied aimed at evaluating the level of acceptance of artisanal micheladas. The following results were highlighted: the majority of participants consume beer once a month, they frequent bars and restaurants for their consumption, they are usually Attracted by advertising and at the time of purchase they are interested in the price. Finally, it was concluded that michelada drinks have a positive acceptance.

Keywords: drinks, micheladas, organic ingredients.

Introducción

En el mundo contemporáneo, la preocupación por la salud y el bienestar ha llevado a un cambio significativo en los patrones de consumo y en la forma en que abordamos la alimentación y las bebidas. Las tendencias actuales apuntan hacia un mayor énfasis en la elección de productos naturales, sostenibles y orgánicos, que no solo satisfagan nuestro paladar, sino que también sean amigables con el medio ambiente y beneficiosos para el cuerpo.

La michelada, originaria de México, ha evolucionado a lo largo de los años para convertirse en una bebida icónica apreciada en todo el mundo. Su singular mezcla de cerveza, jugo de limón, salsa picante y otros ingredientes especiales le confiere un sabor inconfundible y la capacidad de refrescar el paladar en climas cálidos, convirtiéndola en una favorita en las cantinas, bares y restaurantes de México.

La presente investigación busca resaltar los beneficios que las micheladas orgánicas pueden aportar tanto a los consumidores como a la sostenibilidad del planeta, tanto en Colombia como en todo el mundo. Además, se abordarán los desafíos y las oportunidades que enfrenta la industria de

las bebidas orgánicas en Colombia, así como el papel de la innovación y la tecnología en la producción de micheladas más saludables y respetuosas con el medio ambiente. En un momento en que nuestras elecciones de consumo tienen un impacto significativo en el mundo que nos rodea, las micheladas orgánicas representan una opción que fusiona el placer del paladar con la responsabilidad con el entorno, marcando un nuevo capítulo en la evolución de esta bebida emblemática en México y Colombia.

En concordancia a lo expuesto, el proyecto 'Micheloca' surgido en el contexto post-COVID-19, busca proporcionar a los hogares una opción segura y cómoda al desarrollar una bebida Michelada competitiva, ya sea con o sin alcohol, destacándose por su enfoque en ingredientes orgánicos y frutas frescas de temporada. Este proyecto, se alinea con la conciencia creciente sobre la salud y el impacto ambiental, proporcionando una opción orgánica que fomenta la innovación en ventas virtuales y promueve el distanciamiento social responsable.

Es así como, el trabajo se desarrolla bajo un objetivo general “Establecer una presencia competitiva en el mercado de las bebidas Micheladas mediante la creación de un producto innovador”, el cual se alcanza con el cumplimiento de tres objetivos específicos: Realizar un estudio detallado del mercado para entender lo que quieren los consumidores, desarrollar una Michelada que tenga un sabor único y esté hecha con ingredientes orgánicos de alta calidad, y probar la nueva Michelada con consumidores, conocer si les gusta y el impacto en la sociedad y el medio ambiente.

Marco Referencial

Estado Del Arte

Se tuvieron como base diferentes investigaciones, de las cuales destacan, entre otros, los resultados siguientes:

Aguilar, Rodríguez y Pereira (2021) acerca de la empresa “Guayakí” indica que el control del proceso de cultivo y asegurar la calidad de la materia prima es parte primordial de su oferta de valor.

Sabrás (2018), en un estudio en con población chilena reflejó que la satisfacción con los productos está relacionada con el nivel de intención de compra que se tenga y los beneficios a la salud.

Cardozo (2016) identificó que en Colombia la tendencia mundial de consumo de alimentos orgánicos es aún incipiente, significando esto una oportunidad de gran potencial para el desarrollo y ampliación de los sistemas de producción orgánicos.

Asimismo, se tuvieron en cuenta trabajos de investigación de autores como: Vilca Mancha y Zevallos Huamantuna (2019); Quispe Luque, Buendía Señá y Arroyo Arias (2014); Garzón Gutiérrez & Vargas Gil (2020).

Marco Conceptual

Michelada. una bebida alcohólica que combina cerveza con ingredientes como jugo de limón, salsa picante y otros condimentos, tradicionalmente consumida en América Latina.

Orgánico. relacionado con la producción de alimentos y bebidas sin el uso de pesticidas ni fertilizantes químicos, y con un enfoque en prácticas agrícolas sostenibles

Análisis De Mercado. un estudio que investiga las condiciones actuales y las oportunidades en el mercado, incluyendo datos demográficos, geográficos y socioculturales. Además, son parte esencial conceptos como: tendencias de consumo, innovación en productos, calidad del producto,

sostenibilidad, seguridad alimentaria, pruebas de degustación, consumidor, comportamiento del consumidor, envases respetuosos con el medio ambiente, pandemia por COVID 19, etc.

Metodología

Enfoque de investigación El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque de investigación cuantitativo, y se llevó a cabo mediante el uso de encuestas, lo que permitió obtener datos medibles y cuantificables sobre la aceptación de las Micheladas orgánicas.

Población y muestra En cuanto a los participantes, la población estuvo compuesta por 5000 estudiantes mayores de 18 años, en tanto, con el propósito de hallar el tamaño de la muestra para una población finita y obtener un 90% de confianza se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(N \cdot e^2) + (z^2 \cdot p \cdot q)}$$

Donde:

n = Muestra

□ N = Población = 5000 estudiantes

□ z = Nivel de aceptación = 1.65

□ p = Probabilidad a favor = 50%

□ q = Probabilidad en contra = 50%

e = Margen de error = 10%

De tal forma, reemplazando los datos se obtuvo lo siguiente:

$$n = \frac{5000 \cdot 1.65^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(5000 \cdot 0.1^2) + (1.65^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5)} = 67$$

Así, se indicó una muestra representativa de 67 estudiantes jóvenes y adultos mayores de 18 años.

Instrumentos

Se elaboró una encuesta estructurada, compuesta por 5 preguntas específicas con el propósito de evaluar el nivel de aceptación de las micheladas artesanales entre la población joven y adulta.

A continuación, se detallan las cuestiones seleccionadas para la recolección de datos de la muestra:

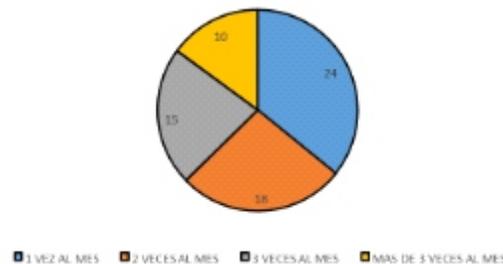
1. ¿Con que frecuencia consume usted cerveza?
2. ¿En qué lugar frecuentemente compra usted cerveza o micheladas?
3. ¿Qué influye más en usted al momento de comprar una michelada?
4. ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar una michelada?
5. ¿Sabe qué es una michelada?

Resultados

Se destacan los siguientes resultados:

Figura 1.

Frecuencia De Consumo De Cerveza.

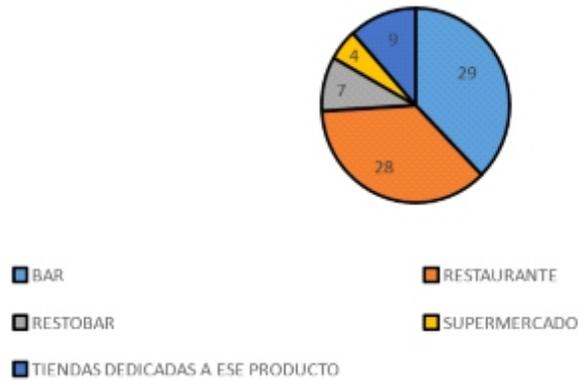


Fuente: Elaborado por los autores

Tras analizar los resultados de la primera pregunta (ver Fig. 1), se observa que la mayoría de los encuestados (aproximadamente el 36%) indicaron que solo consumen cerveza una vez al mes. Esto sugiere que la frecuencia para el consumo de cerveza seguida por este grupo encuestado no es de manera regular.

Por otro lado, una minoría de los participantes manifestó consumir cerveza más de 3 veces por mes. Este hallazgo resalta la presencia de un segmento de la población encuestada que ha optado por ingerir este tipo bebidas alcohólicas con menos restricción.

Figura 2.
Frecuencia De Compra De Cerveza Y Micheladas.

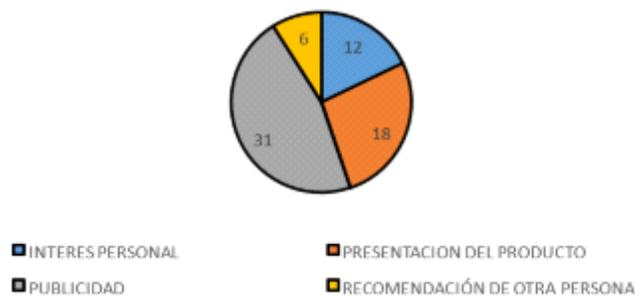


Fuente: Elaborado por los autores

Los resultados de la segunda pregunta (ver Fig. 2) indican que el 43% frecuentan los bares como lugar de compra de cerveza o michelada. Un 42% frecuenta los restaurantes ya sea por comodidad o por gusto. Estos hallazgos sugieren una aceptación general de las cervezas micheladas entre aquellos que los han probado y frecuentan este tipo de lugares.

Figura 3.
Influencia Al Momento De Comprar Una Michelada.

INFLUENCIA AL MOMENTO DE COMPRAR UNA MICHELADA



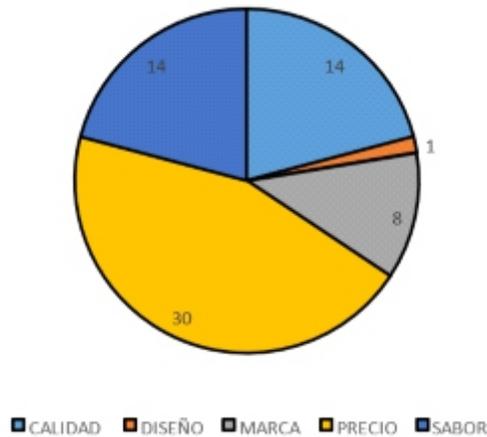
Fuente: Elaborado por los autores

Los resultados de la tercera pregunta (ver Fig. 3) donde se consulta que influye más al momento de comprar una michelada revela que un 46% expresaron que la publicidad fue el medio por el cual fueron atraídos para hacer la compra de dicho producto.

Por otro lado, un 9% indican que fueron recomendados atraídos por recomendación personal de alguien más. De este hallazgo podemos resaltar la importancia de la publicidad en este ámbito para mejorar continuamente la calidad y aceptación de los productos.

Figura 4.

¿Qué toma en cuenta para comprar una michelada?

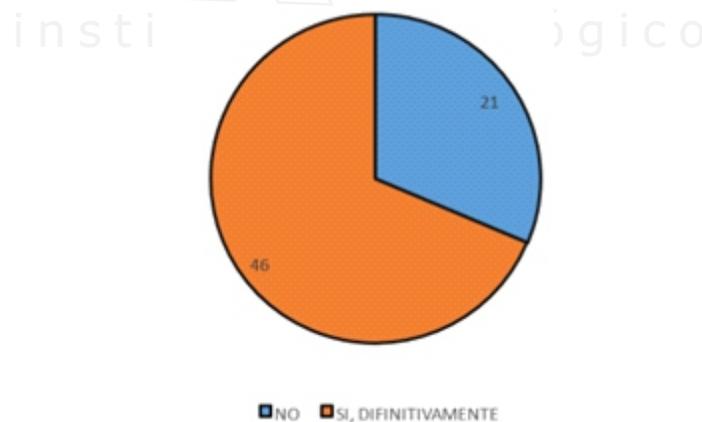


Fuente: Elaborado por los autores

El análisis de los resultados de la cuarta pregunta (ver Fig. 4), que indaga sobre la disposición de los clientes al comprar una michelada muestra una tendencia mucho más alta hacia el precio del producto antes que su sabor o calidad. Un 44% de la población encuestada expresó que al momento de comprar una michelada lo que ven primero y más le llama su atención es el precio por pagar. Un 12% indicó que al momento de su compra solo les interesa la marca, lo cual destaca un segmento de la población que prioriza el márketing y el nombre sobre la calidad y el precio.

Figura 5.

¿Sabe qué es una michelada?



Fuente: Elaborado por los autores

El análisis de los resultados de la quinta pregunta (ver Fig. 5), donde se consultó si sabían o no que es una michelada, revela que un 68% expresaron que sí conocen que es una michelada. Esto sugiere una recepción positiva hacia las micheladas en la muestra encuestada. Por otro lado, un 31% indicó que no sabían que eran las micheladas. Las razones detrás de esta respuesta pueden variar, desde no saber el significado o de jamás haber probado una ya sea por motivos personales o de edad.

Conclusiones

Se concluye que las micheladas tienen una aceptación positiva, especialmente entre aquellos que ya las conocen y frecuentan lugares como bares y restaurantes. Sin embargo, existe un segmento de la población menos familiarizado con el producto, lo que sugiere oportunidades de expansión y educación sobre las micheladas. Además, la frecuencia de consumo varía, con una parte significativa de encuestados que consumen cerveza y micheladas solo ocasionalmente. Estratégicamente, se destaca la importancia de la publicidad en la decisión de compra, subrayando la necesidad de campañas efectivas para mejorar la calidad y aceptación del producto. En términos de posicionamiento, se sugiere enfocarse en destacar la relación calidad-precio para atraer a aquellos que priorizan el costo. Además, considerando el alto consumo de bebidas alcohólicas en la ciudad, se podría explorar la introducción de variantes de micheladas para adaptarse a diferentes preferencias y aumentar la versatilidad del producto. En conjunto, el presente trabajo proporciona una visión integral del comportamiento del consumidor de micheladas, brindando oportunidades para estrategias de marketing más efectivas y el desarrollo de productos que se alineen con las preferencias del mercado. Adicionalmente, se puede indicar que estos resultados ofrecen perspectivas valiosas para la industria de bebidas, señalando la importancia de la adaptación constante a las cambiantes preferencias del consumidor y el énfasis en conexiones auténticas en un mercado dinámico.

Propuesta De Mejoramiento

Tras analizar positivamente los resultados de la encuesta, se sugiere diversificar sabores y establecer alianzas estratégicas con bares y restaurantes para posicionar las micheladas orgánicas. La implementación de campañas publicitarias educativas, enfocadas en resaltar beneficios saludables, junto con una presencia digital sólida, puede abordar el segmento menos familiarizado. Mejorar la experiencia del consumidor mediante sistemas de retroalimentación y eventos de degustación fortalecerá la conexión con los clientes. En el ámbito técnico, se propone optimizar procesos y explorar nuevos ingredientes orgánicos locales. A nivel administrativo, gestionar inventarios eficientemente y capacitar al personal son aspectos clave para garantizar el éxito continuo en el mercado.

Estrategias de posicionamiento en el mercado.

1. *Eventos temáticos en bares y restaurantes:* organizar eventos temáticos en colaboración con bares y restaurantes locales, donde se destaquen las micheladas orgánicas como una opción única y saludable. Incluir catas, promociones y experiencias interactivas para atraer a nuevos consumidores.

2. *Patrocinios de eventos locales:* convertirse en patrocinador de eventos locales, festivales o actividades deportivas. Esto no solo aumentará la visibilidad de las micheladas orgánicas, sino que también mostrará un compromiso con la comunidad.

3. *Programas de lealtad y descuentos:* implementar programas de lealtad para incentivar la repetición de compra. Ofrecer descuentos y promociones especiales para clientes frecuentes o en días específicos de la semana.

4. *Degustaciones y muestras gratuitas:* realizar eventos de degustación en puntos estratégicos de la ciudad. Permitir que los consumidores prueben las micheladas orgánicas de forma gratuita puede generar interés y asegurar una experiencia directa con el producto.

5. *Participación en ferias y mercados orgánicos:* estar presente en ferias y mercados locales centrados en productos orgánicos. Refuerza la asociación del producto con la calidad orgánica y permite interactuar con consumidores preocupados por la salud y el medio ambiente.

Discusión

La siguiente discusión se desarrolla enfatizando en cada uno de los datos relevantes hallados en los resultados, estableciendo conexiones y diferencias con relación a estudios llevados anteriormente en poblaciones similares y diferentes, lo cual enriquece el proceso investigativo y permite comparar y limitar el análisis de los consumidores.

Acerca de la frecuencia del consumo de cerveza, en los resultados del presente estudio se halló que la población en su mayoría consume cerveza de forma esporádica, lo cual se puede relacionar de forma independiente con factores como la moderación en el consumo, preferencias

personales, o consideraciones relacionadas con la salud; lo expuesto aquí se contraria totalmente con lo expuesto por Flores (2015) en su estudio, donde indica de forma general que en países como España y Alemania se ha mantenido una larga tradición de aprecio por la cerveza, con cifras de consumo que destacan su arraigo cultural y su papel en eventos sociales.

Por otra parte, se encontró que la población prefiere consumir cerveza en estancias como bares o restaurantes, este hallazgo refuerza la idea de que el consumo de cerveza no solo se trata de la bebida en sí, sino de la experiencia social asociada. Este dato se asemeja a un estudio de mercado realizado en Bogotá con relación a las micro cervecerías de cerveza artesanal, en el cual se refleja que bares, restaurantes y supermercados tienen un alto índice de distribución y venta de cerveza artesanal, pues la población menciona que son lugares de fácil adquisición del producto.

Continuamente, se señala la importancia de la publicidad como principal medio en la venta y consumo de cerveza, respecto al tema, Burghardt (2020), refiere la importancia de la publicidad y que en la actualidad es relevante que se acompañe de “storytelling”, ya que esto otorga empatía a la publicidad e infunde humanidad al mensaje, promoviendo una conexión auténtica. Es de destacar que la audiencia actual no busca publicidad convencional; más bien, anhela sumergirse en una historia y experimentar sensaciones, buscando una experiencia en lugar de un simple mensaje publicitario.

Lo anterior sugiere que las marcas de cerveza y en particular los empresarios adjuntos al negocio de las micheladas deben ir más allá de simplemente destacar las características del producto y, en su lugar, contar historias que resuenen con la audiencia, creando conexiones emocionales más profundas.

Por otro lado, los resultados de la encuesta resaltan una tendencia donde la población muestra una marcada sensibilidad al precio al considerar la compra de micheladas. Duran, Ruiz y Vanegas (2017), coinciden con este estudio en la priorización del aspecto económico, por tanto, se puede decir que, en el mercado colombiano, el factor precio desempeña un papel central.

Esta preferencia podría reflejar no solo consideraciones financieras, sino también la búsqueda de opciones asequibles y accesibles en el mercado de bebidas como las micheladas, subrayando la importancia de estrategias de precios competitivas para atraer y retener a los consumidores en este segmento específico.

Este estudio ha proporcionado una visión profunda y contextualizada de los hábitos de consumo de cerveza y micheladas en la población analizada. La comparación con investigaciones anteriores ha permitido identificar tanto convergencias como divergencias en los patrones de consumo, enriqueciendo nuestro entendimiento de las preferencias del consumidor. La frecuencia esporádica en el consumo de cerveza contrasta con las tradiciones arraigadas en otros contextos culturales, resaltando la diversidad en las prácticas de consumo.

Estudio Técnico

Diversificación de sabores: introducir variedades de micheladas con sabores innovadores y basados en frutas orgánicas de temporada para atraer a diferentes gustos y preferencias.

Certificación orgánica: obtener certificaciones que respalden la calidad orgánica del producto, fortaleciendo la confianza del consumidor en su elección.

Aspecto Administrativo

Gestión de precios competitivos: ajustar estratégicamente los precios para ser competitivos en el mercado, considerando la percepción del valor orgánico.

Monitoreo de comentarios: implementar un sistema de retroalimentación para recopilar opiniones de los consumidores y ajustar la calidad del producto según sus preferencias.

Elaboración Del Producto

El proceso de elaboración de las micheladas orgánicas se presenta como una experiencia culinaria que no solo deleitará el paladar, sino que también abraza la simplicidad y la sostenibilidad ambiental.

Con ingredientes naturales y prácticas respetuosas con la naturaleza, la elaboración de estas micheladas se convierte en una expresión de la conexión armoniosa entre el placer sensorial y el cuidado consciente de nuestro entorno.

¡Bienvenido a la cocina de las micheladas orgánicas, donde la simplicidad y la sostenibilidad se encuentran para ofrecer un deleite excepcional!

Esencia naturales o sirop.

Utilizamos frutas orgánicas como la mora, fresa y maracuyá. Estas frutas fueron pasadas por un proceso de cocción de 20 minutos reduciendo un poco su extracto para obtener un sabor más fuerte, utilizamos de cada fruta 250 gramos, 120ml de agua y 100 gramos de azúcar (*Ver Anexo*

1).

Ingredientes.

En la creación de las micheladas orgánicas, la elección de ingredientes de alta calidad es esencial para garantizar una experiencia culinaria excepcional. Cada componente ha sido seleccionado con cuidado y atención para realzar los sabores, proporcionar beneficios nutricionales y mantener nuestro compromiso con la sostenibilidad.

A continuación, se presentan los ingredientes para la creación de 1 michelada tradicional en cerveza:

- 1 lata o botella de 350 ml (12 oz) de
- cerveza Corona u otra cerveza rubia.
- Jugo de 1 limón.
- Sal para el borde o tajín (puedes usar cualquier tipo de sal gruesa).
- 1 pizca de sal en el fondo.

Asimismo, se presentan los ingredientes para la creación de 1 michelada saborizada en soda:

- 350 ml (12 oz) de una soda.
- Jugo de 1 limón.
- 2oz de jugo o sirope natural.
- 1 pizca de pimienta Negra.
- Sal.

Proceso de elaboración. A continuación, se detalla el proceso de elaboración de 1 michelada tradicional en cerveza:

1. Cortamos un limón a la mitad.
2. Pasa una mitad del limón por el borde de la copa.
3. Coloca el borde de la copa en un recipiente con sal. Presiona el borde en la sal suavemente, pero con firmeza, dándole vuelta para que la sal se acumule en el borde. Trata de hacerlo de la manera más uniforme posible para lograr una buena presentación de la bebida.
4. Coloca ambas mitades del limón en un exprimidor de mano y exprime el jugo sobre el hielo. Si no tienes un exprimidor, hazlo con la mano y exprímelas lo más que puedas sobre el hielo; ten cuidado con las semillas.
5. Vierte el zumo de limón para aportar la acidez que caracteriza una michelada.
6. Vierte la cerveza en la copa jugo de limón.
7. Revuélvela bien con una cuchara larga. Si no lo haces tendrás un sorbo de cerveza o soda. ¡Nada agradable!

8. Una vez preparada, disfruta tu michelada. Ajusta la sal y ácido según tu preferencia personal. A continuación, se detalla el proceso de elaboración de 1 michelada saborizada en soda:

- Humedece el borde del vaso con el limón.
- Coloca sal en un plato y sumerge el borde del vaso en la sal, creando una capa de sal en el borde.
- En el vaso preparado, exprime el jugo de limón.
- Incorpora la pizca de sal.
- Vierte el zumo de la fruta orgánica de tu elección (puedes elegir entre corozo, mora, fresa, mango, maracuyá) para aportar un toque fresco y natural.
- Remueve los ingredientes en el vaso para asegurar una mezcla uniforme de sabores.
- Vierte lentamente la soda en el vaso para evitar que se forme demasiada espuma.
- Puedes decorar con una rodaja de limón en el borde del vaso o agregar hielo al gusto.
- Una vez preparada, disfruta tu michelada de soda saborizada.

Presentación final del producto

Aspectos financieros

En esta sección, se abordarán los aspectos financieros que fueron esenciales para la ejecución y sostenibilidad **Costos**

Tabla 1: Costo de producción.

Ingrediente/Servicio	Unid. De medida	Cant. Unid. De medida	Valor Unid. De medida	Aprovechamiento	Cantidad utilizable	Costo cantidad utilizable
CERVEZA	GRAMOS	350	\$ 4.550,00	100,0%	350	\$ 4.550,00
LIMON	GRAMOS	350	\$ 3.200,00	0,1%	0,35	\$ 3,20
SAL	GRAMOS	500	\$ 1.300,00	1,0%	5	\$ 13,00
SUBTOTAL						\$ 4.566,2
AJUSTE 10% AUMENTO DE PRECIOS/O INSUMOS EN PIZZA						\$ 4,566
TOTAL COSTO RECETA						\$ 5.000,00

El costo de producir una unidad aumenta a los \$5.000.

Precio de venta

Tabla 2: Precio de venta

PRECIO DE VENTA		Margen de costo	50%	\$ 10.000,0
Peso de la cantidad total (Gramos)	787,41	Precio potencial de venta por porción		\$ 10.000,0
Peso final de porción (Gramos)	787,41			
Número de porciones	1			
Costo de producir una unidad	\$ 10.902,98			
		Impuesto al consumo	8%	\$ 1.221,13
		Precio real de venta		\$ 11.221,13
		Precio real de venta (redondeado)		\$ 12.000,0

Para la obtención de una ganancia del 60% y luego de realizar el cálculo detallado del costo de una unidad, el producto debe ser puesto en venta a un precio de \$12.000 c/u.

Fuente: Elaborado por los autores

Bibliografía

Aguilar Barnuevo, E., Rodríguez Velásquez, S., y Estela Pereira, J. (2021). Plan estratégico para una empresa de bebidas orgánicas de yerba mate: periodo 2020-2024. Obtenido de <https://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/3151>

Burghardt Guerra, G. (2020). El Storytelling y la publicidad. El caso de una cerveza española.

Cardozo, C. A. (2016). Consumo de alimentos orgánicos en Colombia: una cultura incipiente. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/14424>

Cortés Triana, H., Mora Herreño, M. F., Zabaleta Tautiva, L., & Segura Turriago, J. K. (2020). Estudio descriptivo de los factores determinantes para la permanencia de las micro cervecerías en el mercado de cerveza artesanal en Bogotá (Bachelor's thesis, Universidad EAN).

Duran Villalba, V., Ruiz Hernandez, D. F., & Vanegas Rozo, L. C. (2017). Plan de negocios para la viabilidad de crear de un bar con la propuesta de una Cerveza Michelada de frutas en la zona de Modelia para el año 2017.

Flores Roda, R. (2015). Estudio de los hábitos de consumo de cerveza artesanal de los habitantes de Pamplona.

Garzón Gutiérrez, C., y Vargas Gil, J. (2020). Estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa para la fabricación de hamburguesas veganas de tipo orgánicas en Subachoque Cundinamarca. Obtenido de <https://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/25089>

Quispe Luque, K., Buendía Señá, B., y Arroyo Arias, L. (2014). Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa dedicada al procesamiento y exportación de bebidas orgánicas vitalizantes con semillas de chía y concentrado de maracuyá al estado de Texas-Estados Unidos. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/295>

Sabrás, C. F. (2018). Comportamiento del consumidor e intención de compra por comida orgánica. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/168050>.

instituto tecnológico

Elaboración De Vino Artesanal Semiseco A Partir Del Fruto Del Corozo En La Ciudad De Montería

David Alejandro Ibáñez Gallego
María Alejandra Sánchez Galvis
Eva Sandrith Ramos Pérez

Resumen

El departamento de Córdoba es privilegiado por la riqueza de nuestros frutos, variedad de sabores, olores y la gran biodiversidad que tiene el trópico, junto con esto los productos artesanales, específicamente los licores o vinos de frutas son bebidas que han hecho parte de nuestra cultura y gastronomía a lo largo de muchos años, los cuales responden a una creciente demanda de estos tipos de productos, siendo cada vez más atractivos a turistas y visitantes; dichos vinos actualmente se comercializan y se caracterizan por ser vinos dulces, siendo esta una limitante para el consumo de estos por razones culturales, y de salud, razón por la cual surgió el desarrollo de un vino semi seco a partir del fruto del corozo, el cual cumple con estos atributos. El presente trabajo plasma la viabilidad, desarrollo, estandarización, caracterización y costeo del proceso fermentativo de la obtención de vino sami seco del fruto del corozo, un producto con todas las características técnicas, sensoriales, organolépticas propias de un licor o vino semi seco del fruto del corozo.

Palabras claves: Fruto del corozo, vino semiseco, fermentación.

Abstract

The department of Córdoba is privileged for the richness of our fruits, variety of flavors, smells and the great biodiversity that the tropics have, along with this artisanal products, specifically fruit liquors or wines are drinks that have become part of our culture. and gastronomy over many years, which respond to a growing demand for these types of products, becoming increasingly attractive to tourists and visitors; These wines are currently marketed and are characterized by being sweet wines, this being a limitation for their consumption for cultural and health reasons, which is why the development of a semi-dry wine arose from the fruit of the corozo, the which meets these attributes. The present work reflects the feasibility, development, standardization, characterization and costing of the fermentation process of obtaining dry Sami wine from the corozo fruit, a product with all the technical, sensory, organoleptic characteristics of a semi-dry liquor or wine from the fruit. of the corozo.

Keywords: Corozo fruit, semi-dry wine, fermentation.

Introducción

Los vinos artesanales son bebidas que han hecho parte de nuestra cultura y gastronomía a lo largo de muchos años, los cuales responden a una creciente demanda de productos locales con identidad, de calidad y sostenibles obteniéndose de manera empírica y artesanal vinos naturales, biodinámicos, ecológicos y convencionales durante cierta época de cosecha para fiestas y ocasiones especiales como lo es semana santa o fin de año; pero cada vez es más escasa su elaboración, y debido a esto se ha vuelto muy apetecido donde la autenticidad tiene un valor real por personas tanto de la región como del interior del país.

Actualmente en Colombia el consumo de vinos y en especial los artesanales, tienen una preferencia a aumentar debido a muchos factores como lo son: nuevas tendencias gastronómicas, alimentos funcionales como lo son antioxidantes y reguladores de colesterol, disminución de costos de adquisición, globalización de economías entre otros factores. Otro factor que está tomando mucha relevancia es el tema de licores tradicionales y artesanales debido a la gran variedad de sabores y notas aromáticas que estos licores pueden contener, brindando una experiencia muy satisfactoria al consumidor final, debido a que cada vino de estos tiene una historia única en los procesos de selección de las materias primas, durante la fermentación y maduración de estos, haciendo que el público se interese por la historia del producto.

Otro factor que encontramos hoy día es la innovación y el desarrollo de nuevos productos y nuestra región tiene una gran ventaja competitiva debido a la diversidad de frutos tropicales, lo que nos brinda la alternativa de poder obtener licores no solo del corozo o de la uva sino también de frutos como los son la maracuyá, la mora, la fresa, el mango, el tamarindo, el marañón, la piña, la guayaba, entre otros; brindando una gran alternativa para diferentes gustos y paladares dando un valor agregado a estas frutas tropicales.

En la actualidad encontramos una gran demanda insatisfecha de licores artesanales, bajos en azúcares, llamados secos o semisecos, encontramos son licores autóctonos en nuestra región, los cuales se caracterizan por su falta de estandarización alto dulzor y por su elaboración no exclusiva a partir de uvas dejando de lado diferentes frutos propios de la zona como es el caso del corozo, el tamarindo, la piña, la maracuyá entre otros; contrario a lo anterior no existe la oferta de este tipo de licores, debido a que son tradicionales, limitando la disponibilidad durante toda la época del año, desaprovechando la oportunidad de brindar un valor agregado a la transformación de estas frutas, y la oportunidad de entrar al mercado con un producto muy particular, artesanal y bajo en azúcares, siendo un producto autóctono de nuestra región.

¿Es posible documentar, estandarizar un vino artesanal semisecco a partir del fruto del corozo?

Actualmente a nivel comercial hay una gran tendencia al incremento del consumo de vinos de manera especial por los artesanales y autóctonos de cada región, de la mano de consumir cada vez más productos con menos azúcares; caso específico sucede con el vino de corozo, que no solo es anhelado por personas de la región sino también del interior del país; esto combinado con los grandes beneficios que los vinos aportan a la buena salud de los humanos, esto hace que el vino sumado a la gran variedad de licores que se pueden obtener de diferentes tipos de frutas tropicales genera que esta idea de negocio sea muy atractiva para su ejecución, debido a que se pueden integrar varios factores como lo son el cultivo y aprovechamiento de frutas tropicales, proceso de transformación o elaboración de vinos, abriendo nichos de mercados, logrando ofrecer a los clientes de forma constante estos licores ya no dependiendo de algunas fechas o épocas del año específicas.

Marco Referencial

Estado del Arte

Sin lugar a duda el vino tradicional de uva ha sido la bebida con mayor difusión en la historia y su consumo se ha perpetuado con éxito desde las antiguas civilizaciones hasta nuestros días, hoy en día esta industria es una de las actividades más rentables a nivel económico e influyentes a nivel mundial; a pesar de que la uva es la fruta ideal para elaborar vino por sus características químicas y biológicas, existe una amplia variedad de frutas que con un proceso sencillo pueden ser transformadas en vinos de excelente calidad.

A pesar de que Colombia no es reconocida como productora de vinos debido a las dificultades que se tienen en cuanto a factores medioambientales y al elevado nivel de exportaciones encontramos que el consumo per cápita actualmente es de 1,3 litros al año. El sector vinícola en el país podría estar facturando más de \$300.000 millones anuales en cadenas de distribución, gracias a un aumento progresivo de los niveles de consumo de esta bebida. En consecuencia, las empresas que comercializan este producto se encuentran teniendo favorables ventas cuyos resultados están asociados a un cambio en las preferencias de los consumidores con respecto a los años anteriores donde predominaban los tradicionales; un caso específico es del Grupo Éxito, en donde el vino representa el 23% del total en ventas de bebidas alcohólicas, superado solo por la cerveza (Dinero 2015).

Durante los últimos años se han realizado un sin número de estudios a partir de vinos de frutas, cuyas investigaciones muestran que estos productos presentan propiedades fisicoquímicas, nutricionales y sensoriales diferentes, debido a las características que presenta la fruta y la cepa empleada para su elaboración (Bedoya et al. 2005; FloresRamírez et al. 2005; De Lecco y Castillo 2008; Silva 2008; Hoyos et al. 2010; BelénCamacho et al. 2011; Durango et al. 2011; Rodríguez 2011; De la Cruz et al. 2012; Granados et al. 2013).

Marco Teórico

Según la NTC 708, el vino se define como un producto obtenido a través de la fermentación alcohólica normal del mosto ya sea de frutas frescas y sanas o del concentrado de las mismas, que ha sido sometido a iguales condiciones de elaboración que los vinos de uva tradicionales.

Este producto se obtiene por medio de una fermentación, que es el proceso de oxidación donde se da la transformación de moléculas complejas a moléculas simples, llevando a cabo la generación de un producto final orgánico, con liberación de energía; esta energía química deriva de un proceso de fosforilación, donde la transferencia de electrones conduce a la generación de un compuesto orgánico oxidado. La fermentación alcohólica, es un proceso anaeróbico realizado por levaduras y algunas clases de bacterias, donde la glucosa es transformada en alcohol etílico y se produce la liberación de dióxido de carbono. Como se observa en la ecuación:



Glucosa → Alcohol etílico + Dióxido de carbono + Energía

Técnica e instrumentos recolección de información:

En este proyecto se utilizó la técnica de encuestas con preguntas abiertas y cerradas.

Fuentes primarias

Para la recopilación de la información directa se utilizó como fuente primaria la aplicación de una encuesta de 9 preguntas cerradas, a la población estudiada (ver Anexo 1).

Fuentes secundarias

Como información complementaria para el desarrollo del proyecto se usó el internet para la consulta de algunas fuentes bibliográficas, tesis de grado, trabajos de investigación, artículos científicos y la guía práctica para la elaboración de anteproyectos y proyectos de investigación del Instituto Tecnológico San Agustín.

Resultados

Tabulación y análisis de resultados

Por medio de la aplicación de una encuesta en la cual se pretendió estudiar la preferencia y gusto de los consumidores, se procedió a tabular, graficar y analizar las respuestas obteniéndose la siguiente información:

Si es viable la formulación del problema, “si es posible que en la ciudad de Montería, la elaboración un vino artesanal semiseco a partir del fruto del corozo, dando como cierta la hipótesis planteada en el inicio de nuestra investigación (anteproyecto)

Propuesta de valor

Definición del producto.

El producto elaborado es un Vino seco, resultado de la fermentación del fruto del corozo

Características del Producto

El vino seco del fruto del corozo es un producto que en su contenido tendrá Licor a base del extracto del corozo, obtenido del fruto del mismo, el producto tendrá una presentación en envase de vidrio, con un contenido de 750ml/cc sellado herméticamente con un corcho y su respectiva capsula, en su etiqueta llevará el nombre del producto, la marca, y el año de fabricación, además presentará los grados de alcohol de dicho producto.

Etiquetado

El etiquetado contara con toda la información necesaria para que el consumidor sepa de las características de nuestro producto, como se muestra a continuación:

Descripción del proceso

Recepción de materia prima: se recolecta la materia prima, el fruto del corozo tal como lo cosecha el agricultor.

Almacenamiento de la materia prima: se procede a guardar a una temperatura de 16 a 20 °C para lograr una buena extracción del jugo del corozo. Es recomendable que este tiempo sea lo menor posible, debido a que se pierde peso y por ende rendimiento en la extracción.

Limpieza del fruto del corozo: En esta etapa se separaron las partículas sólidas o impurezas que se encuentran en los racimos de los frutos de corozo para eliminarlas de la materia prima; esta etapa se puede hacer en seco o en húmedo.

La fermentación es un proceso que complementa la glicólisis, debido a que la energía que se produce es sintetizada como ATP al que sigue el metabolismo del piruvato (Acosta 2012). Esta puede ser: natural, cuando las condiciones del ambiente permiten la interacción de los microorganismos y los sustratos orgánicos, o artificiales, cuando el hombre favorece esas condiciones. Para lograr la fermentación es necesario el uso de microorganismos, usualmente son las levaduras, ellas son una variedad de hongos unicelulares anaerobios facultativos, es decir pueden desarrollarse tanto en presencia de oxígeno como en ausencia de este, pero en ambientes anaerobios son capaces de fermentar los azúcares (Puerta 2010). La levadura más empleada en la industria vinícola es la del genero *Saccharomyces*, de la especie *cerevisiae*.

Metodología

Esta investigación es tipo exploratoria y experimental para la obtención y caracterización del vino artesanal semiseco del fruto del corozo, empleando como materia prima corozo fresco, azúcar, agua y levadura, llevado a cabo en la ciudad de montería.

En el proceso de caracterización y estandarización se tuvieron en cuenta la relación de fruto de corozo fresco a agua y el porcentaje de adición de azúcar en la etapa de estandarización del mosto.

Tipo de investigación

El tipo de investigación que se pretende utilizar para seguir el proceso de esta propuesta es la INVESTIGACIÓN PARTICIPATIVA, este tipo de metodología requiere de la participación de los afectados, de este modo los autores implicados se convierten en los protagonistas del proceso de construcción del conocimiento e intervención sobre la realidad.

El método que se usará será el MÉTODO DE ANÁLISIS, que corresponde a la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, de esta manera se establece la relación causa efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación para la recolección de información será por medio de encuestas estructuradas con preguntas cerradas acerca de la preferencia en licores, las cuales permitirán un mejor análisis de la información recopilada.

Esta investigación se llevará a cabo en la ciudad de Montería, departamento de Córdoba, región Caribe, con una temperatura promedio de 35° C, humedad relativa 80% y precipitación anual de 1.200 mm, cuyas coordenadas son 8°53' Latitud norte, 75°53' Latitud oeste y se encuentra ubicado a 25 metros sobre el nivel del mar.

Población y/o muestra

Se tendrá en cuenta el número de habitantes de la ciudad de Montería, según registros del DANE, el cual consta de 460,223 habitantes aproximadamente, por lo tanto, el tamaño de la muestra, representa que se obtuvo fue de 68 personas intencionalmente escogidas al azar representativas de la población.

Z = Nivel de confianza

N = Población – censo

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad en contra

E = Error de estimación

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{(1.65^2) [(0.5)(0.5)(453900)]}{[(453900)(0.1^2)] + [(1.65^2)(0.5)(0.5)]}$$

$$n = 68.05 \approx 68$$

Extracción del lixiviado o del jugo: Una vez que se ha limpiado el fruto del corozo se procede a la extracción por ebullición en una relación fruto-agua de 1:2; durante un tiempo de 30 min.

Filtración y despulpado: etapa donde se separa de la etapa anterior el jugo o lixiviado del fruto (coquito) a un proceso de despulpado con el fin de aumentar los sólidos que pueden participar en el proceso fermentativo

Chaptalización y estandarización del mosto: Se realiza la adición de sacarosa con la intención de aumentar los sólidos solubles, °Brix, y por ende tener un licor con un contenido mayor de alcohol, en esta etapa se tiene en cuenta un % mínimo de azúcares aportados por el fruto, de este dependerá el cuerpo, brillo y textura del vino, y por parte del azúcar se adicionará en un rango del 10 al 25% de acuerdo al grado alcoholométrico que se desee en el licor.

Inoculación: en esta etapa se adiciona la levadura de acuerdo a las especificaciones del proveedor, y se airea, con la finalidad que activar la levadura e iniciar la fermentación.

Fermentación alcohólica: Se deja el mosto, envasado en ausencia de oxígeno, con la ayuda de una trampa de oxígeno, con la finalidad de garantizar solo la salida de dióxido de carbono consecuente de la fermentación, estas condiciones son las responsables de la composición final de la fermentación alcohólica, en donde gran parte de los azúcares del mosto se transformará en alcohol etílico. Esta etapa dura aproximadamente 15 días.

Trasiego: una vez empezada la fermentación, como producto se obtiene sedimento, que es causado por las levaduras después de su etapa productiva, este sedimento se debe retirar por medio de un trasiego, el número de trasiego debe ser suficiente para garantizar la ausencia de sedimento, cada 15 días se debe realizar dicho trasiego

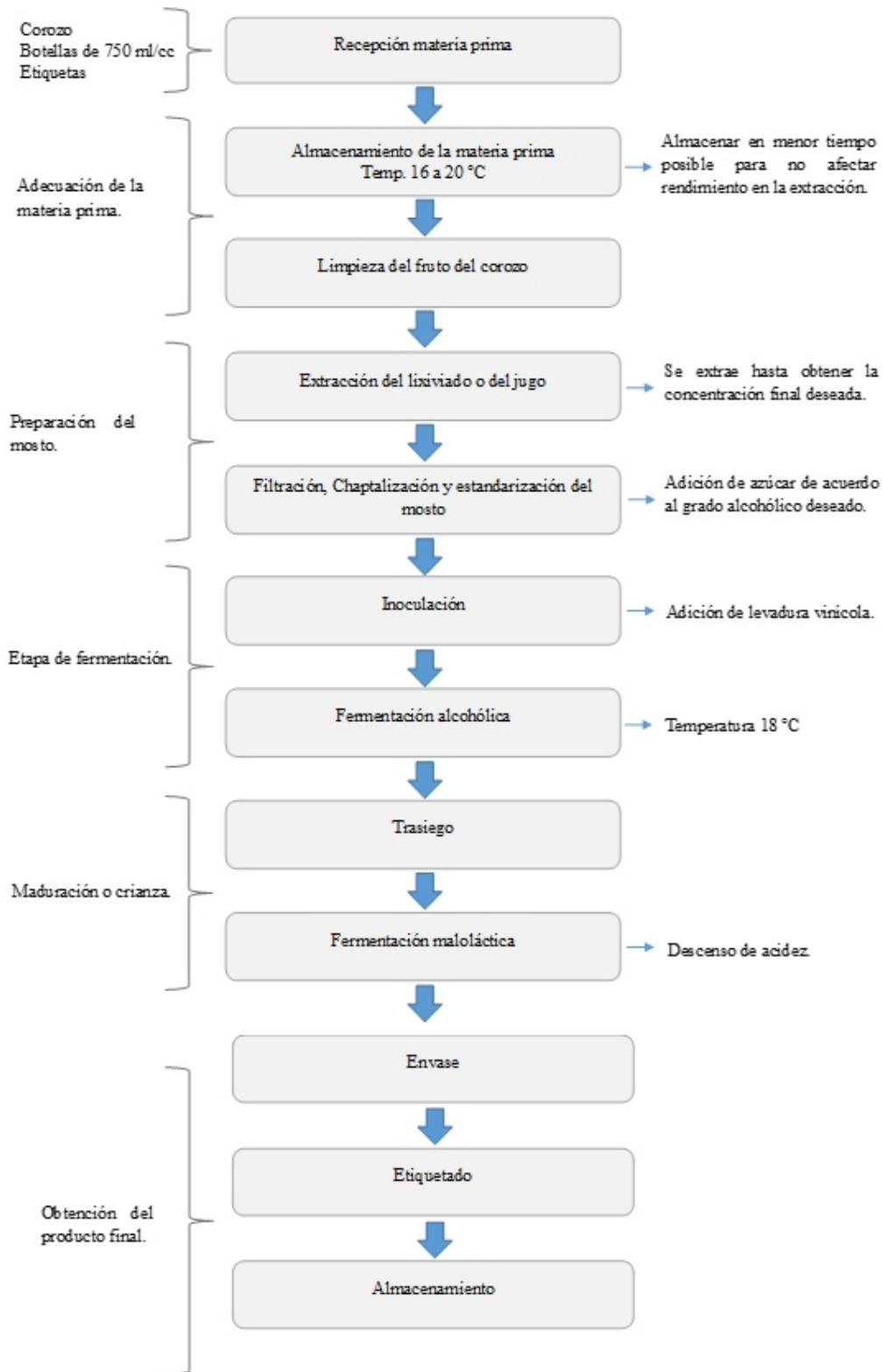
Fermentación maloláctica: a medida que la producción del alcohol, durante la fermentación disminuye por el agotamiento del sustrato, disminución de azúcares, se inicia esta etapa de maduración, donde muchos autores la refieren como etapa de maduración, fermentación secundaria o de acabado, consistiendo en la disminución de acidez, o la retrogradación del ácido málico; estas transformaciones dan como resultado una óptima calidad y estabilidad biológica.

Envasado: Se procederá a envasar la bebida alcohólica en botellas de vidrio previa esterilización, con capacidad de 750 ml. El sellado se lo realizó de forma manual, el mismo que consistió en sellar los envases utilizando corchos para garantizar un sello hermético y posteriormente una capsula termo incogible que ayudara a mantener este sellado en mejores condiciones y evitar posibles alteraciones del producto, con la finalidad de mantener las características propias del mismo.

Etiquetado: Una vez que se ha envasado el vino se procede a la colocación de la etiqueta a cada botella de manera manual.

Almacenamiento: Esta es la última etapa del proceso para mantener el vino en buenas condiciones para su posterior venta o comercialización. Se recomienda mantener el vino a una temperatura inferior de 32°C para su almacenamiento.

Diagrama de proceso de elaboración de vino semiseco del fruto del corozo



Bibliografía

- Bedoya et al. (2005); Flores-Ramírez et al. 2005; De Lecco y Castillo 2008; Silva 2008; Hoyos et al. 2010; Belén-Camacho et al. 2011; Durango et al. 2011; Rodríguez 2011; De la Cruz et al. 2012; Granados et al. 2013.
- Decreto 1686 de 2012 del Ministerio de Salud y Protección Social (Colombia). Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano.
- NTC 708, Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación – Colombia (2000). Norma Colombiana sobre bebidas alcohólicas en: vinos de frutas, 5TA actualización 6-10, Bogotá.
- Martínez Muñoz Andrea, (2019) Influencia de levaduras no-Saccharomyces en el potencial enológico de uchuva Physalis peruviana l.
- García Zapateiro, Luis Alberto; Florez Mendoza, Cielo Inés; Marrugo Ligardo, Yesid, (2016), Elaboración y caracterización fisicoquímica de un vino joven de fruta de borojó (B patinoi Cuatrec).
- Vega Lizarazo, Melo Pabón Fernando Luis, (2016). Investigación de mercado para determinar el grado de aceptación de una empresa productora y comercializadora de vino de frutas en la ciudad de Ocaña.
- <https://www.tangojuices.com.co/272/#:~:text=Propiedades%20antioxidantes%2C%20previ%20el%20envejecimiento,previenen%20defectos%20en%20la%20visi%C3%B3n.>

Costos de fabricación

A continuación, estimamos los costos de elaboración de vino semiseco del fruto del corozo a partir del fruto fresco, inicialmente nuestro proyecto será a nivel artesanal, con baches de 60 litros de mosto, este mosto está compuesto del jugo extracto del fruto del corozo, agua y azúcar adicionada en las siguientes proporciones:

Del peso del fruto, se adiciona un porcentaje de azúcar, después de la extracción a ebullición, dando como rendimiento un 150% teniendo en cuenta el azúcar adicionado y el agua de extracción adicionada, es decir del fruto del corozo inicial se obtiene 60 kg de mosto edulcorado con sacarosa, obteniendo la concentración de sólidos solubles o °Brix deseada.

En la etapa de trasiego, se estima un rendimiento del 75%, es decir de estos 60 kg de mosto se obtendrá solamente 45 kg de licor que será envasado y comercializado, en una presentación de vidrio de 750 ml, obteniendo 60 botellas.

A continuación, se presenta una relación de costos de producción de materias primas e insumos, conde las cantidades de corozo, azúcar y agua variara, dependiendo el tipo de producto, % de alcohol y características organolépticas deseadas.

Como se muestra en la siguiente tabla los costos estimados de acuerdo a lo descrito anteriormente es de \$ 390.400, teniendo el valor unitario de una botella de 750 ml de \$6507.

COSTOS DE MATERIA PRIMAS E INSUMOS			
MATERIA PRIMA E INSUMOS	CANT.	UNID.	PRECIO TOTAL
COROZO	--	KG	100000
AZÚCAR	--	KG	30000
AGUA	--	LT	6000
LEVADURA	15	GR	2400
BOTELLAS	60	UNID.	132000
TAPÓN PLÁSTICO	60	UNID.	21000

Es de resaltar que estos costos son solo por materia prima e insumos, toca estimar los costos de servicios, arriendo, personal, administración, equipos, distribución y venta entre otros.

Conclusiones

Se obtuvo un vino artesanal semiseco del fruto de corozo con las características ideales de un licor de este tipo.

Las variables que influyen en la calidad y características del licor artesanal del fruto del corozo son: los sólidos aportados por el fruto fresco, la relación de fruto de corozo fresco a agua y el porcentaje de adición de azúcar, de acuerdo al análisis del proceso de elaboración.

El costo de elaboración del vino artesanal del fruto del corozo en presentación de botella de vidrio de 750 ml y solo teniendo en cuenta materias primas e insumos es de \$6.507, lo cual lo hace un costo competitivo.

Recomendaciones

Realizar un estudio de costos a fondo, teniendo en cuenta no solo las materias primas e insumos, sino todas las variables como lo son los gastos administrativos, depreciación de equipos, arriendo, servicios, personal operativo; con la finalidad de obtener un punto de equilibrio con aras de que no sea un producto netamente artesanal, sino más industrializado.

Estudiar y establecer los canales de distribución, logísticos y de ventas para complementar el área comercial del producto.

Creación Del Portafolio Fotográfico Para La Empresa Pintando 4 Historias De Arte En Galería, Como Apoyo Visual En Las Exposiciones De Arte, Para Conservar La Identidad Cultural De La Ciudad De Montería - Córdoba

Yoryelis Sánchez Zabala
Sara María Hernández Mestra
María Alejandra Bonilla Ramos

Resumen

En este trabajo se analiza la relación entre fotografía y pérdida de identidad cultural, donde se busca generar un impacto de forma positiva en la comunidad de Montería Córdoba, para esto se lleva a cabo la creación de un portafolio fotográfico cultural donde se muestran diferentes puntos específicos de la zona. De esta manera se logra llegar de una forma más rápida y eficaz al grupo objetivo principal y secundario, utilizando la fotografía como medio de apoyo visual y de uso cotidiano. Para la elaboración y eficiencia de este proyecto se trabajó con un grupo de 75 personas las cuales radican en la zona de implementación de este proyecto, para ello se realizó una serie de preguntas (encuesta), dando así respuestas a dudas e inquietudes relacionadas al trabajo. Con esto se llegó a la conclusión del procedimiento a seguir para evitar la pérdida de identidad cultural y como esta puede llegar a mejorarse de una forma radical para que las nuevas o futuras generaciones sigan creciendo bajo el manto de la identidad que representa la región y mantengan vivas cada una de las tradiciones que los forjan como gente de arte, patrimonio y cultura.

Palabras claves: fotografía, identidad cultural, portafolio.

Abstract

In this work, the relationship between photography and loss of cultural identity is analyzed, where it seeks to generate a positive impact on the community of Montería Córdoba, for this the creation of a cultural photographic portfolio is carried out where different specific points are shown of the area. In this way, it is possible to reach the main and secondary target group more quickly and effectively, using photography as a means of visual support and everyday use. For the development and efficiency of this project, we worked with a group of 75 people who live in the area of implementation of this project, for this a series of questions (survey) were carried out, thus providing answers to doubts and concerns related to the work. With this, the conclusion was reached of the procedure to follow to avoid the loss of cultural identity and how it can be improved in a radical way so that new or future generations continue to grow under the mantle of the identity that the region represents and maintain. Live each of the traditions that forge them as people of art, heritage and culture.

Keywords: photography, cultural identity, portfolio.

Introducción

Este proyecto parte de la idea que surge de la propia visión o conocimiento sobre la pérdida de identidad cultural que enfrenta la ciudad de Montería y como esto afecta la memoria y/o recuerdo de lo que una vez nos representó y representa, teniendo como temas centrales la desaparición, la fugacidad y la pérdida de identidad cultural por el transcurso del tiempo.

La pérdida de identidad cultural es un fenómeno complejo y multifacético que resulta de diversos factores. La globalización, la homogeneización cultural, el desplazamiento cultural, la influencia de la tecnología, los conflictos políticos y las tradiciones y expresiones culturales únicas.

La preservación y revitalización de la identidad cultural se convierte en desafíos importantes, destacando la necesidad de reconocer, valorar y proteger las riquezas de la diversidad cultural en nuestra sociedad.

La pérdida de identidad cultural no solo implica la desaparición de prácticas y tradiciones, sino también tener repercusiones en la autoestima y el sentido de pertenencia de una comunidad. Es un fenómeno complejo que requiere una atención cuidadosa para preservar y revitalizar las expresiones culturales únicas en un mundo que tiende hacia la uniformidad. La valoración de la diversidad cultural y la promoción de iniciativas que fomenten la preservación y transmisión de las tradiciones son fundamentales para abordar este desafío.

A lo largo de este tiempo se ha experimentado con los diferentes campos que atraen a nivel visual como lo son la ilustración, el diseño gráfico y la fotografía.

Este trabajo trata concretamente de reflexionar sobre nuestra visión del pasado y el presente teniendo en cuenta el tema cultural, tomado como motivo central las fotografías cotidianas, monumentos históricos culturales y todo lo relacionado con el folclor, que suelen usar como medio para obtener un recuerdo material de un momento del pasado. La fotografía se aborda como representación del paso del tiempo y de las imágenes y sensaciones que se mantienen en nuestra memoria a partir de la fotografía, visualizando aquello que ha ocurrido mediante el análisis de nuestro pasado, muchos de ellos efímeros.

Procedimentalmente, las obras están construidas por imágenes fotografías, algunas de ellas manipuladas digitalmente, para posteriormente continuar con el tratamiento pictórico, principalmente mediante la metodología de diseños y arte folclórico. La fotografía en este caso representa una realidad simboliza la imagen que queda en nosotros de ese recuerdo.

Así la fotografía es la base que transforma el sentido, pasando de ser una presentación que normalmente entendemos como objetiva a ser una visión personal.

Es por esto que para empresa pintando 4 historias de arte en galería, es muy importante la preservación de la identidad cultural en la ciudad de Montería, es por esto que mediante la creación de un portafolio fotográfico se busca conservar la tradición.

Como se mencionaba previamente, atribuir a la fotografía el papel de guardiana de la memoria se revela como un elemento de gran trascendencia. La memoria, ya sea impregnada de tintes históricos o colectivos, se manifiesta como un terreno fértil donde la investigación, con especial énfasis en la exploración de la imagen fotográfica, puede tejer conexiones, consolidar perspectivas y, en última instancia enriquecer la construcción del conocimiento.

Por último, es importante destacar que este conocimiento no solo aspira al fomentar una identificación más profunda con los sujetos de esta investigación, poniendo énfasis en la comprensión del “otro” como figura esencial, sino que también busca erigir una realidad plasmada en la fotografía o en secuencias fotográficas.

Marco Referencial

Estado del Arte

Este proyecto está basado en previas investigaciones en las que se evidenció el objetivo principal; el cual es “Crear portafolio fotográfico para la empresa Pintando 4 historias de arte en galería, para conservar la identidad cultural de la ciudad de Montería – Córdoba”.

El Criterio de búsqueda para los antecedentes se enfocó en el trabajo investigativo de cada referente respecto al abordaje de los conceptos - palabras claves: fotografía como medio de expresión, imagen y alfabetismo visual, Educación en la Adolescencia, Identidad Cultural, con el cual se logra encontrar relaciones de carácter técnico, metodológico y reflexivo frente a los objetivos propuestos en el presente proyecto.

Antecedentes internacionales

Los siguientes antecedentes internacionales reflejan estudios que abordan la temática de la fotografía como: auto representación de la comunicación, expresión de la identidad, donde también se implementa la imagen fotográfica en la pedagogía de la educación y como herramienta de investigación.

En concordancia con la propuesta de este proyecto de investigación la tesis plantada por Sanjurjo (2016). Identidad, memoria y fotografía con la educación: nuevos contextos mediáticos, cultura productora, hacia un nuevo amateurismo en Madrid, España.

Este proyecto indaga sobre las tecnologías, usos sociales y consecuencias estéticas de la fotografía a lo largo de la historia para poder determinar qué aspectos se perpetúan de forma transversal en el tiempo y definen lo que hoy en la fotografía. Con esto se pretende establecer la episteme propia de los nuevos medios en su actual contexto tecnológico, social, cultural y educativo, así como en la relación del usuario contemporáneo, productor, emisor y decodificador de las nuevas formas fotográficas.

Teniendo en cuenta el objetivo de determinar cuál es el papel de la educación en un nuevo contexto donde el usuario común, amateur, consume y produce sus propios productos icónicos, se puede hacer una visualización de la variabilidad de maneras para producir y dar a conocer estrategias de aprendizaje y el uso del material icónico o imágenes fotográficas. La metodología del proyecto enfocado al ambiente educativo, se basa en el aprendizaje práctico, significativo en la forma empírica de adquirir conocimiento explorando e investigando con la fotografía, esta exploración e investigación se da con una fuerte interacción entre contenidos teóricos y prácticos.

En un constante desarrollo de investigación-acción. De acuerdo con las categorías sugeridas por el proyecto las cuales son la tecnología, la fotografía, la metodología y lo digital se propicia un encuentro de la educación con un dominio cultural proyectado a un uso social y estético dentro de un desarrollo de avanece tecnológico.

Las conclusiones aportan al proyecto, del papel de la educación en el ámbito de lo fotográfico tienen en cuenta el estudio de nuevos contextos educativos forjándose estrategias, alojadas en el ciberespacio que obligan al diseño de nuevos formatos y metodologías educativas, permitiendo mejorar el proceso de aprendizaje y de inmerso en el contexto en el que vive. Continuando con la exploración al uso de la fotografía como medio de comunicación y expresión “prácticas fotográficas digitales como expresiones de personalidad e identidad: variaciones entre los que abandonaron la escuela y los jubilados recientes” que centran sus intereses en una imagen compleja de los diferentes tipos de interacciones con los medios visuales en línea y la variación entre los grupos de edad en la construcción de identidades digitales.

A James, S. & Collomosse J. (2017) este refiere que la interacción de una comunidad medida por prácticas fotográficas como componentes de la identidad digital y personalidad se realiza al compartir fotos, que expresen sus experiencias.

Estableciendo el discurso acerca de la función sociales de la fotografía se reconoce como categoría el medio de autoexpresión, que evidencia las razones por las cuales se comparten fotos en una comunidad virtual, para facilitar el reconocimiento, conexión con los demás participantes y expresar la personalidad, reflejando un sentido propio de identidad digital.

Resumiendo lo plasmado tanto jóvenes como los jubilados usan las fotos como autoexpresión, mientras que los jubilados son más prudentes al momento de publicar sus fotos, priorizando su personalidad.

Teniendo presente el documento de Soler (2016) “La Fotografía como herramienta de intervención social de Barcelona”(p.4) en el que identifica la fotografía como método de comparación con la artística, la principal motivación es investigar las prácticas desarrolladas con grupos de personas, en una dimensión social, utilizando la fotografía como herramienta de intervención social, con el propósito de establecer qué paralelismos a nivel metodológico se presentan entre estas prácticas con la fotografía en intervenciones sociales y a la metodología de la Mediación Artística.

El objetivo que resalta este proyecto como herramienta de intervención social a la Mediación Artística es “Contribuir a la disciplina de la Mediación Artística en su marco metodológico, desde las aportaciones de la fotografía, en su ámbito de aplicación como herramienta de intervención social” Soler (2016) quien cita a López (2013) nombra el arte, como “un espacio que permite al ser humano encontrarse con sí mismo y con ello volver a construir su realidad” frase con la cual concuerda el proyecto, al tomar la fotografía como lenguaje de expresión artística, que permiten a los estudiantes reafirmar su identidad al observarse y cuestionarse a sí mismo y su contexto, teniendo en cuenta que: Una de las funciones del arte tiene que ver con la capacidad de análisis, de Construcción y renovación de vínculo con los demás y el entorno. El espacio creador articula un espacio de seguridad y libertad, un espacio potencial, que permite al ser humano sumergirse en un proceso de desidentificación, deconstrucción y nueva construcción que consiente la posibilidad de imaginar una nueva realidad (p.20). Las categorías que persigue la mediación artística en este proyecto son el fomento de procesos de desarrollo de la autonomía personal y del empoderamiento, de la inclusión social de colectivos en situación de riesgo de exclusión social, de la promoción de la cohesión social y del desarrollo cultural en el ámbito comunitario.

Antecedentes nacionales

Jorge Panchoaga (s.f.) es un fotógrafo que desarrolla trabajo relacionados a temas de identidad, memoria y las relaciones del ser humano con el entorno. Su interés se centra en la construcción de redes y conocimientos que impulsan y empoderan a la fotografía y a los fotógrafos en diferentes regiones colombianas.

Además de Dulce y Salada se destacan otros trabajos suyos como: La Casa grande, Savage, Detrás de la Montaña, Casi Café; abordajes que se consideran en sintonía con lo que pretende aportar este trabajo, además del enfoque de su trabajo como antropólogo y fotógrafo.

el artículo de Pérez & Arroyave, (2020) “Modos de habitar y creación fotográfica con jóvenes del Kilómetro 41” de Manizales, como referente nacional perteneciente a la revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud; Este artículo proviene de un cruce investigativo de dos investigaciones “Modelo de la acción creadora en diseño fotográfico, realizada desde febrero de 2014 hasta año 2020” y Poéticas de reconciliación con el río Cauca: el habitar de los jóvenes en el Kilómetro 41, realizada desde agosto del 2016 hasta 2020. Las cuales coinciden en un abordaje de temas relacionados con la cultura y la memoria visual, pero con propósitos diferentes desprendidos de los objetos de estudio (p.4).

En este artículo de investigación cualitativa, la tecnología fotográfica y la memoria visual se convirtieron en plataformas para producir expresiones artísticas de reconciliación. En tal sentido, la creación fotográfica se usó como medio para exteriorizar significados e interpretaciones visuales sobre un territorio el cual se puede abordar desde nuestra investigación al utilizarlo como guía instructiva en el que se utiliza la fotografía como medio de expresión En este artículo, los autores identifican como instrumento la observación participante, explorando el acto creativo a través de una guía de elementos que potenciaron posturas críticas de los jóvenes hacia el territorio, a pesar de no tener muchos conocimientos sobre fotografía, utilizaron esta herramienta como medio de integración social, reflexionando sobre los autorretratos tomados, reinterpretando el Signo y construyendo significados visuales que potenciaron posturas críticas de los jóvenes sobre habitar el territorio y su entorno.

Marco Teórico

Marco Contextual

El portafolio fotográfico tiene como función; la compilación de una serie de imágenes que en conjunto den cuenta de la combinación de estilos y conceptos utilizados para tratar un tema determinado. Tiene su origen en Estado Unidos en la década de 1980 cuando, debido a los problemas en los resultados de aprendizaje de los alumnos se procedió a recopilar evidencia.

El portafolio según sea su carácter: Privado (confidencial), de aprendizaje (público), abierto (a todo el mundo) y continuo (público pero restringido).

Los pasos a seguir para la creación de un portafolio fotográfico son:

1. Se diseña el portafolio
2. Practica y toma de fotos
3. Tiempo cronológico de las fotos
4. Selección de imágenes de impacto
5. Impresión de alta calidad
6. Tener una definición y enfoque claro

Marco histórico

Montería se convirtió en la cabecera municipal gracias a una ordenanza de abril de 1923, emanada de la Asamblea de Bolívar. Luego, con la organización del departamento de Córdoba en 1952, se dio la explosión económica, cultural y social en Montería. La naciente capital departamental tuvo que ser readecuada para poder estar al nivel de una capital. Argumentaba Rember Burgos (primer Gobernador que tuvo el departamento), que Monetaria fue elegida como capital en vez de Loricá porque ocupa una posición central en el territorio y porque en 1952 era la ciudad más prospera en el área del Sinú.

Político y administrativo permaneció rezagada respecto a las principales ciudades de Colombia. Durante algún tiempo un grupo de intelectuales estuvo gestando la idea de que a la ciudad había que repensarla y transformarla de cara al nuevo milenio, pero nada sucedió debido a la carencia esencial de políticos honestos y capaces.

Sostenibilidad ambiental

Las principales actividades de la ciudad son la ganadería y la agroindustria, alentada por la fecundidad del valle del Sinú. Las principales razas de ganado que se crían en el valle del Sinú son el Cebú, Pardo suizo, Holstein y Romosinuano. Además, actualmente se ha desarrollado el ganado doble propósito (Carne y leche) mediante el manejo genético y cruce de las razas Holstein, Pardo suizo, Gyr lechero y Simmental. Estos últimos pueden llegar a costar hasta 800 millones de pesos y son subastados en la ciudad de Medellín (Antioquia) en el concurso nacional de ganadería. Montería es reconocida como la capital nacional de ganadería vacuna, trayendo siempre los primeros lugares en las competiciones vacunas a nivel mundial. Por otra parte, la pesca se realiza de manera artesanal y por un grupo pequeño de pescadores familiares a las orillas del río Sinú. Montería es considerada un importante foco para la economía ganadera y agroindustrial de Colombia.

Montería es la sede principal de la Universidad de Córdoba, reconocida internacionalmente por sus programas como: Ingeniería Agronómica, Ingeniería Industrial, Ingeniería de Alimentos, Ingeniería Ambiental, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Mecánica, Enfermería, Geografía, entre otras.

La principal atracción turística de Montería es la avenida Primera o Veinte de Julio, paralela al río Sinú, donde se encuentra el parque lineal más grande de América Latina, la Ronda del Sinú, desde el cual se puede apreciar el río Sinú que ha inspirado a poetas, pintores y artistas de la región. Llena de luces, colorido y diversas edificaciones, la avenida Primera ofrece un espacio para la cultura y la diversión. Desde allí, es posible apreciar los animales silvestres del parque. También se puede apreciar la Ronda Norte (una extensión de la Ronda del Sinú) que se ubica a orillas del río, aledaña al barrio El Recreo.

Elías Barczuk Pasamán y Sebastián Galarza (07 de febrero, 2022), El territorio misionero, asiste, desde el siglo XV, al paso y a la superposición local constante de un gran número de culturas sumamente diversas. Indígenas guaraníes, conquistadores españoles, fundaciones jesuíticas, bandeirantes paulistas.

Jorge Luís Borges decía: “La imaginación está hecha de convenciones de la memoria. Si yo no tuviera memoria no podría imaginar.” Así también las ideas de paisaje y de dibujo se nutren de la memoria individual.

Natalia Blumer (2021/2022), Desde los inicios de la humanidad, el ser humano ha tenido la necesidad de plasmar todo lo que le rodeaba, su naturaleza, su manera de vivir, entre otros. Ellos encontraron en el dibujo esa especie de lenguaje universal que les sirvió para inmortalizar sus testimonios en relatos gráficos que, hasta la fecha, nos han dado conocimiento de cómo eran estas personas y cuáles fueron las creencias más importantes.

Arboisiere (científico)

Los primeros retratos se remontan al paleolítico y el neolítico, mediante efigies esculpidas de héroes, ancestros o sacerdotes. En la Edad del Bronce el retrato aparece en el siglo V a.C. en las monedas de los reyes persas.

Diego Liarte (s.f.), Aunque pueda parecernos que las primeras fotografías de la historia datan de retratos a personas, no es así. La primera fotografía de la historia, vista desde la ventana en Le Gras, fue tomada por Nicéphore Niépce en 1826, y resulta ser un paisaje visto desde la ventana del tercer piso de su casa de campo en Le Gras (Francia).

Niépce capturó la foto con una cámara oscura enfocada en una hoja de 20 × 25 cm tratados con betún de Judea. Tras ocho largas horas de exposición, conseguimos la fotografía de la imagen de cabecera.

Marco conceptual

Fotografía: Se llama fotografía a una técnica y a una forma de arte que consiste en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándose en forma de imágenes sobre un medio sensible (físico o digital).

La fotografía toda se basa en el mismo principio de la “cámara oscura”, un instrumento óptico que consiste en un compartimento totalmente oscuro dotado de un agujero pequeño en uno de sus extremos, por el cual ingresa la luz y proyecta sobre el fondo oscurecido las imágenes de lo que ocurra afuera del compartimento, aunque invertidas.

Las imágenes obtenidas así también denominadas fotografías o fotos, y son el resultado de décadas de perfeccionamiento de la técnica y de los materiales fotosensibles, hasta lograra la calidad óptica de las cámaras modernas. Además, esta tecnología permite el desarrollo y perfeccionamiento de otras semejantes, incluida la cinematografía.

Es el proceso de proyectar imágenes, capturarlas y plasmarlas, bien por medio del fijado en un medio sensible a la luz o por la conversión en señales electrónicas. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido. Para capturar y guardar esta imagen, las cámaras fotográficas utilizan película sensible para la fotografía química, mientras que en la fotografía digital se emplean sensores tipo CCD, CMOS, etc.; que graban luego las imágenes en memorias digitales. El término fotografía sirve para denominar tanto al conjunto del proceso de obtención de esas imágenes como a su resultado: las propias imágenes obtenidas o «fotografías».

Etimología de la palabra fotografía:

El término «fotografía» proviene del griego φῶς phōs (raíz φωτ- phōt, 'luz'), y γράφω grafo (raíz γράφ- graf, 'rayar, dibujar, escribir') que, en conjunto, significa 'escribir/grabar con la luz'.

El periódico alemán Vossische Zeitung (de 25 de febrero de 1839) contenía un artículo titulado Photographie, en el que se examinaban varias reivindicaciones de prioridad, en especial la de Henry Fox Talbot, en relación con la reivindicación de invención de Daguerre. El artículo es la primera aparición conocida de la palabra en la prensa pública. Estaba firmado "J.M.", se cree que era el astrónomo berlinés Johann von Maedler. También se atribuye al astrónomo John Herschel el haber acuñado la palabra, independientemente de Talbot, en 1839. No obstante, Joan Fontcuberta en su libro El beso de Judas (1997), ha demostrado que Henry Fox Talbot no conocía el griego lo suficiente para poder entender que fotografía significa más bien «escritura aparente» y que en realidad no significa escribir con luz, sino «escritura de las apariencias».

Los inventores Joseph Nicéphore Niépce, Henry Fox Talbot y Louis Daguerre no parecen haber conocido o utilizado la palabra «fotografía», sino que se refirieron a sus procedimientos como «Heliografía» (Niépce), «calotipo» (Talbot) y «daguerrotipo» (Daguerre).

Historia

La invención de la técnica fotográfica es el resultado de la combinación de diversos descubrimientos técnicos relacionados con la captura y tratamiento de las imágenes.

Entre los precursores se encuentran el filósofo chino Mo Di, los griegos Aristóteles y Euclides, se describieron una cámara oscura en los siglos V y IV a.c.; 1011 el matrimonio bizantino Antonio de Tralles que en el siglo VI utilizó una forma de cámara oscura en sus experimentos y cuatro siglos después, el matemático árabe Alhacen hizo un claro y profundo estudio acerca de la cámara oscura y la proyección estenopeica.

Nicéphore Niépce en la década de 1820. En 1826, consiguió su primera imagen (positivo directo) permanente: una vista desde su ventana en Le Gras, utilizando una cámara oscura y como material sensible a la luz una mezcla de betún de Judea. El tiempo de exposición necesario para obtener estas imágenes era muy largo: varias horas en un día soleado. En su búsqueda de un método más efectivo, se asoció con Louis Daguerre y experimentaron con compuestos de plata, fundamentándose en un estudio previo de Johann Heinrich Schulze de 1816, donde mostraba que una mezcla de plata y tiza se oscurecía con la exposición a la luz. Tras la muerte de Niépce en 1833, Daguerre continuó trabajando en solitario, desarrollando en 1837 el procedimiento conocido como daguerrotipo y difundiendo al mundo en 1839. Los estudios previos de Niépce fueron ampliamente superados, y por eso la mayoría de los historiadores consideran que 1839 es el año cero de la fotografía propiamente dicha. términos "positivo y negativo" a las imágenes fotográficas. En 1819, Herschel descubrió el poder solvente del hiposulfito de sodio en torno a las sales de plata Insolubles, estableciendo un precedente a su utilización como un agente fijador en la fotografía. Informó a Talbot y Daguerre de su descubrimiento en 1839, y que este podía ser utilizado para fijar imágenes de un modo permanente. Hizo el primer negativo de cristal a finales de 1839.

En el año 1851, Gustave Le Gray presenta el nuevo procedimiento fotográfico del colodión húmedo. El colodión se vierte líquido sobre las placas de vidrio, muy limpias. A continuación, las placas se sensibilizan en un tanque con nitrato de plata, y se cargan en los chasis. Permite la obtención de imágenes negativas muy nítidas. Se llama «colodión húmedo» porque la placa ha de permanecer húmeda durante todo el procedimiento de toma y revelado de las imágenes. Esto suponía que los fotógrafos tenían que llevar consigo un laboratorio fotográfico portátil, a fin de preparar la placa antes de la toma y proceder a revelar inmediatamente. Se generalizó así el uso de tiendas de campaña y carruajes convertidos en laboratorios para los fotógrafos de viajes que trabajaban en el exterior.

Hasta la década de 1970, las fotografías en blanco y negro aún era el estándar en la toma fotográfica de entonces. Finalmente, en 1990, comenzó la digitalización del ámbito fotográfico: las imágenes son capturadas por un sensor electrónico que dispone de múltiples unidades fotosensibles y desde allí se archivan en otro elemento electrónico que constituye la memoria. La fotografía digital juega un papel importante en la sociedad, es una conexión inmediata entre las personas, debido a que pueden compartirse con facilidad y rapidez por cualquier medio electrónico, a diferencia de la fotografía analógica o Tradicional, en donde se archivaba como un recuerdo en la memoria de algún evento o situación pasada, por el contrario, el tiempo de uso de la fotografía digital es menor e inmediato y esta pierde su razón cuando la persona no la encuentra o la elimina.²⁴

¿Cómo evoluciona la fotografía a través del tiempo a la época actual?

En la actualidad, la fotografía digital se ha convertido en una mezcla de lenguaje, medio de comunicación y arte, sin duda alguna, el mundo de la fotografía ha experimentado una importante evolución en los últimos tiempos, sobre todo, a raíz de la implantación de las nuevas tecnologías en el conjunto de la sociedad. Hoy en día, la fotografía está al alcance de cualquiera, puesto que todas las personas tienen un teléfono móvil a mano. Además, el uso de las fotos se ha estandarizado, gracias en gran parte, a la aparición de las redes sociales.

En este sentido, la tecnología ha jugado un papel muy importante. Y es que, gracias a los avances tecnológicos, ya no hay que revelar y escanear las fotografías, puesto que se pueden trasladar directamente a un sistema informático para imprimirlas. La mejor prueba de ello, la podemos ver reflejada en algunos servicios de impresión de fotos gratis como el que ofrece Hofmann, el cual permite imprimir 50 fotografías al mes.

El papel de la fotografía en el siglo XXI

Si algo está claro es que las fotografías son mucho más que simples imágenes, ya que éstas son capaces de captar lugares, momentos, historias, y en general, una serie de recuerdos que perduraran en el tiempo. Por ello, algunos especialistas señalan que las fotos son una perfecta combinación de lenguaje, medio de comunicación y arte. Pero, ¿para qué se utiliza la fotografía en la actualidad? Con la aparición de la fotografía digital, el mundo visual ha dado pasos de gigante en cuanto a rapidez, abaratamiento de costes y facilidad de uso se refiere, puesto que las personas pueden tomar una gran cantidad de fotografías seguidas y pre visualizarlas al instante. Algo inimaginable para la industria fotográfica del siglo XX, pero que hoy en día se ha convertido en una auténtica realidad.

La fotografía cumple un rol documental o periodístico importante en nuestros días, ya que permite capturar imágenes reales y reproducirlas en medios físicos o digitales, pudiendo así observar eventos que ocurrieron en otras latitudes y/o en otros tiempos históricos.

El motivo por el que cada persona decide empezar a tomar fotografías es muy variado. Quizás por el hecho de que hoy en día todos tenemos una cámara en la mano a cualquier hora del día evita que nos hagamos la famosa pregunta de ¿por qué hacemos fotos? Pero si acceder a una cámara fuera más complicado o caro como pasaba antes de la era digital seguro que nos lo pensaríamos mucho más.

Al principio, la fotografía puede parecer que tan sólo consiste en configurar un diafragma y una velocidad, pero es mucho más que eso. Varios fotógrafos pueden conseguir plasmar de manera totalmente distinta una misma situación.

Al final, lo que estamos haciendo es documentar un hecho. La fotografía se ha utilizado desde su invención para documentar lo que está pasando simplemente mostrar algo tal cual es. Estamos hablando tanto de fotografía deportiva, periodismo, conflictos bélicos, etc.

Arte De La Fotografía

En Manhattan, Nueva York se abrió la famosa Photosecession de Stieglitz que hizo que la fotografía alcanzara estatus de obra de arte e introdujo la vanguardia europea en América, exponiendo obras de Cézanne, Picasso, Matisse entre otros. Luego se sumaron los dadaístas y los surrealistas, quienes tuvieron gran aceptación en América. Para entonces la fotografía era un medio de expresión plástica con valores que radican en el factor mecánico. A Marcel Duchamp se le atribuye la frase «arte es lo que el artista dice que es arte», como una provocación contra el esteticismo elitista dominante.³¹ De esta manera el fotógrafo artista vuelve a recuperar su sensibilidad, su visión singular. Así artistas como Man Ray mezclaban la fotografía con la pintura, el grabado creando imágenes singulares, Collages y fotomontajes.

Costumbres: Una costumbre es una característica propia de la sociedad, un comportamiento común adoptado por varias personas dentro de la comunidad y que la distinguen del resto de las sociedades. Por lo general, se trata de un evento o una situación repetitiva, haciendo de la continuidad de esta una tradición o hábito. Comúnmente viene dada por las características propias de la cultura del entorno social que la maneja. Existen costumbres a largo plazo, por ejemplo, las fiestas patronales.

Arte: El arte es toda manifestación creativa llevada a cabo por el hombre, a través del cual éste podía expresar sentimientos y percepciones sobre sus experiencias vividas. Esta forma de expresión

Permite que sujetos con habilidades artísticas usen su ingenio para crear diferentes obras, construyendo esculturas, realizando poesías o tomando una simple cámara y captar momentos simples, pero profundos. En la antigüedad, el arte era considerado un vehículo potenciado en el que se podían observar, escuchar y sentir los sentimientos sin salir de su estado de abstracción.

Patrimonio cultural: El patrimonio cultural es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que se hallan fuertemente vinculados con la identidad social y cultural de una comunidad, recibidos de las generaciones pasadas.

Metodología

Tipo de investigación.

Para realizar esta investigación se emplea una metodología de práctica de campo descriptiva que nos ayudara a dar respuestas a las preguntas y problemas planteadas, este tipo de investigación consiste en la recopilación de datos directos de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos.

Al determinar con esta investigación que la pérdida de identidad cultural es un problema relevante para la sociedad, dado esto se busca con esta propuesta dar posible respuesta y acción práctica para satisfacer esta necesidad. Es importante y esencial que dicha propuesta se acompañe de una investigación que demuestre fiabilidad para que así esta sea posible realizarla.

Diseño de investigación.

Aplicación de los métodos y técnicas de recolección de información

encuesta: un procedimiento dentro de la investigación cuantitativa en la que el investigador recopila información mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma tríplica, gráfica, tabla o escrita.

Fuentes primaria.

Las fuentes primarias de la cual se obtiene el mayor resultado de la encuesta fue proporcionado por un grupo determinado de jóvenes.

Fuentes secundarias.

El otro porcentaje del resultado lo arrojaron estudiantes del Instituto Tecnológico San Agustín, que son considerados posibles conocedores y miembros de la problemática planteada en el proyecto

En su libro de 1996 *El arte moderno en la cultura de lo cotidiano*, Thomas Crown admite que las radicales ambiciones de la vanguardia artística nunca se hicieron del todo realidad: «La cultura bajo las condiciones del capitalismo desarrollado muestra los dos momentos de la negación y la tendencia, últimamente irresistible, a la acomodación». Para Crown, el valor del arte reside en la lucha constante por mantener la identidad independiente, ya que el arte no es para el mercado sino para los públicos, siempre diversos y cambiantes.³²

Generalidades

Se señala la importancia del marco conceptual que sustenta a la investigación, partiendo de la postura del investigador, por lo que se describen algunas características que favorecen el desarrollo de un buen estudio. Se sugiere realizar un análisis de la literatura existente sobre el tema que se investigará, tomando en cuenta diversas perspectivas: lo señalado por la(s) teoría(s) que pretenden explicar el problema, referidas a la educación, la enseñanza y el aprendizaje del tema, habilidad o competencia en cuestión; el diseño más adecuado para poner a prueba el modelo de enseñanza que se propone; la estrategia de evaluación del aprendizaje más adecuada al contenido y objetivos; y el análisis de los datos recabados que permitan aceptar o rechazar la(s) hipótesis establecidas en el estudio, que se pretende llevar a cabo. Se da una visión muy general del tipo de documentos que se deben revisar y el orden en que se debe hacer, para asegurar que se cuenta con la información suficiente y necesaria para desarrollar un buen proyecto de investigación. Se recomienda iniciar la búsqueda de lo más reciente a lo más antiguo, siempre y cuando sea necesario. Asimismo, ayuda al investigador a aclarar sus intenciones, a refinar su hipótesis, a establecer el tipo de relación que busca entre las variables de interés y ponerla a prueba de la mejor manera, asegurando tanto la calidad teórico-metodológica planteada, como la necesidad de responder a la pregunta de investigación que se plantea, en virtud de su importancia social y educativa, señalando que las fuentes pertinentes existen desde hace ya mucho tiempo. (Lucy María Reidl-Martínez, Mexico D.F).

Cultura se refiere al conjunto de bienes materiales y espirituales de un grupo social transmitido de generación en generación a fin de orientar las prácticas individuales y Colectivas. Incluye lengua, procesos, modos de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, valores, patrones, herramientas y conocimiento. (Andrea Imaginario Especialista en artes, literatura e historia cultural).

Folclor: Es el cuerpo expresivo de la cultura compartida por un grupo particular de personas; abarca las tradiciones comunes a esa cultura, subcultura o grupo. Estas incluyen tradiciones orales, como cuentos, leyendas, proverbios, chistes, música tradicional y cultura material, que va desde los estilos de construcción tradicionales hasta los juguetes hechos a mano. El folclore también incluye las tradiciones, las formas y rituales de las celebraciones como la Navidad y las bodas, las danzas folclóricas y los ritos de iniciación.

Según William Thoms se le atribuye haber inventado la palabra 'folclore' en 1846, cuando envió una carta al Athenaeum.² Inventó esta palabra compuesta para reemplazar varias otras utilizadas en ese tiempo, incluyendo palabras como "antigüedades populares" o "literatura popular".

Fotografía: La fotografía es la técnica y el arte de obtener imágenes fijas y duraderas a través de la proyección de la luz. Esto se logra gracias a materiales que reaccionan químicamente a ella o, más recientemente, en dispositivos electrónicos sensibles a ella.

Medio visual: Son todas aquellas herramientas o dispositivos que tienen la capacidad de comunicar o transmitir mensajes e información de una forma visual. Se podría considerar como un lenguaje muy amplio porque cada cosa que vemos se puede asociar a alguna palabra o un concepto, de manera que le damos sentido a lo que está a nuestro alrededor.

Resultados

Para obtener estos resultados se tuvieron en cuenta una serie de preguntas que trajeron consigo una serie de resultados, los cuales fueron:

Tabla 1

¿Conoces las celebraciones y costumbres de la región?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	58	77%
no	17	23%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

Los encuestados afirman conocer las costumbres por ser representativo como parte importante del patrimonio cultural.

Tabla 2.

¿Consideras que es importante las celebraciones de las fiestas y costumbres de Montería?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	75	100%
no	0	0%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por

Los encuestados afirmaron en su totalidad que la importancia de las celebraciones y costumbres son importantes pues rigen la identidad de la región.

Población

La población que hará parte de esta investigación son un conjunto de elementos, es decir el conjunto poblacional del cual será la muestra exacta para determinar estadísticamente si es viable la ejecución de un proyecto en lo localidad donde se piensa montar, en este caso, con la investigación se halló que la ciudad de Montería- Córdoba cuenta con una población aproximadamente de 516.217 personas, de la cual se saca un porcentaje considerable para establecer la muestra de la encuesta a realizar.

Muestra

La muestra es el conjunto de poblacional que se ha extraído de la población general con ella aplicar estrategias de complicidad de datos que nos darán a conocer las estadísticas en cuanto a nuestro proyecto, al determinar este subconjunto poblacional que sería exactamente 75 personas como referencia.

Población y muestra

$$N = (Z^2) (P) (Q) (N)$$

$$\frac{(N) (E^2) + (Z) (P) (Q)}{}$$

$$N = (1.652) (0.5) (0.5) (124.000)$$

$$\frac{(124.000) (0.01) + 1.65 (0.5) (0.5)}{}$$

$$N = (2.7225) (0.5) (0.5) (124.000)$$

$$\frac{(124.000) (0.01) + 1.65 (0.5) (0.5)}{}$$

$$N = 843975.000$$

$$\frac{(124.000 + 0.412)}{}$$

$$N = 843975.00$$

$$\frac{124.41}{}$$

La muestra total es de 75 personas.

Tabla 3.

¿Asistiría usted a la celebración de las fiestas que impulsan el conocimiento sobre el folclor de esta región?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	62	83%
no	13	17%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

La mayoría de los encuestados afirman que estas fiestas resultan interesantes y da paso al conocimiento cultural de Montería.

Tabla 4.

¿Si usted viera fotos publicitarias que anuncien este tipo de actividades cree que lo motivaría a ir?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	67	90%
no	8	10%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

La mayoría de los encuestados reconocen que entre más fotos publicitarias incentivarán más para participar mientras que una pequeña cantidad no les interesa.

Tabla 5.

¿Crees que el aumento de las tecnologías afecta las actividades culturales?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	56	75%
no	19	25%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

Reconocen que la tecnología suele afectar a la cultura positiva y negativamente, pero más negativa en algunos ya que están adaptando culturas ajenas a las suyas.

Tabla 9.

¿Sería adecuado la intervención de los grupos culturales para promocionar la cultura cordobesa?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	50	67%
no	25	33%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

La mayor parte está de acuerdo y serian de gran ayuda a este proyecto de identidad cultural.

Tabla 10.

¿Es posible promover la identidad cultural en los jóvenes actualmente?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	52	70%
no	23	30%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

La mayoría afirma que los jóvenes pueden ser influenciados a seguir una cultura que represente la región y el poder que tiene el folclor de Montería en ellos.

Tabla 6.

¿Consideras que la adaptación de nuevas tendencias está generando un desapego a las costumbres culturales en Montería?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	71	95%
no	4	5%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

La mayoría reconoce que las tendencias más actuales re direccionan la atención de las actividades culturales haciéndolas perder reconocimiento.

Tabla 7.

¿Consideras importante proteger la identidad cultural de Montería?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	65	87%
no	10	13%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

Más del 80% piensa que la protección de la cultura es importante ya que hace parte de la identidad de la región.

Tabla 8.

¿Consideras que la intervención de la fotografía ayuda a evitar la pérdida de la identidad cultural?

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
si	58	78%
no	17	22%
total	75	100%

Fuente: Elaborado por los autores

Reconocen que la fotografía como medio visual podría ayudar a mantener la identidad cultural.

Bibliografía

Arquitectura pura (s.f.) Arte del retrato, historia, características, estilos y tipos (2,500 ac-presente). [Arte del retrato, historia, características, estilos y tipos \(arquitecturapura.com\)](http://arquitecturapura.com)

Brainly (s.f.) como se realizaban los retratos en la antigüedad. [como se realizaban los retratos en la antigüedad ¡ por favor ! - Brainly.lat](http://brainly.lat)

Carlos Saura (octubre 20, 2020) ¿Cómo he evolucionado la fotografía digital en los últimos años? [¿Cómo ha evolucionado la fotografía digital en los últimos años? \(nuevatribuna.es\)](http://nuevatribuna.es)

Concepto (s.f.). Fotografía, te explicamos que es la fotografía, como se originó y para qué sirve esta técnica. Además, sus características y los tipos que existen. [Fotografía: Concepto, Historia, Tipos y Características](#)

Diccionario de cáncer del NCI (s.f.). Definición de cultura. <https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionarios/diccionario-cancer/def/cultura>

Editorial, etece (2013) patrimonio cultural, te explicamos que es el patrimonio cultural en su forma material e inmaterial. Además, ejemplos en México y en el resto del mundo. [Patrimonio Cultural - Concepto, tipos y ejemplos](#)

Editorial, etece (marzo 27, 2019) fotografía. [Fotografía: qué es, tipos, elementos y características \(humanidades.com\)](#)

El mundo infinito (s.f.) medio visuales- características. [Medios visuales - Características | El Mundo Infinito](#)

Juliana Bueno (enero 26, 2015) acerca de la fotografía de Susan Sontag. [Acerca de Sobre la Fotografía de Susan Sontag - Lectura Abierta \(lectura-abierta.com\)](#)

Juliana Raigosa Montoya (s.f.). pérdida de la diversidad cultural. https://www.elcolombiano.com/historico/perdida_de_la_diversidad_culturalIWec_83946#:~:text=En%20conclusi%C3%B3n%2C%20la%20eliminai%C3%B3n%20de,las%20ra%C3%ADces%20que%20nos%20han

Lucy Maria Reidl-Martinez (julio 2012) Marco conceptual en el proceso de investigación. [Marco conceptual en el proceso de investigación | Investigación en Educación Médica \(elsevier.es\)](#)

María Isabel Sierra Quiñones, Heidi Paola Flórez Aldana (s.f.) fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto. [Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes .pdf \(unilibre.edu.co\)](#)

Mariana Pérez (s.f.) arte. [ConceptoDefinición | ¿Qué es el Arte? » Su Definición, Tipos y Elementos 2022 \(conceptodefinition.de\)](#)

Maribel Coromoto Contreras Nava Yolvy Javier Quintero (noviembre 2011). Los patrimonios culturales y el ser humano: una relación a encontrar. <https://www.eumed.net/rev/cccs/14/cnjq.html>

Oscar Condes (diciembre 23, 2020) el mundo de la fotografía en 2020: que ha pasado en este año “raro” “raro”. ["El mundo de la fotografía en 2020: qué ha pasado en este año raro raro \(xatakafoto.com\)](http://xatakafoto.com)

Significados (septiembre 30, 2019) ¿Qué es la cultura?. [Qué es la Cultura \(Concepto, Ejemplos, Características y Tipos\) - Significados](#)

Wikipedia.org (10 de junio de 2015) “información general de Montería”. Alcaldía del municipio de montería archivado desde el original. https://es.wikipedia.org/wiki/Monter%C3%ADa#cite_note-7

Wikipedia.org Real academia española (1 de mayo de 2017). Folclore diccionario de la lengua española (23ª edición). [Folclore - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)

Wikipedia.org Sims, Martha, Martine Stephens (2005) William Thoms. [William Thoms - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)

Wikipedia.org. Real academia española (s.f.) la fotografía diccionario de la lengua española (23ª edición). [Fotografía - Wikipedia, la enciclopedia libre](#)

Wikipedia (s.f.) procesos fotográficos. https://es.wikipedia.org/wiki/Procesos_fotogr%C3%A1ficos#Procesos_fotogr%C3%A1ficos



Diseño De Un Programa De Cuidados De Enfermería Dirigido A Cuidadores Primarios De Niños Con Parálisis Cerebral Infantil En Cereté Córdoba

Sabina Primera Daguer

Resumen

La Parálisis Cerebral Infantil (PCI) impone desafíos sustanciales a los cuidadores primarios, afectando la calidad de vida de los niños y sus encargados. Este proyecto, situado en Cereté, Córdoba, propone un programa de cuidado de enfermería destinado a mejorar la situación de estos cuidadores, con una metodología de Investigación Acción Participativa (IAP) involucra directamente a los participantes, guiando la investigación desde la encuesta inicial hasta el diseño del programa. Los resultados revelan que más del 50% de los cuidadores perciben su calidad de vida como insatisfactoria, y más del 80% evalúa la salud física de los niños como deficiente. La falta de información y capacitación se destaca como un problema significativo. Por todo esto la propuesta de mejora consiste en charlas educativas lideradas por auxiliares de enfermería para abordar las deficiencias identificadas y se concluye que este enfoque podría no solo proporcionar conocimientos esenciales a los cuidadores, sino también establecer una red de apoyo común, destacando la importancia de abordar la falta de información y brindar apoyo continuo para mejorar la calidad de vida tanto de los niños con PCI como de quienes los cuidan.

Palabras clave: *Parálisis Cerebral Infantil, cuidadores, calidad de vida.*

Abstract

Infantile Cerebral Palsy (CPI) imposes substantial challenges on primary caregivers, affecting the quality of life of children and their caregivers. This project, located in Cereté, Córdoba, proposes a nursing care program aimed at improving the situation of these caregivers, with a Participatory Action Research (PAR) methodology that directly involves the participants, guiding the research from the initial survey to the program design. The results reveal that more than 50% of caregivers perceive their quality of life as unsatisfactory, and more than 80% evaluate the children's physical health as poor. Lack of information and training is highlighted as a significant problem. For all this, the improvement proposal consists of educational talks led by nursing assistants to address the identified deficiencies and it is concluded that this approach could not only provide essential knowledge to caregivers, but also establish a common support network, highlighting the importance of Address the lack of information and provide ongoing support to improve the quality of life of both children with PCI and their caregivers.

Keywords: *Infantile Cerebral Palsy, caregivers, quality of life.*

Introducción

Parálisis cerebral infantil (PCI) es un grupo de trastornos que afectan la capacidad de una persona para moverse y mantener el equilibrio y la postura. La parálisis cerebral infantil (también abreviada parálisis cerebral) es causada por el desarrollo anormal del cerebro o por daño al cerebro en desarrollo, que afecta la capacidad de la persona para controlar los músculos.

La parálisis cerebral infantil (PCI) es un síndrome cuyo origen está localizado en el Sistema Nervioso Central (SNC), primera neurona o neurona motora superior; eso implica que casi todos los niños con PCI presentan, además de los defectos de la postura y movimiento, otros trastornos asociados. Es la causa más frecuente de discapacidad motriz en la edad pediátrica. El peso y la edad de gestación son los factores más relacionados con la presencia de PCI.

La parálisis cerebral infantil (PCI) es una enfermedad que afecta directamente a los cuidadores primarios de estos niños, es por eso que en este proyecto presentaremos un programa de enfermería que está diseñado para los cuidadores, estos que a su vez tiene un vínculo más cercano con la persona que presenta una discapacidad y por consiguiente este cuidador participa en la toma de decisiones, supervisa, apoya o realiza las actividades de la vida diaria que compensan la disfunción que tiene el niño dependiente.

Por tanto, esta persona puede sufrir el deterioro de su salud física, psicológica, su bienestar social, su bienestar espiritual, en general sufre el trastorno de toda su funcionalidad diaria, por todo esto se hace sumamente importante que se le preste toda la atención a generar condiciones para que estas personas tengan un apoyo y así mejoren sus condiciones y de paso las del niño con parálisis cerebral.

Marco Referencial

Estado del Arte

La parálisis cerebral infantil puede afectar de manera significativa la vida del niño como de su cuidador, por la gran cantidad de desafíos a los que se pueden enfrentar, en este estado del arte se busca examinar la literatura actual sobre este tema.

En primer lugar, tenemos un estudio titulado "calidad de vida de cuidadores familiares de niños con parálisis cerebral en la fundación semillas de esperanza de montería" donde Cavadía Hernández, Y. P., & Vásquez de La Ossa, B. (2013) al estudiar la calidad de vida de 48 cuidadores de niños con parálisis cerebral, evidencian aspectos negativos a nivel físico como fatiga, ausencia de apetito, dolor leve en diferentes partes del cuerpo, y cambios en el sueño, a nivel psicológico algo de depresión, a nivel social la búsqueda de apoyo y la carga económica, encontrándose con más aspectos negativos que positivos, se indica la importancia de facilitar medidas de enfermería para disminuir su sobrecarga. Cabe resaltar que este es el estudio más cercano a escala local, encontrado sobre el tema, por haberse realizado en Montería.

Por otro lado, García, S., Martínez, J., & Castellanos, V. (2017), en su investigación "Los retos del cuidador del niño con parálisis cerebral" publicado en la revista ciencia; señalan que las intervenciones psicoeducativas son decir basadas en la necesidad de educación de los padres o cuidadores están entre los procedimientos más efectivos para reducir el malestar de niños con pci, haciendo énfasis en la participación activa de los miembros de la familia o quien se encargue de su cuidado como centro del tratamiento, lo que disminuye la carga y el estrés del proceso en el cuidador y mejora la calidad de vida del niño.

También, tenemos un trabajo realizado en la universidad de Zaragoza, por Pérez Mateo, S(2016), titulado "programa de educación para la salud dirigido a cuidadores principales de niños con parálisis cerebral infantil" en el cual se diseña un programa de 5 secciones con los cuidadores dirigido por una enfermera, en estas 5 secciones se distribuye una serie de talleres, charlas y debates entre los 12 cuidadores participantes y así mismo unas encuestas al inicio y final del programa, que permitan evaluar el estado inicial de los participantes y el estado de conocimientos aprendidos al finalizar. Que nos ayuda como referencia o punto de partida para diseñar un programa que logre abarcar las necesidades de los cuidadores de niños con PCI en el municipio de Cereté.

Y por último, uno de los estudios más recientes en el tema, es el de Arroyo Aguado, N. (2022) de la universidad de Valladolid titulado "calidad de vida de los cuidadores informales de niños que padecen parálisis cerebral", donde al realizar una revisión bibliográfica para describir la calidad de vida de cuidadores de niños con PC, logra evidenciar como estos cuidadores presentan una sobrecarga, y como la evidencia sobre esta enfermedad y su repercusión en la carga de estos familiares es muy escasa y sirve como una base para se desarrollen nuevos estudios de enfermería que busquen dotar a estos cuidadores de los recursos que necesitan para una atención adecuada de sus niños sin que se convierta en una sobrecarga para ellos.

Marco Teórico

SopORTE Contextual:

Cereté es un municipio del departamento de Córdoba, es muy alegre tranquilo, conocido por ser la capital del oro blanco debido a que su economía gira mayormente alrededor del cultivo de algodón. El municipio de Cereté se encuentra ubicado en el departamento de Córdoba, al norte del país. Se encuentra ubicada a 12 metros sobre el nivel del mar y tiene una temperatura promedio de 27 grados centígrados. Cereté está ubicada a 18 kilómetros de Montería capital del departamento y cuenta con un área municipal de 266 kilómetros cuadrados.

El Municipio de Cereté se ubica en la cuenca hidrográfica del Río Sinú, en la zona denominada Medio Sinú, por su ubicación se constituye como epicentro de intercomunicaciones y centro de interconexión vial de la Troncal de Occidente a escasos 18 kilómetros de la capital del Departamento de Córdoba, la ciudad de Montería, y en la misma vía a 9 kilómetros se encuentra el aeropuerto "Los Garzones".

Limita por el norte con los Municipios de San Pelayo y Chimá, por el este con el Municipio de Ciénaga de Oro, por el oeste con el Municipio de Montería y por el sur con los Municipios de San Carlos y Montería. Políticamente el municipio se encuentra conformado por nueve (9) corregimientos integrados por cincuenta y seis (56) veredas en el sector rural y cincuenta y dos (52) barrios en la zona urbana. El centro geográfico del Municipio corresponde a la coordenada 75°42' longitud oeste y 8°50' latitud norte, con respecto al meridiano de Greenwich, su extensión total es de 6.293 Km. (Córdoba-Cereté.) (s/f).

Soporte Histórico:

El término “parálisis cerebral” (PC) tiene su origen en 1862 cuando William John Little, un cirujano ortopedista inglés, presentó sus observaciones en un grupo de niños con alteraciones del tono y el desarrollo que él describió como “rigidez espástica”. Notó que muchos de estos niños tenían antecedentes de trabajo de parto prolongado, difícil o presentación distócica, postulando que los trastornos motores observados en estos niños eran resultado de trastornos en el proceso del nacimiento. Esta idea fue aceptada durante alrededor de un siglo. En 1897 el neurólogo Sigmund Freud planteó en su obra “Parálisis cerebral” que estas dificultades perinatales eran resultado de anomalías preexistentes en el feto más que la causa misma de la parálisis cerebral.

Durante gran parte del siglo XX, la comprensión y el tratamiento de la PCI fueron limitados. Se creía que la causa principal era la falta de oxígeno durante el parto, y se recomendaba reposo y fisioterapia como enfoques terapéuticos. Sin embargo, se descubrió que muchas otras causas, como anomalías cerebrales congénitas o lesiones cerebrales adquiridas durante el desarrollo, también podían contribuir a la PCI.

A medida que avanzaba la medicina y se desarrollaba la tecnología, se hicieron avances significativos en la comprensión y el tratamiento de la PCI. En la década de 1950, la introducción de la neuroimagen, como la tomografía computarizada (TC) y la resonancia magnética (RM), permitió una mejor visualización de las anomalías cerebrales asociadas con la PCI.

En las últimas décadas, la atención se ha centrado en la intervención temprana y multidisciplinaria para abordar las necesidades de los niños con PCI.

La investigación continúa en busca de tratamientos más efectivos para la PCI, incluyendo terapias basadas en la neuroplasticidad y la estimulación cerebral no invasiva. También se están explorando enfoques genéticos y terapias con células madre para abordar las causas subyacentes de la condición.

Soporte Conceptual:

Anormal: Describe un estado, una afección o un comportamiento que no son habituales o que son diferentes de lo que se considera normal.

Calidad de vida relacionada con la salud (CVRS): La definición de la calidad de vida relacionada con la salud (CVRS) parte de la definición de la salud de la OMS en 1948 que la describe como “un estado de completo bienestar físico, emocional y social y no solo como ausencia de la enfermedad”.

Cerebral: El término "cerebral" se refiere a todo aquello relacionado con el cerebro, el órgano central del sistema nervioso. Esta compleja estructura desempeña un papel crucial en funciones como el pensamiento, la memoria, la coordinación motora y la regulación de diversas actividades corporales. La connotación "cerebral" implica una conexión directa o indirecta con los procesos neurológicos y cognitivos que tienen lugar en el cerebro, abarcando aspectos que van desde la salud mental hasta las funciones motoras y sensoriales.

Cuidador primario: Un cuidador primario es aquella persona que asume la responsabilidad principal y la mayor carga en el cuidado y apoyo de un paciente. Esta figura desempeña un papel fundamental en proporcionar atención continua y constante a aquellos que enfrentan desafíos de salud o dependencia. El cuidador primario no solo se encarga de las necesidades físicas del paciente, como la administración de medicamentos y la asistencia en actividades diarias, sino que también brinda apoyo emocional y social. Esta dedicación a menudo implica una conexión profunda con la persona cuidada, implicando aspectos afectivos y prácticos en la búsqueda de mejorar la calidad de vida del paciente. El cuidador primario desempeña un papel vital en la creación de un entorno propicio para el bienestar del paciente, siendo una fuente crucial de estabilidad y comprensión en su jornada de atención y recuperación.

Cuidados de enfermería: Es toda la atención especializada que pueda recibir una persona, bien sea de manera preventiva o cuando se encuentre enferma, bien sea que esté recluida en una institución de salud o en su casa. Para prestar esa atención, que es gran parte de la responsabilidad del personal de enfermería, debe encargarse de monitorear la salud del paciente para poder ayudarlo o asistirlo en el momento que este lo requiera. Las atenciones que se le brinden dependen de las características que su estado de salud presente en un momento específico.

Discapacidad: "La discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno, que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás". (Convención de la ONU, 2006)

Enfermería: La enfermería abarca el cuidado autónomo y colaborativo de personas de todas las edades, familias, grupos y comunidades, enfermos o sanos y en todos los entornos. Los enfermeros están en la línea de acción en la prestación de servicios y desempeñan un papel importante en la atención centrada en la persona. (OPS)

Función motora: La función motora es definida como "la capacidad de aprender o demostrar la habilidad de iniciación, mantenimiento, modificación, y control de posturas voluntarias y patrones de movimiento".

Lesión no progresiva: Una lesión no progresiva se caracteriza por la ausencia de cambios evolutivos en su extensión o gravedad a lo largo del tiempo. Esto implica que, una vez ocurrida, la lesión no tiende a aumentar ni a disminuir en su impacto o alcance. En otras palabras, no es un trastorno degenerativo, lo que sugiere estabilidad en la condición afectada. Este tipo de lesiones pueden deberse a diversos factores, como traumas o eventos específicos, y a diferencia de las condiciones progresivas, no muestran una tendencia intrínseca a empeorar con el tiempo.

Parálisis: Significa debilidad o problemas con el uso de los músculos.

Parálisis cerebral infantil (PCI): Es un grupo de trastornos que afectan la capacidad de una persona para moverse y mantener el equilibrio y la postura. Es la discapacidad motora más frecuente en la niñez.

Patología: Según los diccionarios médicos la Patología es la ciencia médica y la práctica de la especialidad concerniente a todos los aspectos de la enfermedad, pero especialmente con la naturaleza esencial, causas y desarrollo de condiciones anormales, así como con los cambios estructurales y funcionales que resultan del proceso de enfermedad.

Patología: Según los diccionarios médicos la Patología es la ciencia médica y la práctica de la especialidad concerniente a todos los aspectos de la enfermedad, pero especialmente con la naturaleza esencial, causas y desarrollo de condiciones anormales, así como con los cambios estructurales y funcionales que resultan del proceso de enfermedad.

Soporte Legal

En el contexto del presente proyecto, se destacan diversas normativas colombianas que respaldan el papel y la situación de los cuidadores de pacientes con discapacidad, particularmente la PCI, así como ciertos aspectos relacionados con la calidad de vida. Estas normas son:

La Ley 33 de 2009, específicamente en sus artículos del 1 al 10, reconoce y establece la figura jurídica del Cuidador Familiar en casa para personas en estado de dependencia. Esta ley modifica parcialmente la Ley 100 de 1993, abordando situaciones donde individuos, debido a condiciones físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, dependen de otros para llevar a cabo actividades esenciales en su vida diaria.

La Ley 1616 del 21 de enero de 2013 expide la Ley de Salud Mental y aborda la promoción de la salud mental y la prevención de la enfermedad mental, aspectos cruciales para la atención integral de personas con discapacidad.

El CONPES 166 de 2013 adopta la Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social. Esta normativa respalda la obtención de información pertinente y oportuna sobre la situación de las personas con discapacidad dentro del Sistema Nacional de Discapacidad. La Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social (PPDIS) tiene como objetivo asegurar el pleno goce de derechos y el cumplimiento de deberes de las personas con discapacidad, así como de sus familias y cuidadores.

Estas leyes y políticas proporcionan un marco legal sólido que respalda la atención y el bienestar de las personas con discapacidad, así como de sus cuidadores, ofreciendo orientación y apoyo para el desarrollo del proyecto en cuestión.

Metodología

Tipo de Investigación y Método

Se lleva a cabo el tipo de investigación acción participativa (IAP), que es un enfoque de investigación que involucra directamente a los participantes en todas las etapas del proceso de investigación, como en este proyecto que se relaciona con la calidad de vida de niños con Parálisis Cerebral Infantil (PCI) y sus cuidadores, la IAP nos ayuda a empoderar a los cuidadores y permitirles contribuir activamente en la mejora de su calidad de vida, esto a través de diferentes pasos, primero se realiza la encuesta que nos permite involucrar a los cuidadores y su opinión para conocer su perspectiva y necesidades, con base a esos resultados ya que sea su opinión la que nos permita aportarles los conocimientos que estos requieren para apoyar su labor de cuidado buscando la mejora de la calidad de vida de ambos. Así mismo el método a utilizar fue el método inductivo, ya que partimos de la información particular tomada de las respuestas a las encuestas realizadas a cada cuidador que nos ayudan a llegar a conclusiones generales de las dificultades que estos pueden presentar, para llegar a definir los aspectos en los que se puede mejorar esta situación con la ayuda de los conocimientos del auxiliar de enfermería.

Diseño de la investigación

Para obtener la información necesaria que permita continuar con el desarrollo del proyecto, se realiza una encuesta dirigida a una muestra representativa de personas del municipio de Cereté que son cuidadores primarios de niños con PCI.

Fuentes de información

Fuentes primarias

Es el cuestionario de 20 preguntas cerradas que se le va a aplicar a una muestra representativa de cuidadores o familiares de los niños con parálisis cerebral infantil del municipio de Cereté Córdoba.

Fuentes secundarias

Estas fuentes de información son obtenidas fundamentalmente a través de Internet, utilizando bases de datos como Google académico, PubMed, Science Direct, Dialnet y SciELO. Otras fuentes de información empleadas fueron las páginas web oficiales de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el ministerio de salud.

Población y Muestra:

La población objetivo son los cuidadores primarios de niños con PCI en Cereté. La muestra se determinó utilizando la ecuación estadística de población finita, resultando en una selección de 9 cuidadores para la aplicación de la encuesta.

Proceso de Encuesta:

La encuesta consta de 20 preguntas cerradas, abordando aspectos como la percepción de la calidad de vida, conocimientos sobre PCI y necesidades de apoyo. La información recopilada orienta la formulación de estrategias y contenido para el programa de cuidado.

Resultados

Las entrevistas a los cuidadores de niños con parálisis cerebral revelan una situación compleja y desafiante. La mayoría de los cuidadores ha estado desempeñando este rol durante un período significativo, con más del 88% dedicando más de un año a esta labor, destacando la dedicación prolongada de algunos de ellos durante más de tres años.

A pesar de la prolongada experiencia, la adaptación del entorno físico para satisfacer las necesidades del niño es una preocupación evidente. Solo un 11.1% considera que su entorno está totalmente adaptado, mientras que más de la mitad (55.6%) lo percibe como parcialmente adaptado, y un 33.3% opina que no está adaptado al niño con parálisis cerebral.

La falta de apoyo emocional es otra preocupación significativa, con más de la mitad de los cuidadores (55.6%) expresando incertidumbre sobre la suficiencia del apoyo emocional recibido. Además, el 33.3% afirma no tener suficiente apoyo emocional en su rol como cuidador.

En cuanto al apoyo de profesionales de la salud, solo una minoría (22.2%) recibe apoyo regular, y más de un tercio (33.3%) no recibe ningún tipo de apoyo de trabajadores del área de la salud. El impacto negativo de la parálisis cerebral en la calidad de vida del niño es un consenso entre los cuidadores, con todos ellos reconociendo algún grado de impacto negativo, ya sea significativo (55.6%) o moderado (44.4%).

El estrés es una constante en la vida de estos cuidadores, con el 88.8% reportando niveles moderados o altos de estrés relacionado con el cuidado del niño. Solo un 11.1% evalúa su nivel de estrés como bajo. La vida social de los cuidadores se ve considerablemente afectada, con un 66.7% experimentando cambios significativos, lo que destaca la necesidad de un mayor apoyo social.

La insatisfacción con la cantidad de información y recursos disponibles es generalizada, con un 88.9% de los cuidadores considerando que la información y los recursos son insuficientes para el cuidado de niños con parálisis cerebral. Aunque la mayoría recibe algún grado de apoyo de la familia, solo un 22.2% considera que recibe mucho apoyo, subrayando la necesidad de fortalecer la red de apoyo familiar. La dedicación diaria al cuidado directo del niño es notable, con un 77.8% dedicando más de 6 horas al día, lo que destaca la intensidad del cuidado requerido.

La capacitación específica para el cuidado de niños con parálisis cerebral es limitada, con un 55.6% recibiendo información básica y un tercio (33.3%) sin recibir capacitación alguna. La total dependencia del niño en actividades diarias es un aspecto uniformemente reportado, con el 100% de los cuidadores indicando que el niño es completamente dependiente y requiere asistencia en todas las actividades.

A pesar de los desafíos, la relación emocional entre los cuidadores y los niños es mayormente positiva, con un 77.8% describiendo la relación como muy cercana y afectuosa. La percepción de la influencia positiva de los cuidadores en el bienestar del niño es fuerte, con un 66.7% afirmando que sus acciones y cuidados definitivamente impactan positivamente en la calidad de vida del niño.

En términos de conocimiento sobre la parálisis cerebral, la mayoría (77.8%) tiene un conocimiento básico sobre las causas y el diagnóstico, destacando la necesidad de información más especializada. El conocimiento sobre pautas de alimentación y nutrición es variado, con un 55.6% con conocimientos básicos y un 22.2% con un buen conocimiento.

El conocimiento sobre cuidado personal, higiene y cambios de posición es en su mayoría básico (66.7%), aunque un 22.2% tiene un buen conocimiento. El conocimiento sobre adaptaciones y ayudas técnicas es limitado, con un tercio (33.3%) sin conocimiento y solo un 22.2% familiarizado/a con ellas. La percepción de la calidad de vida del niño varía, con un 44.4% considerándola deficiente, un 44.4% regular y un 11.1% buena.

En términos de satisfacción general con la calidad de vida, la mayoría (66.7%) la define como poco satisfactoria tanto para el niño como para el cuidador. Todos estos resultados sugieren que los cuidadores de niños con parálisis cerebral enfrentan desafíos significativos, desde la adaptación del entorno y la falta de apoyo emocional hasta la insuficiencia de información y recursos. La dedicación diaria es intensa, y la satisfacción general con la calidad de vida es baja. Se destaca la necesidad de intervenciones que aborden estos desafíos de manera integral, brindando no solo apoyo emocional y social, sino también recursos educativos y de capacitación específica para mejorar la calidad de vida tanto de los niños como de sus cuidadores.

Conclusiones

Además de la falta de conocimiento local sobre la parálisis cerebral infantil, los resultados de la encuesta revelan la necesidad crítica de programas educativos y de apoyo para los cuidadores. La duración promedio de 3 a 6 años y de 6 años en adelante en el rol de cuidadores destaca la persistencia de los desafíos a los que se enfrentan, subrayando la importancia de abordar estas deficiencias de conocimiento y brindar recursos continuos. Se destaca la fortaleza de las relaciones afectuosas entre los cuidadores y los niños con parálisis cerebral. Sin embargo, es evidente que, aunque haya dedicación y amor, se requieren estrategias más efectivas para mejorar la calidad de vida tanto del cuidador como del niño. La capacitación y el apoyo adecuados pueden transformar estas relaciones en experiencias más enriquecedoras y satisfactorias.

El reconocimiento de la necesidad de apoyo y capacitación se convierte en un llamado a la acción para instituciones locales y organizaciones gubernamentales. La implementación de programas educativos continuos puede ser una herramienta valiosa para equipar a los cuidadores con habilidades actualizadas y relevantes, así como para mejorar su propia percepción de calidad de vida.

Recomendaciones

Para mejorar el impacto del proyecto, se recomiendan las siguientes medidas:

- Se sugiere la diversificación de los métodos utilizados en el proyecto para abordar diferentes estilos de aprendizaje.
- La ampliación del alcance del proyecto para llegar a más cuidadores y niños en la comunidad podría maximizar su impacto y contribuir a una conciencia más amplia sobre la parálisis cerebral.
- El apoyo no debe limitarse al período de duración del proyecto. Se recomienda establecer estructuras para ofrecer asistencia continua a los cuidadores, permitiéndoles superar obstáculos a largo plazo y aplicar de manera efectiva los conocimientos adquiridos.
- La colaboración con instituciones de salud, educación y servicios sociales puede fortalecer aún más el proyecto. La interconexión entre estas entidades puede garantizar un enfoque integral para abordar las diversas necesidades de los niños con parálisis cerebral y sus cuidadores.
- Se sugiere implementar un sistema de evaluación continua para medir el impacto a lo largo del tiempo. Esto permitirá ajustar el proyecto según sea necesario y garantizar su relevancia y efectividad a lo largo del tiempo.

Al seguir estas recomendaciones, el proyecto puede convertirse en un modelo ejemplar para mejorar la calidad de vida de los niños con parálisis cerebral y sus cuidadores, marcando el camino hacia una atención más informada, compasiva y sostenible.

Bibliografía

Arroyo Aguado, N. (2022). Calidad De Vida De Los Cuidadores Informales De Niños Que Padecen Parálisis Cerebral. Revisión Bibliográfica. Uva.es. <https://Uvadoc.Uva.Es/Bitstream/Handle/10324/54046/Tfg-H2411.Pdf?Sequence=1>

Articulo/Cordoba-NinosDiscapacitados-Les-NieganDerecho-La-Salud/432328-3/Córdoba-Cereté. (S/F).

Cavadía Hernández, Y. P., & Vásquez De La Ossa, B. (2013). Calidad De Vida De Cuidadores Familiares De Niños Con Parálisis Cerebral En La Fundación Semillas De Esperanza De Montería. Repositorio.Unicordoba.Edu.Co. <https://Repositorio.Unicordoba.Edu.Co/Handle/Ucordoba/814>

Cdcespanol. (2022, Mayo 5). ¿Qué Es La Parálisis Cerebral Infantil? Centers For Disease Control And Prevention. <https://Www.Cdc.Gov/Ncbddd/Spanish/Cp/Facts.Html>

Colombiaturismoweb.Com. Recuperado El 21 De Abril De 2023, De <http://Www.Colombiaturismoweb.Com/Departamentos/Cordoba/Municipios/Cerete/Cerete.Htm>

Córdoba: A Niños Discapacitados Les Niegan Derecho A La Salud. (2015). Semana. <https://Www.Semana.Com/Nacion/>

De La Cruz, M. P. R., & López, M. D. M. (2008). Plan De Cuidados En Un Niño Con Parálisis Cerebral. Desarrollo Del Rol Del Cuidador. Evidentia: Revista De Enfermería Basada En La Evidencia, 5(22), 5.

Euroinnova Business School. (2022, Diciembre 14). Tipos De Cuidados De Enfermería - Cursos Online. Euroinnova Business School. <https://Www.Euroinnova.Co/Blog/Tipos-De-Cuidados-De-Enfermeria>

Evaluating The Impact Of A Community Based Parent Training Programme For Children With Cerebral Palsy In Ghana. (S/F). Cbm.Org.

García, S., Martínez, J., & Castellanos, V. (2017). Los Retos Del Cuidador Del Niño Con Parálisis Cerebral. Revista Ciencia. https://Www.Revistaciencia.Amc.Edu.Mx/Images/Revista/68_2/Pdf/Retoscuidadorparaliscerebral.Pdf

Gómez-Aristizábal, L. Y., Avella-Tolosa, A., & Morales, L. A. (S/F). Observatorio De Discapacidad De Colombia The Observatory Of Disability Of Colombia. <https://Doi.Org/10.17533/Udea.Rfns.p.V33n2>

Gómez-López, Simón, Jaimes, Víctor Hugo, Palencia Gutiérrez, Cervia Margarita, Hernández, Martha, & Guerrero, Alba. (2013). Parálisis Cerebral Infantil. Archivos Venezolanos De Puericultura Y Pediatría, 76(1), 30-39.

Lemus, N., Parrado, R., & Quintana, G. (2014). Calidad De Vida En El Sistema De Salud. Revista Colombiana De Reumatología, 21(1), 1-3. [https://Doi.Org/10.1016/S0121-8123\(14\)70140-9](https://Doi.Org/10.1016/S0121-8123(14)70140-9)

Ministerio De Salud Y Protección Social. (S/F). Política Pública Nacional De Discapacidad E Inclusión Social. Minsalud.Gov.Co. <https://Minsalud.Gov.Co/Proteccionsocial/PromocionSocial/Discapacidad/Paginas/Politica-Publica.AspX>

Ops. (S/F). Enfermería. <https://Www.Paho.Org/Es/Temas/Enfermeria#:~:Text=La%20enfermer%C3%Ada%20abarca%20el%20cuidado,Y%20en%20todos%20los%20entornos.>

Peláez Cantero, M. J., Moreno Medinilla, E. E., Cordon Martínez, A., & Gallego Gutiérrez, S. (2021). Abordaje Integral Del Niño Con Parálisis Cerebral. Anales De Pediatría (English Edition), 95(4), 276.E1276.E11.

Pérez Mateo, S. (2016). Programa De Educación Para La Salud Dirigido A Cuidadores Principales De Niños Con Parálisis Cerebral Infantil. Repositorio Institucional De Documentos Unizar. [Https://Zaguan.Unizar.Es/Record/94907](https://Zaguan.Unizar.Es/Record/94907)

Pérez Mateo, S. (2016). Programa De Educación Para La Salud Dirigido A Cuidadores Principales De Niños Con Parálisis Cerebral Infantil. Repositorio Institucional De Documentos Unizar. [Https://Zaguan.Unizar.Es/Record/94907](https://Zaguan.Unizar.Es/Record/94907)

Rangel-Domínguez, N. E. (S/F). Manual De Apoyo Para Cuidadores Primarios. Cuidadospaliativos.Org. [Https://Www.Cuidadospaliativos.Org/Uploads/2014/10/Guia-De-Solucion-De-Problemas.Pdf](https://Www.Cuidadospaliativos.Org/Uploads/2014/10/Guia-De-Solucion-De-Problemas.Pdf)

Robaina Castellanos, Gerardo R., Riesgo Rodríguez, Solangel De La C. And Robaina Castellanos, Martha S. Evaluación Diagnóstica Del Niño Con Parálisis Cerebral. Rev Cubana Pediatr, Jun 2007, Vol.79, No.2, P.0-0. Issn 0034-7531



Chorizo Vegetariano a Base De Quinua y Lenteja

Liz Vanessa De La Hoz Sánchez
Sharik Paola Ortega Chica
María Carolina Parra Urueta
Sila Fernanda Cuadrado Fuentes

Resumen

El impacto ambiental de la producción tradicional de carne es significativamente alto, siendo la deforestación, las emisiones de gases de efecto invernadero y el consumo excesivo de agua los principales culpables. Sin embargo, al brindar una alternativa basada en cereales y legumbres como *lentejas* y *quinua*, podemos promover prácticas más sostenibles en la industria alimentaria y al mismo tiempo reducir el impacto al medio ambiente.

Como objetivo general tenemos, desarrollar un producto alimenticio innovador y sostenible, concretamente un chorizo a base de *lenteja* y *quinua* como una alternativa sostenible y saludable a los productos cárnicos tradicionales, contribuyendo a la diversificación de la oferta alimentaria y la reducción de impactos negativos en la salud, el medio ambiente y el bienestar animal.

En esta investigación, se emplea una metodología de enfoque descriptivo con el propósito de analizar y describir con detalle; fenómenos, situaciones y eventos específicos. Este enfoque nos permite comprender cómo se manifiestan en un contexto determinado, lo que a su vez nos ayuda a identificar la estrategia más adecuada para alcanzar nuestro objetivo propuesto.

El diseño de la investigación se basa en una encuesta de cuestionario estructurado, donde se administró un cuestionario con un conjunto de preguntas predefinidas a una muestra representativa de 357 participantes.

Finalmente, el proyecto de chorizos vegetarianos presenta resultados alentadores en cuanto a la aceptación general del producto, destacando su sabor, textura y valor nutricional. Sin embargo, se identifica la necesidad de abordar las preferencias de aquellos que expresaron desagrado o no han probado el producto.

Palabras claves: *chorizo, lenteja, quinua, vegano*

Abstract

The environmental impact of traditional meat production is significantly high, with deforestation, greenhouse gas emissions and excessive water consumption being the main culprits. However, by providing an alternative based on grains and legumes such as lentils and quinoa, we can promote more sustainable practices in the food industry while reducing the impact on the environment.

Our general objective is to develop an innovative and sustainable food product, specifically a chorizo based on lentils and quinoa as a sustainable and healthy alternative to traditional meat products, contributing to the diversification of the food supply and the reduction of negative impacts on the health, environment and animal welfare.

In this research, a descriptive approach methodology is used with the purpose of analyzing and describing in detail; specific phenomena, situations and events. This approach allows us to understand how they manifest themselves in a given context, which in turn helps us identify the most appropriate strategy to achieve our proposed objective.

The research design is based on a structured questionnaire survey, where a questionnaire with a set of predefined questions was administered to a representative sample of 357 participants.

Finally, the vegetarian chorizo project presents encouraging results in terms of the general acceptance of the product, highlighting its flavor, texture and nutritional value. However, the need to address the preferences of those who expressed displeasure or have not tried the product is identified.

Keywords: chorizo, lentil, quinoa, vegan

Introducción

La pregunta central que guía este proyecto es: ¿Cómo desarrollar chorizos vegetarianos que aborden la escasez de opciones de alimentos y sean sostenibles en el mercado de productos cárnicos?

En este contexto, es fundamental comprender el alcance de estos problemas y buscar soluciones que promuevan la salud y la sostenibilidad en un mundo cada vez más preocupado por los impactos de nuestras elecciones alimentarias.

La innovación en la creación de chorizos vegetarianos responde a la búsqueda de opciones alimenticias más saludables y sostenibles. Con el aumento de problemas de salud vinculados al exceso de consumo de carne, las personas buscan alternativas que promuevan su bienestar. Además, la creciente conciencia sobre la crueldad en la producción de carne impulsa a muchos a optar por opciones éticas y respetuosas con los animales, transformando no solo la dieta, sino también los valores asociados a la alimentación.

La creciente conciencia sobre los impactos ambientales y de salud asociados al consumo de carne ha ampliado la demanda de alternativas vegetarianas. La escasez de opciones satisfactorias en el mercado de productos cárnicos presenta una oportunidad significativa para abordar las necesidades de consumidores conscientes de la salud y el medio ambiente.

Además, la sostenibilidad es un elemento clave en la actualidad, y desarrollar chorizos vegetarianos ofrece una vía para reducir la presión sobre los recursos naturales y disminuir la huella ecológica asociada a la producción de carne. Esto es particularmente relevante en un contexto donde la seguridad alimentaria y la gestión sostenible de los recursos son prioridades globales.

Abordar la escasez de opciones de alimentos a través del desarrollo de chorizos vegetarianos no solo responde a las necesidades de un mercado en evolución, sino que también podría abrir nuevas oportunidades comerciales y contribuir a la diversificación de las ofertas de productos en el sector alimentario.

Marco Referencial

Estado del Arte

Flores (2019) en su proyecto de grado habla sobre la elaboración de embutidos veganos a base de lenteja, Lens Culinari (2019) proteína de soya, Glycine Max (2019). Marisabel tuvo como objetivo elaborar un embutido vegetariano utilizando como materia prima la lenteja, ofreciendo un producto de similar valor nutricional y características organolépticas que un embutido cárnico y que satisfaga las necesidades de la población vegetariana. Para ello, realizó 3 tratamientos con diferentes porcentajes de lenteja en su formulación. A partir de dichas muestras, evaluó el nivel de aceptación del embutido usando un análisis sensorial, cuyo resultado fue una mayor aceptación para el producto con un 50% de lenteja en su formulación. Mediante un cálculo de los costos de producción, pudo evidenciar una gran diferencia en los costos de los embutidos veganos en comparación de los embutidos de origen animal. Entonces, pudo comprobar que los embutidos veganos, debido a su bajo costo, resultan más accesibles al consumidor, además de contener todas las propiedades nutritivas y beneficios que ofrecen las legumbres como la lenteja, que tiene una abundante producción, bajo costo y existe en el mercado. La diferencia entre ambos proyectos radica en el componente alimenticio que complementa la lenteja, ella utilizó proteína de soya, y este proyecto que se está llevando a cabo, utiliza granos de quinua.

Cupillard (2019), en su proyecto de grado habla sobre la compra de productos veganos y sus efectos poscompra y pre-compra. Su encuesta reveló la importancia del entorno del consumidor en sus decisiones de compra. “un consumidor del canal ecológico dará menos importancia al precio que un consumidor del canal tradicional”.

Rodríguez (2021), para su Máster en Calidad, Desarrollo e Innovación de Alimentos, desarrolló de una hamburguesa vegana a partir de proteína texturizada de guisante debido a la creciente preocupación de los consumidores por la sostenibilidad, la salud y la ética, que junto con la optimización de las técnicas de extrusión han fomentado el auge de las dietas basadas en plantas.

Herrera, y Sarmiento Orjuela (2021) para la obtención de su título como Ingeniero Industrial, formularon y evaluaron un proyecto para la producción y comercialización de yogur de almendras con acompañamientos libres de gluten en Bogotá. En su documento se indica que buscan “Determinar la viabilidad comercial, técnica y financiera para la producción y comercialización de yogur de almendras con acompañamientos libres de gluten, en la ciudad de Bogotá”. la cual es una idea de negocio pensada en la satisfacción del cliente conforme a su condición médica y/o gustos al momento de querer cuidar su salud.

Molina Pacheco, y Valencia Montenegro (2023), con su panadería vegana y vegetariana, llamada SAMARIAN VEG, proponen un negocio que busca subsanar e innovar el sector panadero de santa Marta, Colombia. Este proyecto nace de la necesidad de potenciar en mercado vegano en la población samaria llevándoles a sus mesas un producto con alta calidad, sabor y a un valor asequible que puedan disfrutar de ellos en familia, con la satisfacción que están degustando de un alimento que les dará beneficios a su salud , SAMARIAN busca generar un impacto gastronómico en la población, ya que al ofrecer productos con bajos niveles de azúcares y en altos centrado de nutrientes generará el despertar de la población vegana y vegetariana que se encuentre radicada o visitante en la bahía más linda de América, al ser una ciudad turística tendrá mayor auge en la población visitante, generar un servicio óptimo y a la mano de todos aquellos que quieran probar una nueva experiencia con el mejor sabor, precio y sobre todo saludable para ti y tu familia.

Marco Teórico

El marco teórico es la recopilación de información relacionada con el tema y consideraciones teóricas en las que se sustenta un proyecto de investigación. El marco teórico, es el soporte teórico, contextual, histórico, conceptual y legal que sustentan las teorías que se utilizaron para el planteamiento del problema y objetivos de la investigación. Es decir, este gran marco debe contener los aspectos contextuales, histórico, conceptual y legal relacionados con el tema objeto de la investigación.

- **Nutrición y salud**

La importancia de la nutrición en la creación de chorizos vegetarianos es fundamental para ofrecer productos de calidad que satisfagan los requerimientos nutricionales de los consumidores y promuevan una alimentación equilibrada. Al diseñar chorizos vegetarianos, es esencial abordar las necesidades de los consumidores y asegurarse de que los productos no solo sean sabrosos sino también nutritivos.

- **Tendencias actuales**

La importancia de esta tendencia radica en varios aspectos clave, uno de ellos es la producción de alimentos basados en productos de origen animal la cual tiende a ser intensiva en recursos naturales, lo que contribuye significativamente a la deforestación, la emisión de gases de efecto invernadero y la pérdida de biodiversidad. La alimentación vegetariana y vegana se percibe como una alternativa más sostenible, ya que generalmente requiere menos tierra, agua y energía para producir alimentos a base de plantas en comparación con productos de origen animal.

- **Impacto ambiental de la Producción de carne**

La creciente conciencia sobre el cambio climático y los impactos ambientales de la producción de alimentos ha llevado a un mayor interés en las dietas sostenibles. Las personas están buscando activamente reducir su huella ecológica a través de sus elecciones alimentarias, y la alimentación vegetariana es considerada una opción respetuosa con el medio ambiente.

- **Cereales (como el trigo, Quinoa)**

Carbohidratos: Los cereales son una excelente fuente de carbohidratos complejos, que proporcionan energía sostenida a lo largo del día.

Fibra: Son ricos en fibra dietética, que es esencial para la salud digestiva y ayuda a mantener estable el nivel de azúcar en la sangre.

Proteínas: Aunque no son tan ricos en proteínas como las leguminosas, los cereales aún contienen una cantidad apreciable de proteínas, lo que los hace valiosos en la formulación de chorizos vegetarianos.

Textura: Los cereales pueden proporcionar textura y cuerpo a los productos cárnicos sustitutos. Pueden utilizarse en forma de harina, copos o granos cocidos, y contribuyen a la masticabilidad y la sensación de "carne" en el producto final

- **Leguminosas (como los garbanzos, las lentejas y la soja):**

Proteínas: Las leguminosas son ricas en proteínas de alta calidad y contienen una amplia gama de aminoácidos esenciales, lo que las convierte en una base fundamental para los productos cárnicos vegetales.

Fibra: Al igual que los cereales, las leguminosas son una excelente fuente de fibra, que promueve la saciedad y la salud intestinal.

Hierro: Son una fuente significativa de hierro no hemo, una forma de hierro que es bien absorbida cuando se combina con vitamina C. La inclusión de leguminosas en chorizos vegetarianos puede ayudar a abordar las preocupaciones sobre la ingesta de hierro en dietas vegetarianas.

Sabor y Textura: Las leguminosas aportan sabor y textura a los productos cárnicos sustitutos. Pueden triturarse o procesarse para obtener una textura similar a la carne picada y absorber los sabores y especias utilizados en la preparación de chorizos.

- **Beneficios para la salud**

Consumir nuestros chorizos veganos a base de lenteja y quinoa podría ofrecer beneficios para la salud, como:

Reducción del riesgo de enfermedades cardíacas debido a la baja cantidad de grasas saturadas.

Aporte de proteínas de alta calidad provenientes de la quinoa y la lenteja.

Mayor contenido de fibra, lo que podría mejorar la salud digestiva.

Menos colesterol en comparación con los chorizos de carne.

- **Buenas prácticas de manufactura:**

Higiene personal: Se capacitará a todo el personal sobre la importancia de mantener una higiene personal adecuada, incluyendo el lavado regular de las manos y la utilización de indumentaria y equipos limpios.

Higiene de las instalaciones: Las instalaciones se mantendrán limpias y desinfectadas de manera regular. Se deben designar áreas separadas para la manipulación de ingredientes crudos y cocidos.

Almacenamiento adecuado: Los ingredientes y productos terminados serán almacenados en condiciones apropiadas para evitar la contaminación y mantener la frescura.

Cumplimiento normativo: Es esencial cumplir con la normativa alimentaria local y nacional relacionada con la producción de alimentos.

Metodología

El diseño de la investigación se basa en una encuesta de cuestionario estructurado, donde se administró un cuestionario con un conjunto de preguntas predefinidas a una muestra representativa de 357 participantes. Las preguntas se diseñaron para obtener información específica sobre la percepción y aceptación de los chorizos vegetarianos a base de lenteja y quinua.

En el marco de esta investigación, se optó por tomar como muestra a la población estudiantil del Instituto Tecnológico San Agustín, una institución que, según la información disponible en su sitio web (<https://sanagustin.edu.co>), cuenta con una población estudiantil activa de aproximadamente 5,000 estudiantes.

Para poder hallar el tamaño de la muestra de una población finita, con un 95% de confianza, se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + z^2(p \cdot q)}$$

Donde:

- $n =$ Muestra
- $N =$ Población = 5000
- $z =$ Nivel de aceptación = 1.96
- $p =$ Probabilidad a favor = 50% = 0.5
- $q =$ Probabilidad en contra = 50% = 0.5
- $e =$ Error de muestra = 5% = 0.05

De esta forma:

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + z^2(p \cdot q)}$$

$$n = \frac{5000 \cdot 1.96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2(5000 - 1) + 1.96^2(0,5 \cdot 0,5)} = 357$$

El principal instrumento empleado en la recopilación de datos de la presente investigación fue una encuesta estructurada. Se diseñaron una serie de preguntas específicas con el propósito de evaluar el nivel de aceptación de los chorizos vegetarianos a base de quinua y lenteja entre la población joven y adulta.

A continuación, se detallan las cuestiones seleccionadas para la recolección de datos de la muestra:

- 1) ¿Eres vegetariano o vegano?
- 2) ¿Has probado chorizos vegetarianos antes?
- 3) Después de la degustación, ¿Le gustó el chorizo vegetariano?
- 4) ¿Estarías dispuesto/a a pagar un poco más por un chorizo vegetariano?
- 5) ¿Con qué frecuencia consumirías chorizos vegetarianos?
- 6) ¿Qué precio pagaría usted por la unidad de chorizo vegetariano?
- 7) ¿Cuál sería tu presentación preferida de chorizos vegetarianos?

Resultados

La muestra de estudio estuvo conformada por 357 personas, de acuerdo con el tamaño de la muestra descrita anteriormente, los resultados del cuestionario fueron los siguientes:

1) Tras analizar los resultados de la primera pregunta, se observa que la mayoría de los encuestados (aproximadamente el 62%) indicaron que no son ni vegetarianos ni veganos. Esto sugiere que la dieta predominantemente seguida por este grupo encuestado es de origen omnívoro o incluye productos de origen animal de manera regular.

2) Los resultados de la segunda pregunta indican que un 45% de la población encuestada han probado chorizos vegetarianos y les gustan. Un grupo más pequeño del 11% de la población encuestada los ha probado, pero no les gusta. Además, una proporción significativa del 45% de la población encuestada nunca ha probado chorizos vegetarianos. Estos hallazgos sugieren una aceptación general de los chorizos vegetarianos entre aquellos que los han probado, pero también señalan una oportunidad para explorar y abordar las razones detrás de las opiniones menos favorables y para introducir este producto aquellos que aún no lo han probado.

3) El análisis de los resultados de la tercera pregunta, donde se consultó si les había gustado el chorizo después de probarlo, revela que el 80,4% de la población encuestada expresaron que sí les gustó. Esto sugiere una recepción positiva hacia los chorizos vegetarianos en la muestra encuestada. Por otro lado, un 19,6% indicó que no les gustó.

4) El análisis de los resultados de la cuarta pregunta, indaga sobre la disposición a pagar más por un chorizo vegetariano de alta calidad, muestra una tendencia positiva hacia la valoración de la calidad. Un 47,8% de las personas encuestadas expresaron estar dispuestos a pagar más por un producto de alta calidad, lo cual sugiere un interés significativo en la calidad del chorizo vegetariano. Un 5% indicó que solo les interesa el precio más bajo, lo cual destaca un segmento de la población que prioriza la economía sobre la calidad. Además, un 28,8%

reflejaron que la disposición a pagar más depende del precio adicional, indicando una consideración equilibrada entre calidad y costo.

5) El análisis de la quinta pregunta revela una variedad en los hábitos de consumo de chorizos vegetarianos. La opción más popular es "Varias veces a la semana", indicando un interés sólido en la incorporación regular de estos productos en la dieta. Se observa también una preferencia por consumirlos "Al menos una vez a la semana" y "Un par de veces al mes". Sin embargo, un grupo considerable indica que "Nunca" consumirían chorizos vegetarianos de manera regular. Este análisis destaca la necesidad de adaptar estrategias para satisfacer diferentes niveles de interés en el consumo frecuente de estos productos.

6) El análisis de los resultados de la sexta pregunta (ver Fig. 6), que indaga sobre el precio que los participantes estarían dispuestos a pagar por la unidad de chorizo vegetariano, muestra una preferencia por rangos específicos. La opción más seleccionada fue \$3,500 con un 43,3%, lo que indica que una parte significativa de la muestra está dispuesta a pagar este precio por unidad. Las opciones de \$3,000 y \$4,000 también recibieron respuestas considerables, con 14,2% y 17% respectivamente. Esto sugiere una disposición a aceptar precios tanto ligeramente más bajos como más altos. Un 5% indicó que estuvo de acuerdo con pagar \$2,500, lo que representa un grupo más pequeño dispuesto a pagar un precio más bajo.

7) El análisis de los resultados de la séptima pregunta (ver Fig. 7), que indaga sobre la presentación preferida de chorizos vegetarianos, revela distintas preferencias dentro de la muestra encuestada. La opción más seleccionada es "Preparados (listos para cocinar)" con un 33,3% de aceptación, indicando una preferencia por la conveniencia y la facilidad de uso. La presentación "Envasados al vacío" obtuvo un 17,6%, señalando un interés significativo en productos empaquetados de manera hermética. La opción "No tengo preferencia" fue elegida por un 19%, indicando flexibilidad en cuanto a la presentación del producto. Por otro lado, "Al peso (a granel)" recibió un 9%, destacando un grupo más reducido que prefiere adquirir chorizos de forma individualizada.

Bibliografía

Cabanillas Durán, J. &. (2023). Estudio de prefactibilidad para la implementación de una planta industrial de embutidos veganos. Lima: Repositorio institucional de la Universidad de Lima.

Cabanillas Durán, J. &. (2023). Estudio de prefactibilidad para la implementación de una planta industrial de embutidos veganos. Lima: Repositorio institucional de la Universidad de Lima.

Chile, P. U. (11 de Agosto de 2018). Nutrición y Dietética. Obtenido de <https://nutricion.uc.cl/noticias/nutricionistas-uc-promueven>

Club, V. (s.f.). Chorizos Veganos. Obtenido de <https://veganosclub.com/chorizos-veganos>

Eshel, G., Stainier, P., Shepon, A., & Swaminathan, A. (08 de Agosto de 2019). Environmentally Optimal, Nutritionally Sound, Protein and Energy Conserving Plant Based Alternatives to U.S. Meat

Española, U. V. (4 de septiembre de 2017). El vegetarianismo a través de la historia. Obtenido de <https://unionvegetariana.org/el-vegetarianismo-a-traves-de-la-historia/>

Galbis, K. (2017). Historia del vegetarianismo, nutrición vegana. Obtenido de Historia del vegetarianismo, nutrición vegana.: <https://veggisima.com/historia-del-vegetarianismo>

Lancet, T. (16 de Enero de 2019). Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. Obtenido de <https://www.thelancet.com/commissions/EAT>

MedlinePlus. (1 de mayo de 2019). MedlinePlus información de salud para usted . Obtenido de <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/002465.htm>

Mesa, L. V. (15 de Junio de 2020). AgroNegocios. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/crece>

Sede Administrativa y Admisiones
Carrera 6 N° 33-02 Esquina

Oficina de Investigación
PBX:(4)7989888 - Ext: 112
investigacion@sanagustin.edu.co
www.SANAGUSTIN.edu.co

📞 604 7899888

📞 604 7899666

📞 322 295 9594



www.sanagustin.edu.co