

# Mermelada Artesanal de Frutas Tropicales – Sabores del Caribe

## 1. Resumen Ejecutivo

Sabores del Caribe será una microempresa agroindustrial dedicada a la elaboración de mermeladas artesanales a partir de frutas tropicales como guayaba, piña y mango. Su propuesta de valor se centra en ofrecer productos naturales, libres de conservantes, con empaques sostenibles y una identidad que resalte la riqueza frutal del Caribe.

- Inversión inicial estimada: \$6,500 USD.
- Retorno esperado: Rentabilidad del 18% en el primer año, con crecimiento del 20% anual en los siguientes tres años.
- Misión: Elaborar mermeladas artesanales de alta calidad que transmitan el auténtico sabor tropical, apoyando a productores locales y fomentando el consumo responsable.
- Visión: Ser reconocidos en 5 años como la marca artesanal líder en la República Dominicana, con proyección hacia mercados del Caribe y Estados Unidos.

## 2. Análisis de Mercado

### 2.1 Contexto

El sector de alimentos artesanales y saludables ha mostrado un crecimiento sostenido. La tendencia actual favorece los productos sin aditivos químicos y con procesos más naturales, mientras los consumidores buscan experiencias gastronómicas auténticas y con historia.

### 2.2 Segmento Objetivo

- Perfil del cliente: Adultos jóvenes y familias de clase media y media-alta, interesados en la alimentación saludable y en productos con valor cultural.
- Canales de distribución:
  - Mercados artesanales y ferias locales.
  - Tiendas gourmet y ecológicas.
  - Restaurantes y cafeterías que promuevan lo natural.
  - Venta en línea con entregas a domicilio.

### 2.3 Competencia

- Directa: Otras marcas de mermeladas artesanales (ejemplo: pequeños productores locales).
- Indirecta: Grandes empresas que producen mermeladas industriales (ejemplo: La Famosa).
- Ventaja competitiva: Un producto diferenciado por:
  - Uso de frutas tropicales típicas del Caribe (guayaba, mango, piña).
  - Procesos 100% artesanales.

- Envases sostenibles con diseño atractivo.

## 2.4 Análisis FODA

- Fortalezas: Producto natural, identidad caribeña, alianza con agricultores locales.
- Oportunidades: Tendencia al consumo ecológico, posibilidad de turismo gastronómico.
- Debilidades: Capacidad productiva limitada al inicio, dependencia de temporada de frutas.
- Amenazas: Competencia industrial con mayor distribución y bajo costo.

## 3. Plan de Producción

### 3.1 Proceso Productivo

1. Adquisición de frutas tropicales a productores locales.
2. Clasificación y preparación: lavado, pelado y troceado.
3. Cocción artesanal con azúcar orgánica o panela.
4. Envasado en caliente en frascos de vidrio retornables.
5. Etiquetado con diseño caribeño e información nutricional.

### 3.2 Capacidad de Producción

- Producción inicial: 700 frascos/mes.
- Equipos: Ollas industriales de acero inoxidable, cocina a gas, envasadora manual, pasteurizador.

- Personal: 1 maestro artesano, 2 operarios, 1 administrador y 1 encargado de ventas.

### 3.3 Proveedores

- Frutas: Cooperativas de agricultores del Cibao y el Sur.
- Envases: Proveedor de frascos de vidrio reciclable.
- Insumos: Azúcar orgánica, especias naturales (canela, vainilla).

## 4. Estructura Organizativa

- Gerente General: Planificación estratégica y gestión financiera.
- Encargado de Producción: Control de calidad y supervisión del proceso.
- Encargado de Marketing y Ventas: Comunicación y gestión de clientes.
- Colaboradores: Operarios de producción.

Tipo de empresa: Microempresa con estructura flexible y enfoque en crecimiento escalonado.

## 5. Plan de Marketing

### 5.1 Estrategia de Producto

- Presentaciones de 250 g y 500 g.
- Variedades iniciales: guayaba, mango y piña.
- Línea futura: combinaciones especiales (piña con jengibre, mango con maracuyá).

## 5.2 Estrategia de Precio

- Precio sugerido:
  - Frasco de 250 g: \$3.75 USD.
  - Frasco de 500 g: \$6.50 USD.
- Descuentos por volumen para tiendas y distribuidores.

## 5.3 Estrategia de Distribución

- Mercados locales y ferias de productores.
- Venta digital a través de redes sociales y página web.
- Alianzas con restaurantes que promuevan lo caribeño.

## 5.4 Estrategia de Promoción

- Campañas en Instagram, Facebook y TikTok con recetas creativas.
- Degustaciones en ferias agroindustriales.
- Packaging con diseño atractivo que refleje lo tropical.

# 6. Plan Financiero

## 6.1 Inversión Inicial

Ítem	Costo (USD)
Equipo de producción	2,500
Materia prima inicial	1,200

Envases y etiquetas	1,000
Marketing y promoción	800
Permisos legales y registros	1,000
Total	6,500

## 6.2 Proyección Primer Año

- Ventas proyectadas: 8,400 frascos.
- Ingresos brutos: \$30,000 USD.
- Costos operativos: \$21,000 USD.
- Utilidad neta: \$9,000 USD (30% margen).

## 6.3 Punto de Equilibrio

- Costos fijos: \$3,000 USD.
- Costo variable/fr: \$2.50 USD.
- Punto de equilibrio: 2,400 frascos/año (200 frascos/mes).

## 7. Sostenibilidad y Responsabilidad Social

- Promoción del consumo responsable y ecológico.
- Envases retornables para reducir impacto ambiental.
- Compra directa a agricultores locales para impulsar la economía rural.
- Educación al consumidor sobre la importancia de productos naturales.

## 8. Conclusiones y Recomendaciones

El proyecto Sabores del Caribe tiene un alto potencial en el mercado de alimentos artesanales gracias al creciente interés por productos saludables y sostenibles. Se recomienda:

1. Consolidar la marca con fuerte identidad caribeña.
2. Iniciar con canales de venta directa y digitales.
3. Escalar progresivamente hacia exportación a mercados latinos y turísticos.