



EXPERIENCIAS INNOVADORAS

EN EL ARTE DULCE

AUTOR

JUAN PABLO ARRIETA RESTREPO

DIRECCIÓN

JUAN DIEGO LOPEZ MEDINA

TUTOR

JUAN DIEGO LOPEZ MEDINA

**FACULTAD DE
COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO**

MEDELLÍN

2.022

El trabajo de grado “EXPERIENCIAS INNOVADORAS EN EL ARTE DULCE” es propiedad de la Universidad Católica Luis Amigó. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del trabajo de grado está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país. Este material tiene fines

educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

Nota

el(los) autor(es) certificó(aron) (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Universidad Católica Luis Amigó, y se declaró el único responsable

AUTORES

Juan Pablo Arrieta Restrepo

juan.arrieta@amigo.edu.co

<http://bit.ly/3V3S2Wp>

DIRECCIÓN Y TUTORÍA

Juan Diego López Medina

Dr. Degree in Visual Communication

juan.lopezme@amigo.edu.co

<https://bit.ly/3DJnMbs>

Derechos Reservados



Esta obra es publicada bajo la licencia Creative Commons.
Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.5 Colombia.
Formato de plantilla de Juan-Diego López-Medina, 2021.

DEDICATORIA

Agradezco primordialmente a mi madre por apoyarme durante este viaje, por ser mi mayor soporte e inspiración para ser cada vez mejor y brindarme la oportunidad de hacer mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a las personas que me ayudaron en el desarrollo de este proyecto, aquellas que ayudaron en la realización de cuestionarios y que aportaron conocimiento para el desarrollo de este mismo.

RESUMEN

La pastelería ha trascendido a lo largo de la historia para convertirse en lo que hoy conocemos como arte dulce, lo que vemos y experimentamos a través de momentos sensoriales como nos lo ofrecen sus colores, formas y sabores. Esto gracias a la gran evolución que la pastelería ha logrado en los últimos siglos, siguiendo su camino hacia adelante ya que este arte culinario busca innovar constantemente sus recetas, mejorando sus elaboraciones, genialidad, ingredientes y la manera en que son almacenados.

Partiendo desde las experiencias que ofrece el arte dulce vemos cómo este conocimiento ha llegado a los consumidores y el mercado, es por esto que como usuarios podemos deleitarnos con grandes ofertas en la actualidad, cada vez más novedosas y extravagantes, la pastelería ha llegado a todas las culturas y cada región del planeta, debe ser un arte compartido. La pastelería cuenta con grandes bases y fuentes

ABSTRACT

Pastry has transcended throughout history to become what we know today as sweet art, what we see and experience through sensory moments as offered by its colors, shapes and flavors. This is thanks to the great evolution that pastry has achieved in the last centuries, following its path forward as this culinary art constantly seeks to innovate its recipes, improving its elaborations, genius, ingredients and the way they are stored.

Starting from the experiences offered by the sweet art we see how this knowledge has reached consumers and the market, which is why as users we can delight ourselves with great offers today, increasingly innovative and extravagant, the pastry has reached all cultures and every region of the planet, it must be a shared art. The pastry has great bases and sources of knowledge, most began to consolidate since the eighteenth century, although its origins date back to prehistoric

de conocimiento, su mayoría empezaron a consolidarse desde el siglo XVIII, aunque sus orígenes se remontan a la prehistoria donde ya se elaboraban papillas a base de alimentos azucarados.

La pastelería nos ofrece cada día nuevas experiencias y sabores, por eso en el mercado pastelero lo que cuenta es la creatividad en el momento de la elaboración y la creación de experiencias placenteras hacia el público, no donde la finalidad sea solo vender el producto, si no que a su vez, el cliente al momento de generar la compra, viva simultáneamente un instante donde la creatividad y atractivo del producto lo invite a experimentar una ocasión agradable a la misma vez que se está llevando consigo un producto de calidad y gran elaboración.

times where porridges were already made from sugary foods.

The pastry offers us every day new experiences and flavors, that is why in the pastry market what counts is the creativity at the moment of the elaboration and the creation of pleasant experiences to the public, not where the purpose is only to sell the product, but in turn, the customer at the time of generating the purchase, simultaneously live a moment where the creativity and attractiveness of the product invites him to experience a pleasant occasion at the same time that is taking with him a product of quality and great elaboration.

Palabras Clave

- Creatividad
- Pastelería
- Experiencias
- Innovación
- Evolución

Keywords:

- Creativity
- Pastry
- Experiences
- Innovation
- Evolution

TABLA DE CONTENIDO

1	PLANTEAMIENTO	11
2	OBJETIVOS	12
2.1	Objetivo General	12
2.2	Objetivos Específicos	12
3	DELIMITACIÓN	13
4	JUSTIFICACIÓN	14
5	MARCO TEÓRICO	16
5.1	Innovación	17
5.2	MARKETING EXPERIENCIAL	18
5.2.1	Estrategias Alternativas	18
5.2.2	E-commerce	18
5.3	ORIGENES	19
5.3.1	Confitería, Repostería y Pastelería	19
5.3.2	CAÑA DE AZUCAR	26
5.4	Expansión	27
5.4.1	Historia en Colombia	30
6	MARCO NORMATIVO	33
7	METODOLOGÍA	37
7.1	Enfoque	37
7.2	Paradigma	38
7.3	Línea de investigación	38
7.4	Alcance	38
7.5	Tipo de investigación	39
7.6	Unidad(es) de análisis	39
7.7	Población y muestra	39
7.8	Categorías de análisis	40
7.9	Instrumentos y técnicas de recolección de datos	40
7.10	Procesamiento de datos	40

7.11 Cronograma	47
8 RESULTADOS	48
8.1 Encuesta – Marcas Identificadas	48
8.1.1 AMARS	50
8.1.2 ESPONJADO´S	50
8.1.3 SIN AZÚCAR	51
8.1.4 MARMETTINA	51
8.1.5 DELIMERENGON COL	52
8.1.6 MODOU	52
8.1.7 EL ASTOR	53
8.1.8 CROISSANTI	53
8.1.9 DON JACOBO	54
8.1.10 LAS CHIDAS	54
8.1.11 DOMÉNICO	55
8.1.12 SUBMDE	55
8.1.13 AMERICAN SWEETS	56
8.1.14 ROLOS	56
8.1.15 DAOZ	57
8.2 RESULTADOS	58
9 CONCLUSIONES	59
10 REFERENCIAS	61
11 ANEXOS	65

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. GUÍA DE TEMAS	16
FIGURA 2. PINTURA	20
FIGURA 3. MIEL Y AZÚCAR	21
FIGURA 4. CONFITERÍA ARTESANAL	22
FIGURA 5. JEROGLÍFICOS	23
FIGURA 6. JOHN S. PEMPERTON	24
FIGURA 7. ANTIGUA CONFITERÍA	25
FIGURA 8. EXPANSIÓN DEL AZÚCAR	26
FIGURA 9. INFLUENCIA CULTURAL	28
FIGURA 10. PIONEROS	29
FIGURA 11. PRIMERAS ZONAS DE CULTIVO	30
FIGURA 12. DATOS RELEVANTES EN LA HISTORIA DE LA PASTELERÍA EN COLOMBIA	31
FIGURA 13. DULCES TRADICIONALES	32

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado va enfocado a la investigación del Arte Dulce. Cómo una disciplina culinaria ha evolucionado de tal manera para convertirse en nuestra actualidad en una herramienta de atracción comercial y en ocasiones un lujo de quienes se lo pueden permitir. El arte dulce en nuestros días se ha convertido en una experiencia, sin embargo, sus orígenes se remontan a la prehistoria cuando los hombres primitivos ya creaban sus propios pasteles usando ingredientes como hojas, miel silvestre o la savia de árboles como el arce o el abedul. Este arte ha estado también asociado históricamente a momentos ceremoniales es así como los productos dulces eran compartidos como símbolo de bienestar, celebración y alegría.

El arte dulce tiene sus bases en la pastelería, repostería y hasta en la misma panadería. Hasta el día de hoy ha recibido este nombre gracias al aporte de profesionales y apasionados que día a día crean con su imaginación nuevas mezclas de sabores, colores y formas convirtiéndose en experiencias sensoriales y visuales para el usuario. La exquisitez de este conocimiento ha viajado por todo el mundo, teniendo un fuerte impacto en culturas donde la pastelería se ha convertido en base de su economía. Un ejemplo de esto es Francia, país conocido mundialmente e históricamente por la gran influencia que ha tenido sobre esta práctica, teniendo relevancia por la pasión y destreza que ponen en su elaboración llegando a crear verdaderas obras de arte que llegan a ser expuestas. En Colombia, en los últimos años ha tenido gran auge y acogida en el mercado culinario, generando cerca de 400.000 empleos directos y 800.000 indirectos para el año 2022 según Fenalco.

La era digital y las redes han impactado fuertemente al arte dulce, con gran frecuencia se encuentra contenido publicitario de esta industria bien sea de marcas establecidas o algún emprendimiento

comercializando sus productos. Este medio se ha convertido en una plataforma que optimiza y potencializa el alcance de estos negocios, como lo detalla el artículo de la Universidad Indo Global Mandiri (Enhancing Social Media Marketing Strategy of a Pastry Business Using Instagram Ads, 2021).

No podemos hablar de arte dulce sin hacer un recorrido por el origen de su materia prima: los endulzantes. Entre estos los más comunes y pioneros encontramos la miel silvestre, sabias de plantas y néctares de flores y frutas. Dentro de estos insumos el de mayor relevancia ha sido la caña de azúcar dada la industrialización de sus cultivos y la facilidad de manipulación en comparación a otros endulzantes.

El alza en la demanda de productos dulces por parte de la sociedad, ha desencadenado un constante crecimiento y perfeccionamiento en técnicas de elaboración y mercadeo, siendo esto un indicador de innovación de esta industria.

1 PLANTEAMIENTO

Experiencias Innovadoras en el Arte Dulce desea dar una visita exploratoria por este tipo de productos que se encuentra en potencia en el mercado local, reconocer la importancia que tiene la pastelería en nuestra sociedad y cuáles son las nuevas tendencias que están atrapando al público.

¿De qué manera la implementación de experiencias innovadoras en el arte dulce puede transformar los procesos de compra en momentos memorables para el consumidor?

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Exponer la innovación en experiencias gastronómicas de Arte Dulce que se ofrecen en el mercado local y que a través de esta iniciativa generan identificación de marca al momento de la compra.

2.2 Objetivos Específicos

- Reconocer los orígenes e impactos culturales que representa en la sociedad la pastelería.
- Identificar personalidades que de alguna manera influyeron en el arte dulce a través de la historia.
- Diseñar un mapa de experiencias que identifique las marcas que a través del arte dulce impactan al consumidor y a su vez brindar información al público sobre las alternativas novedosas que el Arte Dulce ofrece.

3 DELIMITACIÓN

El propósito de este trabajo de grado es explorar el mercado local y reconocer las marcas que le están apostando a la creación de nuevos platos y al uso de nuevos ingredientes aplicando el diseño de experiencias y de esta manera innovan en su elaboración y comercialización. Esto mediante un estudio de campo realizado en la ciudad de Medellín, Colombia en el año 2022 entre los meses de agosto y noviembre.

4 JUSTIFICACIÓN

Los motivos que me llevaron a investigar sobre el arte dulce nacen del análisis de la tendencia de la sociedad local por experimentar nuevas ofertas gastronómicas de la pastelería.

“...En los últimos años hemos podido ver un avance muy interesante en términos generales, Medellín me sorprende bastante en sus propuestas con mucha innovación, diseño y calidad” revelo la Chef Pastelera Luisa Gallego directora del III Salón de Pastelería y Repostería Creativa, en una entrevista para el sitio web El Portafolio en 2019, de esta manera la sociedad busca satisfacer necesidades de consumo mediante productos innovadores tanto estéticamente como en el uso de nuevos ingredientes.

“Hay una demanda de productos de pastelería muy arraigada en el mercado nacional, lo cual motiva a las empresas y emprendedores a innovar. La creación de nuevos productos es la puerta de entrada a más hogares y empresas.” (Revista LatinPyme, 2019) Esta es una gran oportunidad para el mercado local ya que está en constante crecimiento y las personas están dispuestas a pagar los precios de las marcas con la finalidad de obtener un producto diferente y de calidad.

El arte dulce es un mercado muy amplio que debe ser investigado y explotado ya que genera gran rentabilidad y actualmente está adquiriendo gran popularidad tanto en entornos digitales como físicos. “Un sector que ha tenido gran evolución en cuanto a calidad y variación de productos, con más formación y más inversión alrededor de las propuestas que hacen, especialmente los jóvenes, es el de las pastelerías.” (Revista LatinPyme, 2019)

Este mercado amplió las oportunidades de crear nuevas recetas o perfeccionarlas. De esta manera, el rubro pastelero está tomando el reconocimiento merecido pues las habilidades para

crear piezas de arte dulce cada día son más especializadas e innovadoras. A su vez, la diversificación de la oferta aumenta las oportunidades de satisfacer las nuevas necesidades de la sociedad medellinense.

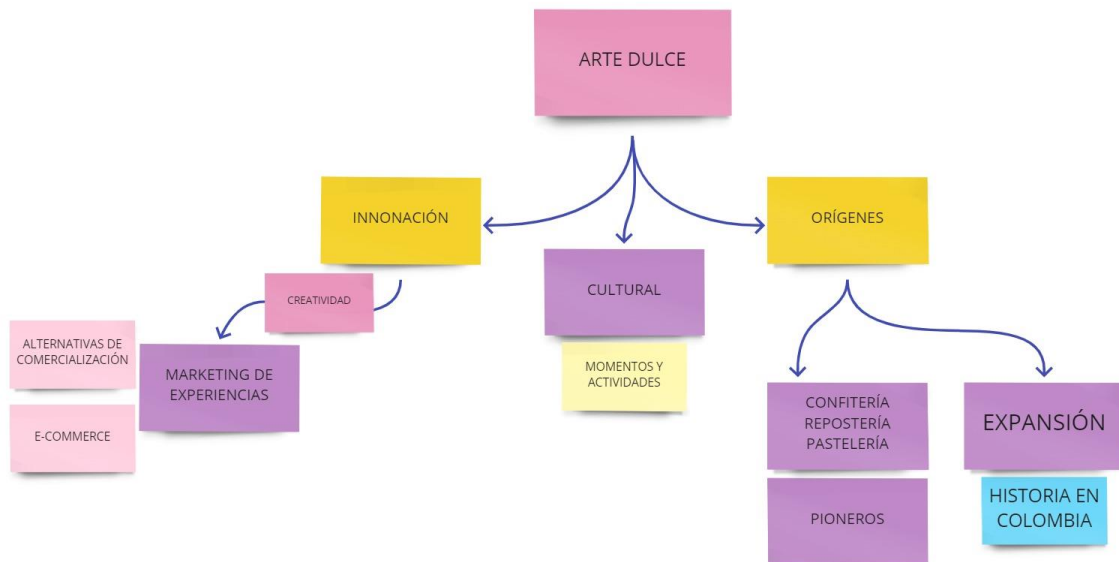
“...hay también una gran oferta de locales exclusivos de pastelería y repostería, aunque siento que aún falta más presencia del producto local. Tenemos la mejor de las ventajas posibles: ¡producto! Una despensa enorme y variada, frutas de uso clásico y exóticas para realmente innovar; harinas de arroz, sagú, yuca, maíz y otras más; también tenemos un inventario de amasijos en los que nos podemos inspirar”.(Portafolio, 2019)

La creatividad en la pastelería ha resaltado este mercado el cual se beneficia de la innovación de ingredientes y técnicas de elaboración, las cuales buscan impactar a los consumidores con sus mezclas de sabores, formas y olores a través de su presentación al momento de la compra.

5 MARCO TEÓRICO

La pastelería hoy en día busca alternativas para innovar el mercado, a través de la creación de experiencias vanguardistas que ayuden a su posicionamiento comercial y generar un distintivo que les permita tomar un lugar en la vida de los consumidores.

Figura 1. Guía de Temas



miro

5.1 Innovación

Según el diccionario de la real academia española se define la palabra innovación, como la acción de innovar o la modificación de un producto para el mercado. El principal motor de la innovación es la creatividad; se basa en mezclar y combinar diferentes ideas y acciones, ideando nuevos comportamientos, apelando a diferentes formas de pensar, sentir y comportarse, son estos los principios básicos que busca una marca para generar interés.

La capacidad de innovación (Adler y Shenbar, 1990; Guan y Ma, 2003) es la destreza que tiene una marca para generar nuevo conocimiento y transformarlo aplicándolo de forma rentable a nuevos productos. Prajogo y Ahmed (2006) la definen como la capacidad potencial de la organización para innovar.

“...Para la generación de innovaciones resulta fundamental el factor humano de la empresa, es decir, los conocimientos, habilidades y destrezas de los empleados.” (López-Mielgo, N. 2012)

Mediante nuevas iniciativas que sean relevantes y significativas, para el consumidor, las marcas de arte dulce están ofreciendo nuevos productos en el mercado local, ya sea mediante la decoración de los establecimientos, el empaquetado de sus productos o la elaboración y uso de ingredientes, de esta manera pueden generar recordación en el público y establecer un factor diferenciador en el mercado y entre la competencia. Algunas de las marcas locales que más le apuestan a la innovación de producto como distintivo comercial y estrategia de posicionamiento en los clientes son Marmettina, Amars, Amora Dulce, Astor, Versalles, La Migueria, entre otras.

5.2 MARKETING EXPERIENCIAL

Este término fue acuñado por el profesor de la universidad de Columbia, Bernd H. Schmitt en 1999. Este experto en marketing descubrió que los clientes están más propensos a consumir permanentemente una marca si pueden recordarla como una vivencia única o innovadora. Un ejemplo de marcas que apuestan constantemente al marketing experiencial es Coca Cola, que a través de las festividades ha logrado posicionarse como la bebida predilecta del público. La finalidad del marketing experiencial no es la marca ni la venta del producto si no el cliente y sus emociones creando relaciones duraderas entre marca y consumidor.

5.2.1 ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS

Cada vez más marcas integran el marketing basado en las experiencias en sus estrategias, para llegar al público de una manera más creativa y memorable, creando nuevas maneras de que el público tenga la oportunidad de explorar sus sentidos a la vez que está creando intencionalmente mediante estas tácticas una recordación, asimismo son momentos que nos generan emociones y satisfacción. “Los pasteleros instagramers provocan y despiertan, son tendencia mundial, lo que hacen es lindo, artístico y sobre todo provocativo. Lo hacen ver más fácil de lo que es” (Ríos, M. Revista El Portafolio, 2019)

5.2.2 E-COMMERCE

El e-commerce es una tendencia en auge en Latinoamérica y Colombia. La Internet es una de esas tecnologías que ha desencadenado transformaciones en los hábitos y costumbres de los individuos (Castells, 2000) Esta ofrece, entre otras cosas, la infraestructura necesaria para el intercambio de información y la realización de transacciones comerciales (Al-Gahtani, 2011). La internet y sus herramientas han permitido el desarrollo del comercio, agilizando los procesos de venta y compra entre marcas y clientes, mejorando la experiencia.

En el mercado del arte dulce, el e-commerce es una excelente herramienta que permite a la marca darse a conocer y localizar su nicho de mercado a la vez que le brinda al cliente variadas opciones del mercado y sus ofertas aligerando el contacto con la marca, de esta manera haciendo más cómoda la programación de pedidos y encargos personalizados, es por esto que la publicidad en entornos digitales juega un papel muy importante en la actualidad donde se hace necesaria para hacer conocer y posicionar una marca.

5.3 ORIGENES

La repostería ha tenido que adaptarse a las tendencias y buscar nuevas y variadas fuentes de dulzor. Con el pasar de la historia de la humanidad un solo oficio gastronómico ha evolucionado de tal manera que mientras más se perfeccionan sus recetas nuevos términos y caracterices se le suman. (Madrid, A. 1999)

5.3.1 CONFITERÍA, REPOSTERÍA Y PASTELERÍA

La habilidad de crear alimentos dulces viene desde nuestros antepasados, sociedades primitivas ya elaboraban papillas en piedras calientes, para dar forma algo muy similar a lo que se conoce hoy como turrón, creación a base de azúcares y frutos secos. En la ciudad española de Valencia, se descubrió una cueva con antiguas imágenes pintadas, donde se muestra una silueta humana recolectando miel, dicha pintura data de hace más de ocho mil años.

Figura 2. Pintura Recolectora de Miel



Pintura rupestre 'Recolectora de miel' en las Cuevas de la Araña, Bicorp (Valencia)

Fuente: RTVE España, 2021.

Las primeras creaciones dulces llevaban como ingredientes frutas y flores cubiertas con miel silvestre. La miel y la sabia de los árboles como el arce y el abedul fueron los primeros endulzantes, la miel se extendió a diversas culturas que la utilizaban como China, Oriente Medio, Egipto, Grecia y el Imperio Romano para la elaboración de dulces que inicialmente era una técnica empleada para conservar alimentos. (Chrystal, 2021)

Con el tiempo el uso de los ingredientes fue cambiando como en el caso de la azúcar que reemplazó el uso de la miel de abeja, gracias a la exquisita combinación de producía con otros ingredientes que la hizo famosa en toda Europa, países árabes, Persia y Egipto. (Madrid, A. 1999)

Figura 3. Miel y Azúcar



La miel posee mayor poder edulcorante que el azúcar con un 40% menos de calorías en iguales cantidades.

Fuente: Infobae, 2017.

Se pueden considerar productos de confitería aquellas elaboraciones alimenticias que tienen como ingrediente principal azúcar (sacarosa) u otros azúcares (remolacha, glucosa, fructosa, etc.), así como una gama de productos alimenticios tales como harina, huevos, crema de chocolate, grasas y zumo de frutas. “...el desarrollo de la confitería ha ido íntimamente ligado al del azúcar. La variación en la confección de dulces es enorme, y cambia según las épocas y países, e incluso según regiones” (Madrid, A. 1999, pg 17)

Figura 4. Confitería Artesanal



La confitería está compuesta por la mezcla de diferentes tipos de azúcares, frutas, natas, etc.

Fuente: Tienda de la Confitería, Baloncici, 2020.

Ya en Egipto existían recetas simples de repostería. Aun no se conocía el azúcar por lo que el sabor dulce se conseguía gracias a la miel de abeja. El origen de la repostería se remonta a los primeros pioneros en el arte de crear masas adicionando diferentes tipos de ingredientes, los primeros registros datan de hace miles de años en lo que se conoce como Mesopotamia y el Antiguo Egipto, llegando hasta Grecia. (Diario de Gastronomía, 2014)

Figura 5. Jeroglíficos



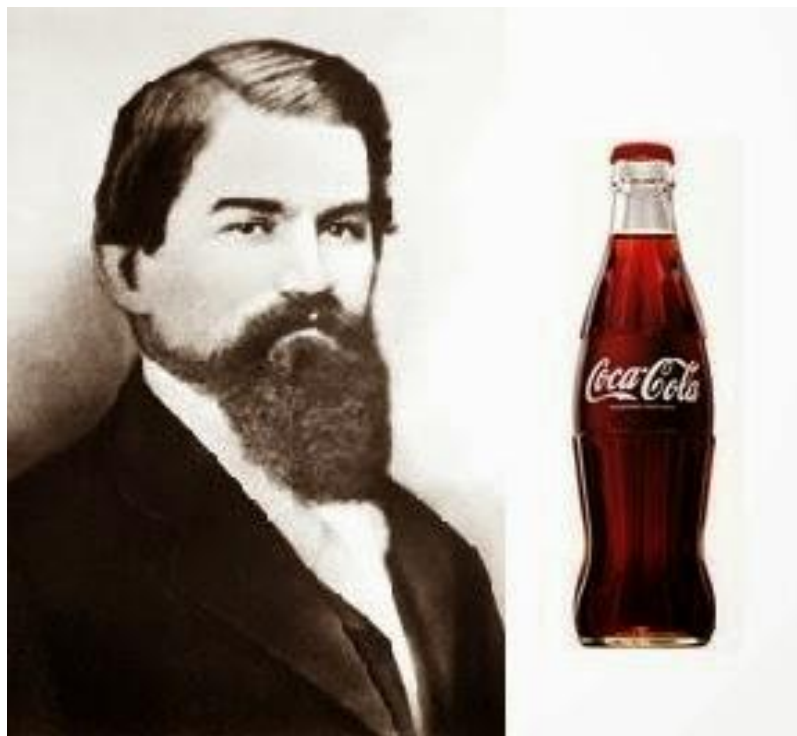
A través de los jeroglíficos de las antiguas ruinas egipcias, se ha podido determinar qué disfrutaban los paladares de estas milenarias tierras.

Fuente: Cocina y Vino, 2017.

Las pastelerías tienen antecedentes médicos ya que sus propietarios buscaban la manera de hacer los jarabes y medicamentos de sabores más agradables al paladar, agregando azúcar o miel a sus preparaciones para cubrir el sabor de otros componentes, hay quienes aseguran que fueron los boticarios los pioneros en agregar endulzantes para mejorar sabores. (Historia de la Pastelería, CEEAP, 1991)

Un referente a este dato es la creación del jarabe que posteriormente se convertiría en el refresco Coca Cola, que nació en una farmacia el 8 de mayo de 1886 en Atlanta, Estados Unidos a partir de la manipulación de su base (aun secreta) con adicciones de azúcares por parte de John S. Pemberton, su creador.

Figura 6. John S. Pemberton



John S. Pemberton a la izquierda junto con su creación la Coca Cola a la derecha.

Fuente: Coca Cola España, 2020.

Posteriormente se empezaron a referir con el término de repostero a aquellos que realizan preparaciones más caseras, mientras que los pasteleros eran aquellos que creaban piezas más elaboradas y complejas (A. Madrid, 1999) lo que produjo que los consumidores empezaran a considerar sus creaciones como piezas de arte.

El arte dulce, el cual es una expresión coloquial para nombrar aquellas piezas de pastelería de gran elaboración y detallado, es el perfeccionamiento de la pastelería, aunque el término arte dulce no figura como un concepto concreto es un término usado entre profesionales y fanáticos de este rubro. Por otro lado, hay que aclarar los términos de confitería, repostería y pastelería, al día de hoy, cada una se ha convertido en un trabajo de lujo y prestigio que exigen gran destreza, son consideradas profesiones con autoridad y respetadas.

Figura 7. Antigua Confitería.



Representación gráfica de una antiguas confitería de la edad media.

Fuente: Madrid Vicente, Confitería y pastelería: manual de formación, 1999.

5.3.2 CAÑA DE AZUCAR

Relacionar un ingrediente del pasado a la constante evolución, a la cual está sometida la pastelería se hace referencia al azúcar, ambos se han ido perfeccionando paralelamente. “Originaria de Nueva Guinea donde hace más de 8mil años ya era utilizada como planta decorativa para los jardines y también era masticada por su agradable sabor, posteriormente fue llevada hasta el sudeste asiático, lo que se conoce en la actualidad como la India donde se manipulaba para la obtención del khandá de ahí el origen del término inglés Candy” (Madrid. A. 1999). Desde allí se extendió su cultivo hasta numerosas islas del sur del pacífico.

Figura 8. Expansión del Azúcar



Mapeo del inicio de la expansión del azúcar. El punto amarillo muestra su origen (Nueva Guinea) y el punto rojo (India) el lugar de mayor manipulación y expansión a nuevas tierras.

5.4 Expansión

La popularidad de los pasteles creció de una manera impresionante durante la civilización griega, que las recetas se extendieron a otras culturas, es así como revisando los antecedentes de la repostería que fue de esta manera que se compartieron las transcripciones del recetario del filósofo Apicio durante el siglo I A.C , los ingredientes más utilizados en esta época eran los fermentos, la miel y los frutos secos.(Machuca, 2022)

Los ingredientes usados en la elaboración de pasteles y la creatividad que se tiene en su creación y entrega, son los aspectos que convierten este oficio en una experiencia innovadora, que invita al usuario a activar sus sentidos como la vista, el olfato y el sabor. El atractivo visual y la experiencia estética originan placer, lo convierte es una experiencia de goce al individuo, el arte dulce nos invita a compartirlo. (ICPP, 2019)

Figura 9. Influencia Cultural



Culturas que aportaron a la especialización de la repostería y pastelería.

Fuente: Aprende Institute/Blog/Gastronomía/Historia de la Repostería - depositphotos/historia de la pastelería.

La producción del arte dulce se venía haciendo en Europa a nivel familiar desde la antigüedad (CEEAP, 1991) los principales pioneros en perfeccionar las técnicas de elaboración e ingredientes fueron:

Figura 10. Pioneros

PIONEROS E INFLUYENTES EN LA HISTORIA DEL ARTE DULCE

APICIO



MARCO GAVIO APICIO SIGLO I SE LE ATRIBUYE LA AUTORÍA DE RE CULINARIA, SEGÚN ALGUNOS AUTORES ES UNO DE LOS DOCUMENTOS MEJOR QUE MEJOR EJEMPLIFICAN LAS PRÁCTICAS PASTELERAS DE LA ANTIGUA ROMA, INCLUIDO DETERMINADOS TIPOS D EPOSTRES.

ARTOLOGANIUS



ARTOLOGANIUS SIGLO II DE ORIGEN GRIEGO, CREO LA PRIMERA PASTA QUE CONTENÍA VINO, LECHE, ACEITE Y PIMIENTA, LA ESCRIBITA O PASTEL DE QUESO, LA PLACENTA O TORTA DE HARINA, AVENA, QUESO Y MIEL.

ARQUESTRATO



ARQUESTRATO SIGLO IV FUE UN POETA SICELIOTA, CULTIVO EL ARTE DE LA GASTRONOMÍA DULCE, ESCRIBIÓ EL POEMA HEDYPHATEIA, GASTRONIMIA (POEMA DEL GOURMET).

BARTOLOMEO SCAPPI



BARTOLOMEO SCAPPI SIGLO XVI DE ORIGEN ITALIANO, COCINERO DEL PAPA Y ESCRITOR DEL LIBRO OPERA DELL ARTE DEL CUCINARE ESTE PERSONAJE INFLUYO EN EL DESARROLLO SOBRE LOS CONOCIMIENTOS DE LA REPOSTERÍA Y DE JO EVIDENCIA DE ELLO EN SU OBRA, CREO LA MASA DE HOJALDRE.

FRANCOIS DE LA VERENE



FRANCOIS DE LA VERENE SIGLO XVII FUNDADOR DE LA ALTA COCINA FRANCESA, PUBLICO LA OBRA EL COCINERO FRANCÉS OBRA QUE NARRA LA EVOLUCIÓN DE LA PASTELERÍA ANTIGUA A LA COCINA MODERNA. ADEMÁS, SE CONVIRTIÓ EN PRIMER RECETARIO SOBRE PASTELERÍA.

GASPARINI



FRANCESCO GASPARINO SIGLO XVII PASTELERO ITALIANO, CREADOR LA RECETA DEL MERENGUE, MEZCLA QUE DIO ORIGEN A LAS MASAS ESPONJOSAS COMO TORTAS Y PASTELES.

JUAN DE LA MATA



JUAN DE LA MATA SIGLO XVIII FUE UN REPOSTERO ESPAÑOL FAMOSO POR HABER PUBLICADO LA OBRA ARTE DE LA REPOSTERÍA QUE CONTIENE TODO TIPO DE PREPARACIONES DULCES. MUCHAS DE LAS RECETAS TRADICIONALES DE LA REPOSTERÍA ESPAÑOLA ACTUAL SE ENCUENTRAN EN SU OBRA.

ANTOINE DE LA CAREMÉ



ANTOINE DE LA CAREMÉ SIGLO XIX FUE UN CHEF Y REPOSTERO FRANCÉS QUE MARCO LA HISTORIA DE LA REPOSTERÍA Y CONTRIBUYO A QUE LA REPOSTERÍA EVOLUCIONARA DE UNA MANERA RADICAL, ES CONSIDERADO COMO EL PADRE PASTELERÍA MODERNA, PUBLICO LA OBRA EL PASTELERO REAL.

MUJERES INFLUYENTES

CATALINA DE MEDICI



CATALINA DE MEDICI SIGLO XVI REINA DE FRANCIA DE ORIGEN ITALIANO, INTRODUJO EL USO DE UTENSILIOS COMO LOS CUBIERTOS Y REDEFINIÓ LA PASTELERÍA.

MARIA ANTONIETA



MARIA ANTONIETA DE AUSTRIA SIGLO XVI POPULARIZO LA PASTELERÍA, EXIGÍA LA ELABORACIÓN DE VOLUMINOSOS PASTELES PARA EXTRAVAGANTES BANQUETES QUE OFRECÍA EN EL PALACIO DE VERSALLES.

Pioneros del Arte Dulce.

Fuente: CEEAP.es/Historia de la Pastelería 1991 - [depositphotos/historia de la pasteleria](https://depositphotos.com/historia de la pasteleria) - Aprende Institute/Blog/Gastronomía/Historia de la Repostería - Study and Salon of Franz Karl.

5.4.1 HISTORIA EN COLOMBIA

El oficio del repostero llega a Colombia en el siglo XVI, momento en el que se da una mezcla de ingredientes americanos y españoles donde se intercambian unos por otros o se complementan. Junto con la llegada de los españoles, llega un ingrediente fundamental para el desarrollo de la pastelería en Colombia, el trigo, semilla que comienza a ser cultivada en diversas regiones del país, dando excelentes resultados en sus inicios. Las principales zonas de cultivo eran en Ubaté, Simijaca, Tunja y Guatavita, localidades cercanas a la capital Santafé - Cundinamarca.

Figura 11. Primeras Zonas de Cultivos.



Mapa de Colombia y su zona de cultivo en Cundinamarca.

Fuente: Imágenes Freepik.es – Wiki.es, 2019.

El autor Álvaro Miranda se esmera en resaltar los hechos más relevantes relacionados a la historia y desarrollo de la pastelería en Colombia en su libro “La Ruta Dorada del Trigo Colombiano”.

Figura 12. Datos Relevantantes en la historia de la pastelería en Colombia

Línea de Tiempo de hechos relevantes en la historia de la pastelería en Colombia

En 1810 se da una rebelión contra el francés Lambert quien importó máquinas para la elaboración de masas, pues los locales solo querían consumir productos hecho por las manos artesanas.



En 1814 el francés Jean Baptiste Boussingault contratado por Simón Bolívar para trabajar en Colombia hizo una gran aporte al tecnificar el cultivo de maíz, yuca y leguminosas en el Cauca y por el aporte de Antioquia en ingredientes como la harina de trigo, cacao y café.



En 1824 Colombia se encontraba en extrema pobreza por la guerra, por lo cual era difícil conseguir harina. En las fiestas de los “ricos” se servía “encurtidos, confituras y ponqués” además de limonadas, agua de cebada, ponche de frutas y vino blanco.



En 1847 En Bogotá se celebró la fiesta religiosa del Corpus donde se hacía la procesión, y luego se ofrecían todo tipo de productos de harina de trigo, la gente: “devoraban bizcochos, dulces y guarruz, además de frutas acarameladas, maní, alfajor, merenguitos, avisperos y otras golosinas de gusto no muy refinado”.



En 1849 en esta época muchos colombianos viajan a otros países y traían con ellos sus experiencias e influencias para implementarlas en su tierra es de esta manera como llegó por primera vez a Colombia el Sandwich receta compuesta por “pan de trigo y queso de flandes”.



En 1858 es cuando llegan desde Europa los primeros maestros especializados en la elaboración de masas, tortas y pasteles, es aquí cuando se inauguran las primeras reposterías en Bogotá, lugares donde se vendían confites, postres y pasteles, también tenían habitaciones para que las señoras hicieran cata de los productos.



En 1860 se dio a conocer al público la primera obra en Colombia sobre cocina titulada “Lenguaje Gastronómico con un oráculo respondón, poético i romántico” escrito por un grupo de gastrónomos dedicados a satisfacer la demanda culinaria de ambos sexos.



En 1874 el libro de cocina llamado “Manual de cocina y repostería” es reeditado adaptándose a los usos y a las costumbres de Colombia.



En 1876 en una de las tantas guerras civiles que se desarrollaron en el siglo XIX hubo un enfrentamiento entre los partidos liberales y conservadores y narran que en los momentos de descanso se compartían bizcochos finos y otras recetas locales del país.



En 1880 se inaugura una pastelería francesa en Bogotá de un francés de nombre M. Violet. La Panadería Violet estaba ubicada en la calle 10.



En 1882 un famoso costumbrista de la época llamado Ricardo Silva redacta que en las chicherías de la ciudad además de vender la chicha se conseguían rosquillas y bizcochos.



En 1889 “el 13 de junio con una maquinaria moderna y de primer orden, se fundó en Bogotá la Fábrica de Galletas del señor A. de J. Martínez”



En 1899 se inaugura una pastelería que toma gran importancia durante la guerra de los mil días, se trata Paulina Briceño casada con el pastelero Enrique Gracia, de origen español, su esposo fallece y ella continúa con el negocio, logrando gran éxito local hasta tener varias sucursales, en esta se preparaban recetas como hojaldres, repollas, milhojas entre otros.



Información por Miranda, A (2000) Colombia la senda dorada del trigo.

Fuente: Imágenes Freepick.es, 2019.

Colombia es un país muy tradicional siempre teniendo en cuenta sus orígenes, es una sociedad ligada a los sabores de las tortas y pasteles, además de popularizar recetas como las almojábanas, los buñuelos y el pan de yuca, recetas fritas u horneadas muy locales y exquisitas con orígenes árabes que llegaron a nuestras tierras y fueron adoptados por los cocineros locales. Algunas de la recetas dulces tradicionales más populares en las regiones colombianas son el arequipe, arroz con leche, flan de leche, natilla, tres leches, pie de limón, torta maría luisa y algunas gelatinas.

Figura 13. Dulces Tradicionales



entre ellao fritos, horneados y demás.

Fuente: Colombia.com 2015 – Amar's Repostería IG 2019 – Desktop.

6 MARCO NORMATIVO

El sector está dispuesto a desarrollar habilidades e innovar en sus procesos para así asegurar su lugar en el mercado mediante el desarrollo de productos vanguardistas.

Para dar cumplimiento a la normatividad colombiana y evitar sanciones, todo emprendedor o empresario que busque ofrecer al público un negocio de productos comestibles, debe tener en cuenta el Decreto 1879 de 2008, el cual indica los siguientes parámetros:

Matrícula mercantil vigente

La matrícula mercantil es el registro que deben hacer los comerciantes y los establecimientos comerciales ante la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde se va a desarrollar la actividad. Esta matrícula debe hacerse a más tardar a un mes después del inicio de la actividad comercial, no sin antes verificar en www.rues.org.co que no exista un negocio registrado con el mismo nombre.

Certificado Sayco & Acinpro

Es importante tener en cuenta que, en caso de necesitar hacer uso de música protegida por derechos de autor, deben pagarse los derechos correspondientes a la Organización Sayco & Acinpro (OSA). Punto importante ya que en el desarrollo de experiencias sensoriales la música juega un papel importante.

Concepto sanitario

El establecimiento también deberá cumplir las condiciones sanitarias descritas en la Ley 9 de 1979, las cuales son necesarias para asegurar el bienestar y la salud de los trabajadores y de la

población en general. Esta Ley contempla temas como la protección del medio ambiente, la preservación de las aguas destinadas al consumo humano, la salud ocupacional y, por supuesto, la manipulación de alimentos.

Frente a este último, la norma indica algunos requisitos:

- Solamente podrán operar los establecimientos con licencia sanitaria.
- Está prohibido el almacenamiento de sustancias dañinas en cocinas o espacios donde se elaboren alimentos.
- El material, diseño e instalación de los utensilios a usar debe permitir la fácil limpieza, desinfección y mantenimiento de estos.
- Para la elaboración de alimentos y bebidas se deben utilizar materias primas en condiciones higiénico-sanitarias.
- Los envases, empaques y envolturas a usar en productos específicos, deben almacenarse de manera correcta para que se evite su contaminación y se promueva su buen almacenamiento.
- No se permite reutilizar alimentos, bebidas o sobrantes, salvo que el Ministerio de Salud lo autorice.
- Las personas que intervengan en la manipulación de alimentos no deben padecer enfermedades infecto-contagiosas; así mismo, los trabajadores deben contar con las instalaciones, el vestuario y los implementos necesarios para asegurar una correcta higiene personal.

Otros requisitos:

Además de las normas expedidas en el Decreto 1879 de 2008, una pastelería debe cumplir con otros requisitos:

-Inscripción en el RUT

El Registro Único Tributario (RUT) es una herramienta que permite identificar, ubicar y clasificar su panadería o pastelería ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), entidad gubernamental encargada de administrar y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Además, el RUT le permite acreditar e identificar la actividad económica de su panadería o pastelería ante las personas (naturales o jurídicas) con quienes sostiene una relación comercial, laboral o económica en general. De igual manera, le permite reconocer las obligaciones tributarias de su negocio frente al Estado colombiano.

-Inscripción en el RIT

El Registro de contribuyentes del impuesto de industria y comercio o Registro de Información Tributaria (RIT), le permite a la Secretaría Distrital de Hacienda identificar, ubicar y clasificar a su negocio ante impuestos como Industria y Comercio, Avisos y tableros – ICA. Este trámite lo puede realizar dentro de los dos meses siguientes al inicio de actividades de su panadería o pastelería.

-Uso de suelo

Este requerimiento es quizá uno de los menos conocidos, pero no por ello menos importante, pues es el requisito que exige verificar si la actividad económica de su establecimiento está autorizada para desarrollarse en la ubicación elegida de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial y la reglamentación de cada ciudad o municipio.

-Certificado de manipulación de alimentos

No podemos terminar este listado sin hablar del certificado de manipulación de alimentos, el cual debe renovarse anualmente y es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos. Este certificado puede realizarse en cualquiera de las empresas capacitadoras autorizadas por el Gobierno.(proingra.com/requisitos y normas)

7 METODOLOGÍA

La definición del enfoque metodológico es el primer paso a la definición de la manera en que se recogerán los datos, como serán analizados e interpretados. El enfoque incluye el diseño mismo del instrumento. “A grandes rasgos, en la dinámica del quehacer investigativo de las Ciencias Sociales se puede distinguir dos enfoques metodológicos: el cuantitativo y el cualitativo. Ambos se diferencian por su lógica interna: diseño de investigación, técnicas e instrumentos que utilizan para recoger la información, tipo de información recolectada, el proceso de análisis, entre otras características”. (Cauas, 2005)

7.1 Enfoque

Cualitativo

Entre los enfoques de la investigación se integran tres, el enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. La investigación cualitativa será la elegida para este trabajo de campo ya que es aquella en que su análisis se orienta a dar explicaciones o descripciones detalladas de fenómenos, empleando métodos como la entrevista, estudio de caso, investigación etnográfica, entre otras. El enfoque cualitativo busca tener un campo más amplio de investigación. “utiliza recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación y puede o no probar hipótesis en su proceso de interpretación.” (Sampieri, 2003) Además, permite una prospectiva más amplia y profunda del fenómeno, mayor claridad en el planteamiento del problema, una indagación más dinámica, enriquecimiento de datos, entre otros.

7.2 Paradigma

El modelo elegido es el Histórico Hermenéutico o interpretativo, el cual toma como base el sujeto-objeto, que junto con la observación del fenómeno y el análisis de datos se plantea el estudio de las relaciones y características del objeto a investigar.

“Al abordar un objeto de estudio en una investigación se debe tomar en cuenta el proceso de recepción, mediante el cual el sujeto entra en relación con una realidad que objetivamos; de manera que, al reflexionar sobre la propia intencionalidad y capacidad de indagar, se llegue a la mejor comprensión del objeto” (Solorio Pérez, 2014, p. 160).

7.3 Línea de investigación

La sociedad más que nuevos productos, demanda experiencias para satisfacer la necesidad de vivenciar y consumir, es por esta razón que, desde la perspectiva de publicista debemos ofrecer calidad y momentos únicos al espectador, descifrar lo que este desea y mostrarlo a su alcance, esta investigación pretende ofrecer al consumidor opciones llenas de innovación dulce en la gastronomía local y el impacto que produce en el público.

“El consumidor determina que un producto o servicio encaja en su estilo de vida porque representa un concepto interesante o deseable; el Marketing de la estética surge entonces como la intención de comercializar ideas o apropiaciones simbólicas placenteras y satisfactorias ofrecidas al sujeto por una marca, que alimenta la autopercepción y por lo tanto, la identidad.” (Schmitt & Simonson, 1998)

La recordación que puede producir una marca a través de una experiencia sensorial satisfactoria ofrecida al público es un gran factor que le puede permitir establecer una diferencia en el mercado.

7.4 Alcance

En alcance de este trabajo pretende ser Exploratorio abordando un fenómeno social, el cual es la tendencia de las personas por visitar y experimentar lugares que le apuestan a la innovación de creaciones dulces (pastelerías, reposterías, confiterías).

7.5 Tipo de investigación

Investigación Cualitativa: Su objetivo es estudiar el comportamiento humano y el significado de la vida social. Utiliza metodología interpretativa (etnografía, fenomenología, interaccionismo simbólico, etc.): sus intereses se centran en el descubrimiento del conocimiento, y su tratamiento de los datos es esencialmente cualitativo.

Con la realización de un trabajo de campo (pre-experimental), siendo la variable la innovación y las estrategias de posicionamiento. Para el desarrollo del trabajo se llevará a cabo en primer lugar una clasificación de la información relacionada con el sector dulce y los acercamientos que este ha tenido hacia la innovación de sus procesos. Una vez recopilada esta documentación y habiendo obtenido un panorama de la situación actual del problema u oportunidad planteado; se pretende dar a conocer el desarrollo del arte dulce local que están innovando en sus elaboraciones utilizando la innovación para mejorar sus productos y hacerlos más comerciales.

Finalmente, se utilizarán herramientas virtuales para generar cuestionarios que permitan conocer y medir el conocimiento de la población a impactar con el mapa de experiencias.

7.6 Unidad(es) de análisis

Marcas locales innovadoras en el arte dulce en Medellín y población de universidades locales.
(Universidad Católica Luis Amigó, UPB y Universidad de Antioquia)

7.7 Población y muestra

Las poblaciones son las marcas que ofrecen experiencias dulces, que en un primero momento se establecieron canales de comunicación los cuales no fueron repuestos, para con estas conocer más sobre sus opiniones y métodos de elaboraciones ya que representan un segmento de la ciudad de Medellín por lo que comparte características con esta. De esta manera, las conclusiones

a las que se lleguen con el estudio de este espacio muestral se podrían extrapolar y darle mayor utilidad al objetivo de este trabajo/Sector: Arte Dulce en Medellín.

7.8 Categorías de análisis

La variable definida será la innovación implementada tanto en el acondicionamiento del establecimiento como en la creatividad en los productos que la marca ofrece al público.

7.9 Instrumentos y técnicas de recolección de datos

La idea principal de la investigación es conocer sobre marcas actuales en el mercado local, marcas que están generando innovación e ideas creativas, que se están desarrollando en el marco de las redes sociales. Es por esto, que el proceso de recolección de datos lo llevare por medio de la plataforma Google Forms, el cual se trata de una encuesta dirigida a jóvenes universitarios, con el fin de realizar un aproximado de 200 encuestas digitales, para obtener datos que ayuden a interpretar el pensamiento de los consumidores actuales. Por otra parte, se realizará una entrevista de 8 preguntas para la Chef Cindy Sophia Álvarez, graduada de la Mariano Moreno y chef encarga del restaurante Legado, con la cual se pretende conocer el punto de vista de profesionales del campo.

7.10 Procesamiento de datos

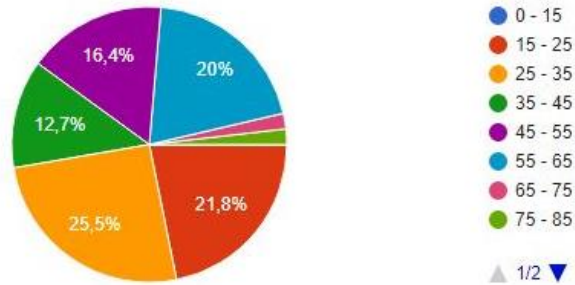
Encuesta.

Con base en una encuesta de 18 preguntas de selección múltiple realizada entre 125 universitarios su mayoría entre los 25 y 35 años de la ciudad de Medellín, haciendo una elección de las preguntas más relevantes sobre el termino de Arte Dulce se llega al siguiente análisis:

Figura 1.

Cual es su rango de edad?

110 respuestas



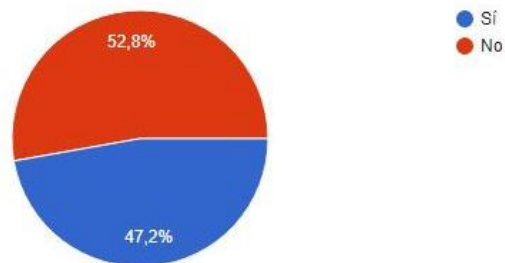
Fuente: Google Forms 2022.

El 47,2% de las personas encuestadas conoce el termino Arte Dulce, para el otro 52,8% es un término muy nuevo.

Figura 2.

Conoce usted el termino Arte Dulce?

125 respuestas



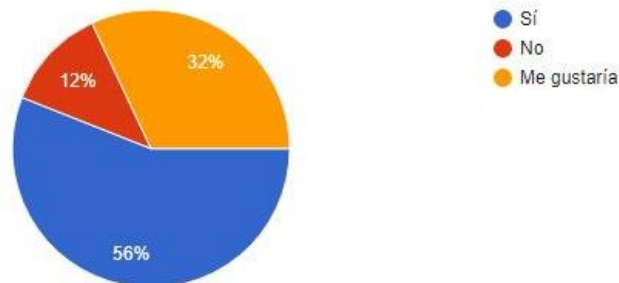
Fuente: Googles Forms 2022.

A pesar de que tan solo el 47% afirmaba conocer el termino Arte Dulce, en una siguiente pregunta se define mejor el término, a lo que el ahora 56% afirma haber consumido este tipo de productos y un 32% se encuentra interesado en conocer más sobre este tipo de productos.

Figura 3.

El Arte Dulce es el perfeccionamiento de las técnicas pasteleras, las cuales convierten este campo en arte comestible, consume usted este tipo de producto?

125 respuestas



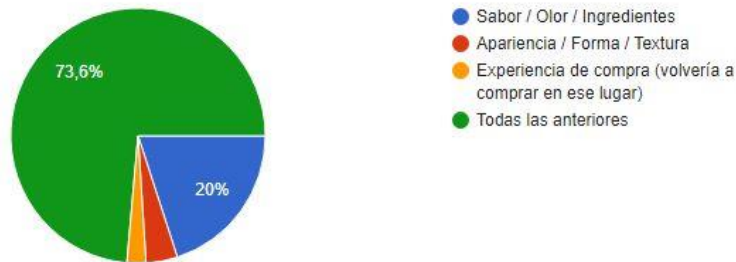
Fuente: Googles Forms 2022.

A los encuestados se les pregunta sobre cuales consideran son los factores más importantes al momento de consumir un nuevos producto de pastelería, a los que el 73,6% prefiere vivir una experiencia completa que vaya desde un buen sabor, apariencia y el trato hacia el mismo.

Figura 4.

Que prefiere usted al momento de consumir piezas de pastelería?

125 respuestas



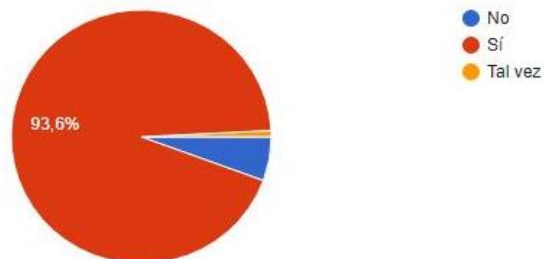
Fuente: Googles Forms 2022.

También se quiso saber si las personas que afirmaban conocer estas marcas también han consumido sus productos a los que el 93,6% afirma haber consumido sus productos.

Figura 5.

Ha consumido en algunos de los anteriores establecimientos mencionados?

125 respuestas



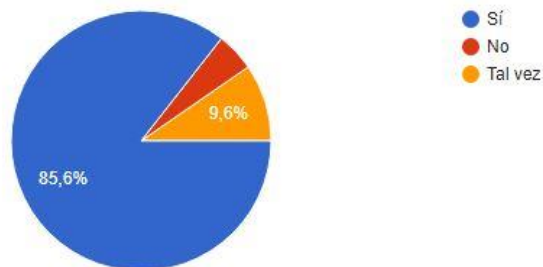
Fuente: Googles Forms 2022.

Para el 85,6% de los encuestados la creatividad es un factor importante en la presentación de un producto de pastelería.

Figura 6.

Es para usted importante la creatividad al momento de presentar un producto de pastelería?

125 respuestas



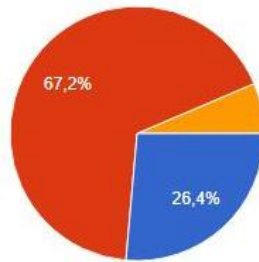
Fuente: Googles Forms 2022.

A los encuestados se les dio la opción de elegir entre que lugares prefieren visitar al momento que desean consumir productos de pastelería o repostería a lo que el 67,2% prefiere visitar lugares enfocados en una cantidad limitada de productos, pero bien elaborados y que ofrezcan una experiencia al momento de consumir.

Figura 7.

Elija la opción de su preferencia:

125 respuestas



- Prefiero visitar las típicas panaderías locales donde se venden todo tipo de productos como buñuelos, tortas listas, almojábanas.
- Prefiero visitar lugares enfocados en un solo producto como pastelerías, reposterías y que generan un experiencia al momento de la compra.
- Prefiero comprar online o por Instagram

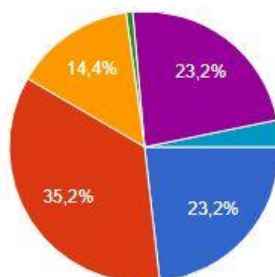
Fuente: Googles Forms 2022.

También se dio a conocer la gran predilección de los 125 encuestados por consumir productos de pastelería y repostería, donde tan solo 0,8% (1 encuestado) no consume estos productos.

Figura 8.

Que tanto consume productos de pastelería/repostería?

125 respuestas



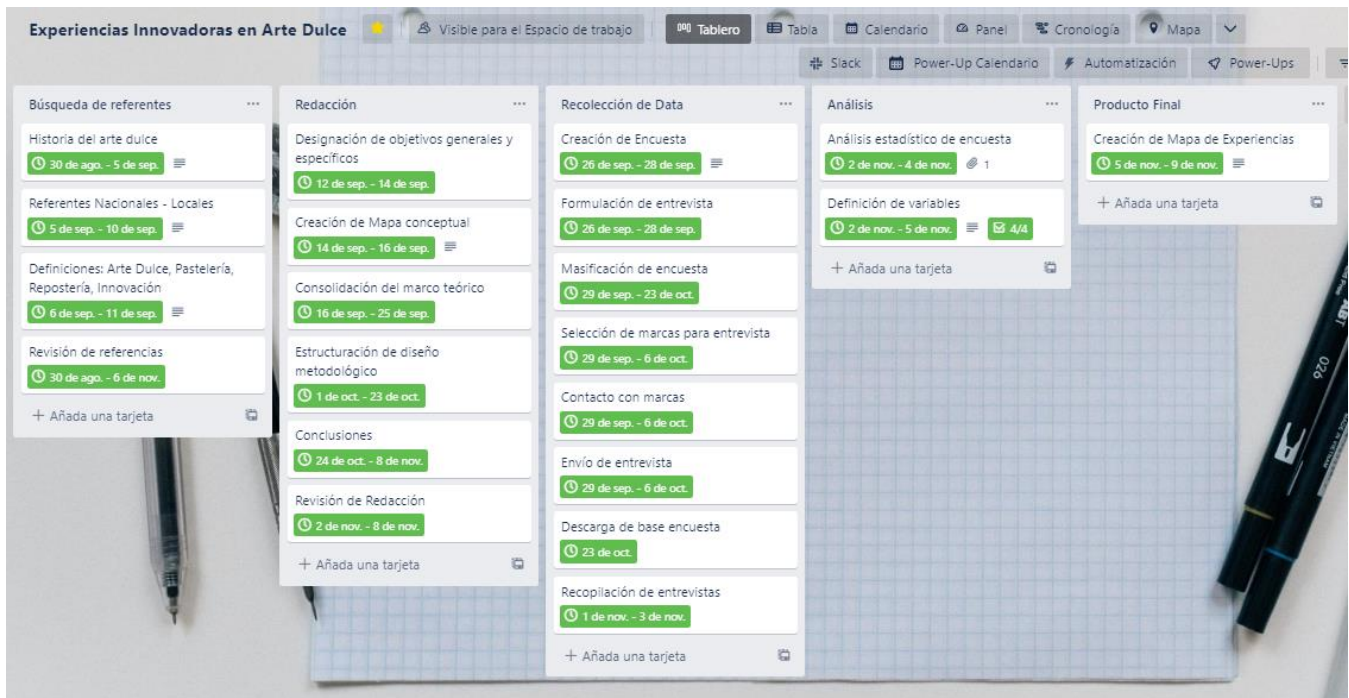
- Esporádicamente
- Cuando siento antojo
- Cuando veo algo rico
- Nunca
- Regularmente
- Todos los días

Fuente: Googles Forms 2022.

Sin embargo, al preguntarle a los encuestados si son conocedores de la gran oferta en el mercado local el 72% no conoce esta gran oferta actual de productos de Arte Dulce y un 28% afirma conocer otras alternativas.

Finalmente a los encuestados se les pregunto si estarían dispuestos a probar nuevos establecimientos que ofrescan experiencias innovadoras en el arte dulce, a lo que el 80% estaría dispuesto y un 18,4% tal vez los harían.

7.11 Cronograma



8 RESULTADOS

Con base en la investigación metodológica empleada arroja como resultados que el público medellinense se encuentra interesado en nuevas ofertas de productos dulces de pastelería y repostería y la innovación es un factor importante en la mente de los consumidores, por este motivo la creación de un mapa de Experiencias Innovadoras en el Arte Dulce, sería un instrumento útil que favorecería el conocimiento de estos establecimientos y su oferta.

8.1 Encuesta – Marcas Identificadas

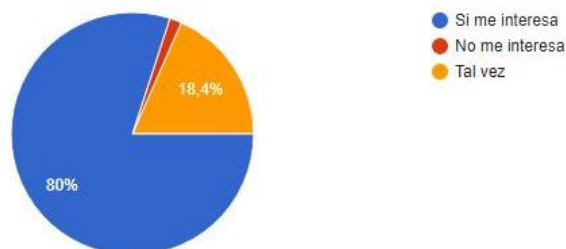
La encuesta realizada 125 universitarios de la ciudad de Medellín entre los 25 y 35 años apunta los siguientes resultados:

Figura 1.

Estaría dispuesto a visitar nuevos establecimientos que ofrecen experiencias gastronómicas innovadoras al momento de adquirir sus productos (presentación, diseño, ingredientes, olor del producto)?

125 respuestas

 Copiar



Fuente: Googles Forms 2022.

Figura 2.

Conoce usted algunos de estos establecimientos de pastelería/repostería?

125 respuestas



Fuente: Googles Forms 2022.

La gran mayoría de los encuetados (80%) está interesado en un mapa de experiencias innovadora en el arte dulce (reposterías, pastelerías) y otro 18,4% talvez lo probaría. Además, aportaron información dando a conocer cuáles son las marcas en tendencia en el mercado local gracias a sus innovadoras ofertas, y serán estas las marcas para la elaboración del mapa de experiencias:

8.1.1 AMARS

Es una repostería en el Barrio La Castellana desde 1998, se especializa en el mejoramiento de recetas tradicionales de pastelería y en la elaboración de deliciosas tortas y pasteles con y sin azúcar, sus principales productos son los pastelillos, las tortas temáticas, entre ellas la torta de chocolate, la torta de nuez y almendra, la torta de tres leches y frutas, bizcochuelos y alfajores, actualmente es tendencia en la ciudad por la elaboración y el detalle de sus creaciones en pastelería.



8.1.2 ESPONJADO'S

Con 30 años de experiencia en el sector repostero en Medellín, se especializan en la elaboración de panes de chocolate esponjosos por el cual, son muy conocidos, además de tortas maría luisa y alfajores.



8.1.3 SIN AZÚCAR

Es una repostería que cuenta con 6 puntos de venta en la ciudad de Medellín en la en la cual se ofrecen las mejores recetas de pastelería dietética, todos sus productos son preparados con endulzantes naturales.



8.1.4 MARMETTINA

Es un restaurante el cual se considera un tributo al arte dulce, son pioneros en la innovación de experiencias en el arte dulce en la ciudad de Medellín, son conocidos por sus extravagantes creaciones llenas de frutas, flores y diferentes tipos de chocolate.



8.1.5 DELIMERENGON COL

Pioneros en traer la receta del merengón a Antioquia, se especializan en la creación de diferentes tipos de preparaciones siempre teniendo como ingrediente el típico merengón.



8.1.6 MODOU

Es una repostería tradicional, famosa por ofrecer al público curiosas recetas dulces, en especial el pan de muerto, receta dulce originaria de México, su única sede se encuentra en el Parque Carlos E Restrepo.



8.1.7 EL ASTOR

Es una repostería fundada por el suizo Enrique Baer, abrió su primer punto de ventas en la Carrera Junín en el año 1930, tiene una amplia oferta de productos como tortas húmedas, pastelillos, galletas, alfajores de almendra, nueces de miel, canastas de chocolate y su famoso “sapito”. A logrado permanecer en el tiempo gracias a la constante inversión en innovación de recetas y elaboraciones que los hacen único.



8.1.8 CROISSANTI

Es una pastelería y panadería conocida por sus cruasanes con diferentes tipos de ingredientes y su exquisita torta red velvet.



8.1.9 DON JACOBO

Es una empresa familiar fundada en 1986, es una repostería conocida por su delicioso postre de Genovesa además de helados y ponqués.



8.1.10 LAS CHIDAS

Es una palettería ubicada en el barrio La Floresta, innovadora en la manera de presentar sus platos y métodos de elaboración.



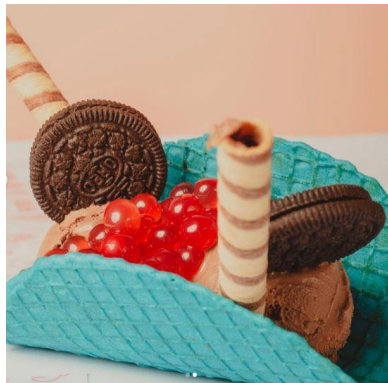
8.1.11 DOMÉNICO

Es una panadería famosa por la elaboración de sus masas con chocolate y la creación de la torta de almojábana.



8.1.12 SUBMDE

Es una marca que ha recreado la manera de comer helados mediante una creativa manera de servirlos en forma de tacos y churros.



8.1.13 AMERICAN SWEETS

Es una waffleria famosa por la forma de presentar sus productos y la exquisita combinación de sabores que ofrece al mercado.



8.1.14 ROLOS

Es una repostería y panadería artesanal que ofrece al mercado deliciosas recetas como el postre de milhojas y el brownie de red velvet, además mezclan sus recetas de Cundinamarca con las locales.



8.1.15 DAOZ

Es una repostería enfocada en el diseño de tortas de tres leches, caseras y personalizadas en pocos minutos.



8.2 RESULTADOS

Se implementaron métodos de recolección de datos como la encuesta dirigida a un público que pretendía alcanzar las 200 respuestas, finalmente obteniendo un alcance de 125 encuestados, por otro lado, el uso de una entrevista para emprendedores y marcas locales, la cual en un primer momento iba dirigida para estos y después de ponerse en contacto con estas marcas y personalidades en varias ocasiones, finalmente nunca hubo respuesta por lo que no pudieron aportar al desarrollo de esta investigación. Posteriormente elaborada a la chef Cindy Sophia Álvarez conocedora del mundo del arte dulce y sus recetas.

Entrevista

Entrevistada: Cindy Sophia Álvarez, Chef.

Con base en la entrevista realizada a la chef Cindy Sophia Álvarez, graduada de la Escuela de Gastronomía Mariano Moreno y dueña de la marca Legado podemos resaltar que Medellín es una ciudad en auge donde el público se torna cada vez más exigente y demanda nuevas experiencias, por esta razón es importante la contante inversión en métodos innovadores que hagan que un producto o marca se vuelva tendencia gracias a la creatividad implementada en sus procesos, además de aportar nuevas propuestas al mercado.

9 CONCLUSIONES

La idea central de la elaboración de este trabajo de grado, era reconocer la situación actual del mercado del arte dulce en Medellín y que ofertas tiene al alcance del público, basándome en el marco teórico del mismo a medida que el trabajo se fue desarrollando se pudo conocer diferentes marcas y emprendimientos de pastelería y repostería, algunos tan nuevos como Marmettina y Modou y otros ya tan tradicionales como Don Jacobo y Astor pioneros en nuestra ciudad; pero que debido a su constante inversión en innovación y técnicas de mercadeo han logrado sostenerse en el mercado actual. Se implementaron métodos de recolección de datos como la encuesta dirigida a un público que pretendía alcanzar las 200 respuestas, finalmente obteniendo un alcance de 125 encuestados, por otro lado, el uso de una entrevista para emprendedores y marcas locales, la cual en un primer momento iba dirigida para estos y después de ponerse en contacto con estas marcas y personalidades en varias ocasiones, finalmente nunca hubo respuesta por lo que no pudieron aportar al desarrollo de esta investigación. Posteriormente elaborada a la chef Cindy Sophia Álvarez conocedora del mundo del arte dulce y sus recetas.

Se puede concluir que el mercado local del arte dulce está en auge y se encuentra en una constante evolución, el público se encuentra interesado en conocer nuevas alternativas, pese a que el término Arte Dulce es muy nuevo y en algunas ocasiones varias personas que ayudaron con el desarrollo de esta investigación no conocían aun este término, pero al entrar en detalle de lo que es y lo que ofrece las personas se tornaron curiosas e interesadas sobre esta tendencia. Actualmente la ciudad cuenta con una gran oferta de establecimientos de pastelería y repostería que están ofreciendo innovadoras creaciones como postres personalizados, mezclas increíbles de sabores, formas y presentaciones nunca antes vistas, por lo que el mapa de experiencias innovadoras que

es el producto final de este trabajo de grado, se hace muy factible su realización en la ciudad de Medellín.

10 REFERENCIAS

-Adler, P. S., & Shenbar, A. (1990). Adapting your technological base: the organizational challenge. Sloan Management Review, 25, 25–37.

-Al-Gahtani, S. (2011) "Modeling the electronic transactions acceptance using an extended technology acceptance model". En: Applied Computing and Informatics, 9 (1): 47-77.

-Aprende Institute / Blog Gastronomía <https://aprende.com/blog/gastronomia/reposteria/historia-de-la-reposteria/>

-Castells, M. (2000) Internet y la sociedad red.

<http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html>].

-CEEAP (1991) HISTORIA DE LA PASTELERÍA.

<https://icpp.edu.co/2019/08/22/pasteleria-una-deliciosa-historia/>

-Consolación Segura, C. & Sabaté Garriga, F. (2008) Marketing Experiencial: el marketing de los sentimientos y sus efectos sobre la mejora en la comunicación.

<http://adingor.es/congresos/web/articulo/detalle/a/242>

-Chrystal, P. (2021) The History of Sweets

-Cuallo, A. (2020) Historia de la Repostería.

<https://aprende.com/blog/gastronomia/reposteria/historia-de-la-reposteria/>

-Coca-ColaEspaña.es (2020) JOHN PEMBERTON, La historia del hombre que inventó Coca-Cola

<https://www.cocacolaespana.es/conocenos/nuestra-historia/john-pemberton-inventor-coca-cola>

-Cauas, Daniel. (2005). Definiciones de las variables, enfoque y tipo de investigación.

https://www.academia.edu/11162820/variables_de_Daniel_Cauas

-CEEAP, Confederación Española de Empresarios Artesanos de Pastelería. (1991) HISTORIA DE LA PASTELERÍA.

<https://icpp.edu.co/2019/08/22/pasteleria-una-deliciosa-historia/>

-Diario de Gastronomía. (2014) LA DULCE HISTORIA DE LA PASTELERÍA.

<https://diariodegastronomia.com/la-dulce-historia-de-la-pasteleria/>

-Guan, J., & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms.

Technovation, 23, 737–747 .

-Instituto Colombiano de Panadería y Pastelería, ICPP. (2019) Pastelería, una deliciosa historia.

<https://icpp.edu.co/2019/08/22/pasteleria-una-deliciosa-historia/>

-López-Mielgo, N. (2012) ¿Qué necesita una empresa para innovar? Investigación, experiencia y persistencia.

<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/1-s2.0-S1019683812000066-main.pdf>

-López-Medina, J. D. (2020) PUBLICIDAD SOCIAL Línea de investigación.

https://www.researchgate.net/publication/343934998_PUBLICIDAD_SOCIAL_Linea_de_investigacion

-LatinPyme. (2019) PASTELERÍAS, NEGOCIOS QUE ENDULZAN LA VIDA.

-Madrid, A. (1999) Confitería y pastelería: manual de formación.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dygadTCn7_UC&oi=fnd&pg=PA1&dq=confiteria&ots=9OiKI_pDol&sig=hg4zb6ALkDaWiSnrq-TafrVG9w#v=onepage&q=confiteria&f=false

-Miranda, A. (2000) Colombia la senda dorada del trigo.

-Machuca, F. (2022) Future of People.

<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/historia-reposteria/>

-Prajogo, D. I., & Ahmed, P. K. (2006). Relationships between innovation stimulus, innovation capacity, and innovation performance. R&D Management, 36, 499–515

- Proingra.com (28 de enero, 2021) ¿Qué requisitos se necesitan para abrir una panadería o pastelería?

<https://proingra.com/que-requisitos-se-necesitan-para-abrir-una-panaderia-o-pasteleria/>

- Portafolio (2019) Y Colombia... ¿Cómo anda en pastelería y repostería?

-Rivera, A. (2021) RTVE España, Artículo Electrónico, ¿Cuál fue el primer dulce de la historia?

<https://www.rtve.es/television/20210815/cocina-bestial-primer-dulce-historia/2145500.shtml>

-Solorio Pérez, C. D. (2014). Hacia una teoría de la recepción del objeto de estudio en la investigación social. Omnia, 20(1), 159-170.

www.redalyc.org/articulo.oa?id=73731653012

-Schmitt, B., & Simonson, A. (1998). Márketing y estética: la gestión estratégica de la marca, la identidad y la imagen. Grupo Planeta.

[https://books.google.com.co/books?id=MhDetoL8mwAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q
&f=false](https://books.google.com.co/books?id=MhDetoL8mwAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)

- Sampieri Hernandez, Roberto; Collao Fernandez, Carlos & Lucio Baptista, Pilar (2003)

Metodología de la investigación pg. 10

[http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/Hernandez-
Sampieri-Cap-1](http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1).

11 ANEXOS

Entrevista.

“Innovación y Arte Dulce”: Realizada a la chef Cindy Sophia Álvarez.

Pregunta 1: ¿Por qué crees que la innovación en la elaboración y presentación de la pastelería/repostería (Arte Dulce) se ha convertido en un factor diferenciador para generar ventas tanto como experiencia al público?

Entrevistado: Creo que el proceso de globalización que ha experimentado la sociedad ha impactado la manera en que consumimos y las exigencias de lo que consumimos, ya no solo nos conformamos con los mismos productos tradicionales, sino que buscamos nuevas maneras de buscar experiencias innovadoras.

Pregunta 2: ¿Cuál es tu opinión sobre invertir constantemente en técnicas y métodos creativos en la elaboración y presentación de nuevos productos que impacten al público?

Entrevistado: Como cocinera, mi mayor motivación es que las personas que se acercan a mis preparaciones se sientan positivamente impactados, para lograr eso considero que siempre debo mantenerme no solo a la vanguardia sino tratar de proponer cosas nuevas y para eso estoy en constante actualización de mis técnicas e incluso experimento por mi cuenta para tratar de proponer algo nuevo.

Pregunta 3: ¿Cuál crees es la posición de Medellín en cuanto a su oferta comparada con el mercado nacional y cuáles pueden ser sus fortalezas ante este mercado y su demanda?

Entrevistado: Medellín en los últimos años puedo decir que ha tenido un apogeo y crecimiento en todas las industrias, especialmente las que se relacionan con el turismo dado que nos hemos expandido internacionalmente, y la gastronomía ha sido una de las industrias que más se han destacado. Antes viajaba a otras partes del país, especialmente Bogotá para encontrar pastelería más especializada o veía en otros países preparaciones que era casi imposible encontrar acá, ahora veo con gusto que en la ciudad encuentro propuestas súper interesantes que están a la par de las grandes ciudades del mundo. Siempre habrá lugar para mejorar, pero creo que vamos por muy buen camino y no nos quedamos atrás.

Pregunta 4: ¿Por qué crees que las piezas de dulce siempre han estado relacionadas con las celebraciones, la abundancia y el placer?

Entrevistado: Bueno, históricamente el sabor “dulce” aunque uno no lo cree no era tan común y no todo el mundo tenía acceso a él, es por eso que se dejaba para ocasiones especiales o para mejorar otras preparaciones. Después, ya se volvió como más tradición en algunas fechas importantes que

una torta o postre fuera protagonista y ya hoy en día es algo casi necesario para muchas personas acompañar las comidas con alguna preparación dulce.

Pregunta 5: ¿Desde un punto de vista comercial porque es más importante como marca vender una experiencia innovadora al público, más que su producto como tal?

Entrevistado: No es que no sea importante vender el producto, sino que hemos aprendido que muchas veces el consumidor no viene solo por consumir sino por toda la experiencia que está desde lo visual, sensorial hasta el sabor. Las redes sociales creo que han jugado un papel importante porque ahora todos quieren compartir e incluso dar su opinión acerca de cómo fue su experiencia con cada marca.

Pregunta 6: ¿Cómo crees que ha impacto el arte dulce al mercado local?

Entrevistado: Como te decía ahora, Medellín se ha expandido mucho y ha crecido el turismo entonces todo ese nuevo público extranjero y el público local que se ha vuelto más exigente también ahora apoyan más este tipo de comercios que creo que tienen un impacto positivo en nuestra economía.

Pregunta 7: ¿Qué te inspiró a crear piezas de arte dulce?

Entrevistado: En mi familia siempre han estado presentes estas preparaciones, mi abuela, mis tías y mi papá son de un pueblo de la costa y allá siempre en semana santa y en ocasiones especiales se preparaban muchos dulces, entonces siempre lo tuve presente. Hoy en día he tratado de traer un poco de eso que me enseñaron y transformarlo, pero con mucho respeto y sin perder la esencia.

Pregunta 8: ¿Qué crees que hace exitoso a un lugar?

Entrevistado: Es un conjunto de cosas, pero sobre todo creo que es la dedicación que implica querer hacer todo muy bien desde cómo preparamos las cosas con productos de alta calidad, con buenas técnicas, con mucho amor, hasta cómo lo comunicamos y lo servimos y en eso está las redes sociales y la experiencia al servir.

1.1 Producto Final

Mapa de Experiencias Innovadoras en el Arte dulce, un rastreo local que muestra la ubicación de algunas de los establecimientos que están en tendencia en el mercado local.