

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y TURISMO**

Trabajo de fin de carrera titulado:  
**“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos  
a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito  
Metropolitano de Quito en el año 2013”**

Realizado por:  
**MARCELO ANTONIO CHÁVEZ DÍAZ**

Director del proyecto:  
**FABRIZIO JÁCOME, MBA**

Como requisito para la obtención del título de:  
**MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

Quito, 31 de Enero de 2014

## **DECLARACION JURAMENTADA**

Yo, MARCELO ANTONIO CHAVEZ DIAZ, con cédula de identidad # 1713163390-0, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y, que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Marcelo A. Chávez Díaz

C.C.: 171316339-0

## **DECLARATORIA**

El presente trabajo de investigación titulado:  
**"Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos  
a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito  
Metropolitano de Quito en el año 2013"**

Realizado por:  
**MARCELO ANTONIO CHÁVEZ DÍAZ**

Como Requisito para la Obtención del Título de:  
**MASTER EN NEGOCIOS Y ADMINISTRACIÓN**

Ha sido dirigido por el profesor  
**FABRIZIO JÁCOME, MBA**

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

Fabrizio Jácome  
DIRECTOR

# **LOS PROFESORES INFORMANTES**

Los Profesores Informantes:

**JOSE FLORES**

**DANNY TRUJILLO**

Después de revisar el trabajo presentado,  
lo han calificado como apto para su defensa oral ante  
el tribunal examinador

José Flores

Danny Trujillo

Quito, 31 de Enero de 2014

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de investigación a mis padres quienes supieron dar verdadero ejemplo de esfuerzo y dedicación.

A mi esposa e hijos quienes son el motor de superación que impulsa mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Al profesor Fabrizio Jácome por su acertada dirección de la tesis. Su profesionalismo y entrega fueron determinantes a la hora de conformar este documento.

A los profesores José Flores y Danny Trujillo, quienes con sus lecturas aportaron una visión diferente e integradora de mi investigación.

A la Universidad Internacional SEK, por su esfuerzo de formar profesionales íntegros.

# INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CAPÍTULOS	Pág.
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1 El problema de Investigación	1
1.2 Marco Teórico	10
<b>CAPÍTULO II. MÉTODO</b>	<b>24</b>
2.1 Tipo de estudio	24
2.2 Modalidad de investigación	24
2.3 Método	24
2.4 Población y Muestra	25
2.5 Selección de instrumentos de investigación	40
2.6 Validez y confiabilidad de los instrumentos	40
2.7 Procesamiento de Datos	40
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS</b>	<b>32</b>
3.1 Levantamiento de datos/información	32
3.2 Presentación y análisis de resultados	33
3.3 Análisis de resultados	45
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN</b>	<b>51</b>
4.1 Aplicación práctica	51
4.2 Conclusiones	71
4.3 Recomendaciones	74
<b>MATERIAL DE REFERENCIA</b>	
Bibliografía	75
<b>ANEXOS</b>	<b>78</b>
Encuestas	

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: CONSUMO DE BEBIDAS SIN ALCOHOL EN EL ECUADOR	3
CUADRO 2: EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES SECTOR FRUTAS NO TRADICIONALES	5
CUADRO 3: BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA	6
CUADRO 4: MARKET SHARE DE BEBIDAS ENERGIZANTES A NIVEL MUNDIAL	11
CUADRO 5: PARTICIPACIÓN DE SABORES EN ARGENTINA 1998/1999	12
CUADRO 6: PARTICIPACIÓN DE SABORES EN ARGENTINA 1999/2000	12
CUADRO 7: PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE REFRESCOS 1990/1991	13
CUADRO 8: PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO POR SABORES	13
CUADRO 9: POBLACIÓN TOTAL DE QUITO (INEC)	13
CUADRO 10: MERCADO TOTAL COMPRENDIDO ENTRE 11 Y 65 AÑOS	26
CUADRO 11: INGRESO MONETARIO PROMEDIO SEGÚN EL NIVEL DE INSTRUCCIÓN Y AREA GEOGRÁFICA DE PERCEPTORES DE INGRESO	26
CUADRO 12: TOTAL POBLACIÓN ESTRATIFICADA	26
CUADRO 13: DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA	46

## **ÍNDICE DE TABLAS**

TABLA A: COSTO DE PRODUCCIÓN POR LITRO	61
TABLA B: DETALLE DE OTROS COSTOS DE PRODUCCIÓN	62
TABLA C: DETALLE DE GASTOS DE VENTAS	63
TABLA D: DETALLE DE GASTOS FIJOS	64

## RESUMEN

Este proyecto se enfoca en un nicho de mercado no explotado como es las bebidas energizantes con características naturales, bebible como jugo natural pero cuyo efecto es revitalizante físico sin uso de cafeína y taurina, la primera con efectos secundarios adictivos y gástricos y la segunda un elaborado artificial descubierto a partir de la bilis del toro, por eso su nombre, Taurina.

Para muchos consumidores de los energizantes comunes la necesidad está latente, pero los efectos que producen en el cuerpo como problemas gástricos y la consabida adicción son factores que les hacen inclinarse por un producto más natural como el propuesto a base de borjón y arashá, logrando la misma revitalización por su contenido de hierro, el magnesio, el calcio, el fósforo, y gran cantidad de vitaminas como C, B1, B2 y silicio, no por algo es conocido entre América central y del sur como el "VIAGRA NATURAL". Esta investigación tiene por objetivo demostrar a través del estudio de mercado y el Plan de negocios donde se incluye el estudio de rentabilidad y factibilidad, que existe un mercado potencial ubicado entre los profesionales de 20 a 40 años, hombres y mujeres, cuyos hábitos de vida son encaminados al cuidado de su salud con ejercicios y consumo de alimentos naturales. Este mercado está dispuesto a cambiar sus hábitos de consumo por un producto con concepto no explorado como el de jugo natural con características semi-energizantes sin uso de cafeína ni taurina.

Los resultados de la investigación de mercado arrojan que el 85% de la muestra está dispuesta a comprar 3 litros al mes el producto ofrecido. Siempre y cuando se cumplan con las siguientes características del producto: Apariencia líquida, color natural o verde, envase en botella de vidrio o plástica, presentación de medio o un cuarto de litro, Sabor dulce,

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

precio aproximado USD 1.50, el uso específico del producto es como bebida para deportistas y como jugo para sedentarios.

La demanda pesimista calculada es de 28 millones de litros al año, para todo el mercado, buscando apropiarnos del 10% del total lo que implica una producción anual para nuestra planta de 2.800.000 litros.

La inversión necesaria según el plan de negocios y financiero es de USD 1.835.000 siendo recuperada al tercer año de funcionamiento, los principales indicadores son :

Valor Actual Neto (VAN) que significa que en los 5 años de funcionamiento del proyecto se recibirá luego de recuperar la inversión USD 1.449.000, incluso aplicando una tasa de descuento del 13%, si bien es cierto este proyecto está calculado para 5 años pero esto no significa que el mismo pueda funcionar por más de 10 años; la Tasa Interna de Retorno (TIR): 38.5% y la Tasa de Costo - Beneficio (RBC) del 1.79.

No con menos valor que los logros financieros también resaltamos el logro de otros objetivos de carácter macro como son el apoyo al Plan del buen vivir, impulsado por el gobierno ecuatoriano, entre todos citamos, el rescate de conocimientos ancestrales, el fomento al crecimiento de polos distintos a los desarrollo como son las ciudades, y el crecimiento de la microempresa y la industria.

## **PALABRAS CLAVES**

Estudio de mercado de bebidas en Quito.

Contenido de los energizantes.

Cafeína, taurina.,

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Bebidas en Ecuador,

Plan de negocios,

VAN, TIR, RBC

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 El Problema de Investigación**

#### **1.1.1 Planteamiento del Problema**

Sin lugar a duda uno de los problemas que afronta el Ecuador es la baja producción nacional, dado por la poca visión y emprendimiento de pequeños proyectos que rescaten nuestras fortalezas locales, como la diversidad climática en cada una de las regiones y el gran potencial y diversidad de la flora ecuatoriana, especialmente en lo que se refiere a la gran variedad de frutas que nuestro país es capaz de producir. Esto lo pone en un lugar de privilegio a nivel mundial en cuanto a sabores, apariencia, frescura, tamaño y si a esto le sumamos que en el mundo está tomando un gran impulso el consumo de productos naturales, dejando de lado los elaborados artificiales, se ve que existe un gran potencial oculto en el país como productor de elaborados de frutas naturales.

Otro de los factores preocupantes es la falta de desarrollo de los sectores lejanos a las ciudades, convertidas por sí mismas en polos de desarrollo, sin embargo es necesario tener una propuesta que ayude a la gente del campo, específicamente en el área del noroccidente de Pichincha a mejorar su nivel de vida a través de generación de ingresos propios, sostenidos y no contaminantes, necesarios para mejorar su nivel socio-económico y a la vez evitará otros problemas como la migración.

El Ecuador en las últimas décadas del siglo XX, se ha convertido en un país netamente petrolero, según (Banco Central del Ecuador, 2012), la balanza comercial total es negativa por -1276M, la balanza comercial no petrolera es negativa en -6875M, lo que nos da la idea y la firme convicción para proponer que la industria de productos no tradicionales en Ecuador debe crecer.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Por otro lado existe un sin número de conocimientos ancestrales propios del Ecuador relacionados con la agricultura (la manera de producir nuestros alimentos sin producir daño a la tierra y elevar la productividad), conservación (la manera de conservar los alimentos en este caso frutas sin necesidad de recurrir a preservantes modernos que pueden ser dañinos y tóxicos), Alimentación (la elaboración y mezcla de frutas propias de la región que pueden actuar como energizantes naturales). Estos y otros conocimientos ancestrales más, pretendemos rescatar a través de la elaboración de este proyecto.

Por todo lo anteriormente expuesto se concluye que la Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el 2013 se convierte en un tema idóneo a investigar, el mismo que da respuesta a nuestro problema planteado como la falta de diseño de un producto natural a base de frutas exóticas ecuatorianas, de tipo semi-energizante que busque ser un foco de desarrollo y el rescate de conocimientos ancestrales en su producción y comercialización.

Nuestro objetivo al desarrollar esta investigación es establecer un sistema económico social, solidario y sostenible en el Ecuador el mismo que busque generar ingresos que ayuden a mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, los mismos que están contenidos en el numeral 11 y 2 respectivamente del Plan Nacional del Buen Vivir.

Así mismo está en total concordancia con las políticas 11.2, 11.3 y 2.6 (Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo, 2009), que hablan sobre impulsar la actividad de pequeñas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan, impulsar las condiciones productivas necesarias para el logro de la soberanía

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

alimentaria y promover la investigación científica, la revalorización de conocimientos y saberes ancestrales y la innovación tecnológica.

### 1.1.1.1 Diagnóstico del problema

#### Causas :

Una de las causas para la falta de diseño de un producto natural a base de frutas exóticas ecuatorianas, de tipo semi-energizante que busque ser un foco de desarrollo y el rescate de conocimientos ancestrales en su producción y comercialización, es el dominio total de las bebidas carbonatadas en el mercado, como podemos observar en el siguiente cuadro el 21% del total de consumo lo tienen las bebidas carbonatadas (Gaseosas), el 20% las Aguas Minerales, el 19% los Jugos artificiales, el 13% las bebidas hidratantes y el 8% energizantes.

**CUADRO 1**

#### CONSUMO DE BEBIDAS SIN ALCOHOL EN ECUADOR



Fuente: Tesis Edison Gualle 2010, EPN  
Elaboración: Edison Guillen

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

El cuadro anterior muestra las preferencias del total de las personas 3735 consumidores. Siendo el 21% consumidores de bebidas gaseosas en primer lugar, 21% consumidores de aguas minerales en segundo lugar, 19% consumidores de jugos con el tercer lugar y el 9% consumidores de bebidas energizantes en sexto lugar, con esto demostramos que las personas no conocen lo perjudicial de las bebidas azucaradas.

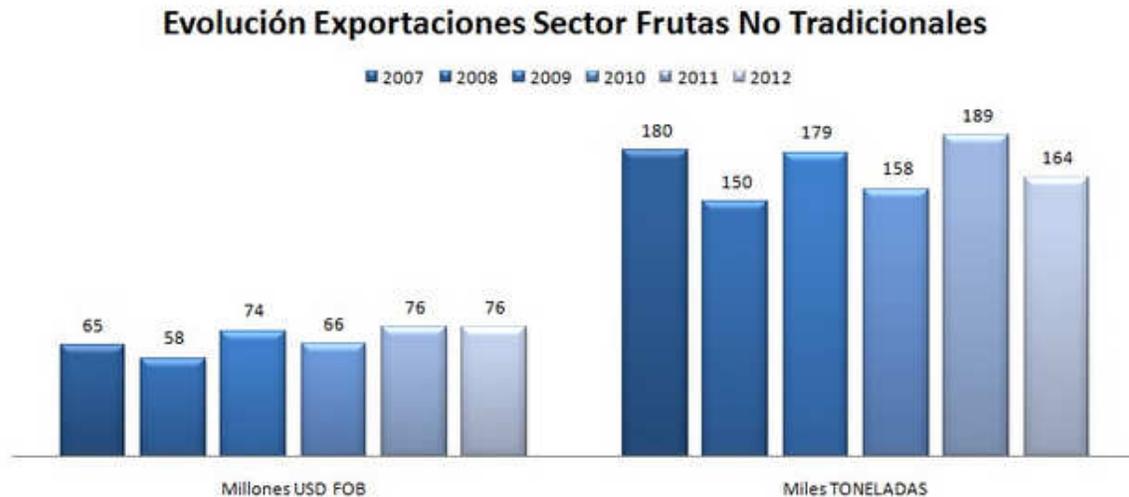
Como muestra del desconocimiento de los efectos de las bebidas artificiales en la salud de las personas comentamos el estudio del (Ministerio de Salud Pública de México, 2008), en la cual se categoriza en 6 nivel el consumo de bebidas, siendo 1 la mejor y 6 la menos indicada, nos muestra que 1 es el agua potable y 6 las bebidas carbonatadas con alto contenido de azúcar, siendo estas las más relacionadas con enfermedades como la obesidad, la diabetes, y la descalcificación de los huesos y pérdida de minerales.

Otra causa es el no aprovechamiento de la gran cantidad de frutas y sus beneficios alimenticios como medicinales, como podemos ver en el informe (FAO, 2003), Ecuador tiene una gran diversidad frutal, aparte de ser el segundo productor a nivel mundial de Banano, puede producir frutas como Naranja (naranjus), maracuyá (*Passiflora Edulis*), mango (*Mangifera indica*), mandarina (*Citrus nobilis*), naranjilla (*Solanum quitoense*), piña (*Ananas sativus*), manzana (*MALUS PUMILA*), limón (*Citrus limonum* Risso), Papaya entre los tradicionales y borojó (*Borojoa patinoi*), arasha entre los no tradicionales, debido prácticamente a ser un paraíso climático donde a muy poca distancia puede tener una gran cantidad de frutas.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## CUADRO 2

Productos Principales: Mango, Piña, Papaya hawaiana, Maracuyá, Granadilla, Pitahaya, Uvilla, Limón Tahití, Guayaba, Aguacate (Hass).



Fuente: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/frutas-no-tradicionales/>

### Efectos:

Todas estas causas han hecho que el Ecuador no se enfoque en una cultura de producción y generación de productos que tengan valor agregado privando a la población urbana (venta y distribución) y rural (producción de frutas) de la oportunidad para mejorar el nivel Socio – económico del país.

La tasa de desempleo de Ecuador según (WEB BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2013) fue del 4.89%, de este nivel el subempleo afecta a la población rural en un 77%, y la inflación a nivel país en el año 2012 fue del 4.16%, actualmente la inflación proyectada para el 2013 es del 4.1%, pero en una economía dolarizada debería ser 0. Lo que hemos

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

expuesto nos da la idea de la necesidad de integrar la cadena de valor desde el campo a las ciudades para generar bienestar.

Como hemos dicho este tipo de bebida y otros productos no tradicionales puede convertirse en producto que genere ingresos para el país que ayuden a mejorar la balanza comercial y la dependencia de petróleo considerado un recurso no renovable.

Según (Banco Central del Ecuador, 2012), la balanza comercial del Ecuador en el período del 2009 - 2011 como vemos en el siguiente cuadro fue negativa, y si vemos la Balanza comercial Petrolera frente a la no tradicional le supera en 6 veces, por ello proponemos la creación de este tipo de proyectos que generen recursos, bienestar, empleo y sean sustentables, además que buscan distribuir la riqueza.

### CUADRO 3

	BALANZA COMERCIAL <sup>1</sup>												Variación 2011 - 2010 <sup>4</sup>		
	Ene - Oct 2008			Ene - Oct 2009			Ene - Oct 2010			Ene - Oct 2011					
	a	b	b/a	a	b	b/a	a	b	b/a	a	b	b/a	Volumen	USD	unitario
	Valor USD			Valor USD			Valor USD			Valor USD					
Volumen	FOB	unitario	Volumen	FOB	unitario	Volumen	FOB	unitario	Volumen	FOB	unitario	Volumen	USD	FOB	unitario
Exportaciones totales	23.414	16.837.941	719	22.816	11.146.093	489	22.108	14.274.263	646	21.887	17.682.046	808	-1.00%	23.87%	25.12%
<i>Petróleo</i> <sup>2</sup>	120.419	10.912.368	91	111.607	5.477.659	49	112.446	7.817.426	70	105.603	9.955.456	94	-6.09%	27.35%	35.60%
<i>No petróleo</i>	6.698	5.925.573	885	7.316	5.668.434	775	6.463	6.456.837	999	7.221	7.726.590	1.070	11.74%	19.67%	7.10%
Importaciones totales	9.608	14.875.217	1.548	9.262	11.404.643	1.231	11.162	15.793.888	1.415	12.007	18.958.841	1.579	7.57%	20.04%	11.59%
<i>Bienes de consumo</i>	893	3.132.892	3.510	755	2.498.010	3.310	879	3.353.665	3.815	908	3.808.044	4.192	3.33%	13.55%	9.89%
<i>Materias primas</i>	5.145	4.903.998	953	4.733	3.829.756	809	5.207	4.838.950	929	6.177	6.011.825	973	18.63%	24.24%	4.73%
<i>Bienes de capital</i>	382	3.621.494	9.489	325	3.158.575	9.856	403	4.087.949	10.153	429	4.708.582	10.964	6.66%	15.18%	7.89%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1.187	3.021.453	949	3.443	2.822.657	529	4.663	3.803.394	708	4.489	4.337.172	971	-3.74%	31.89%	37.02%
<i>Diversos</i>	0.64	6.007	9.443	0.66	33.087	4.968	10.08	63.716	6.323	3.66	30.915	8.443	-63.66%	-51.48%	33.53%
<i>Ayuda</i> <sup>3</sup>		185.373			22.557.55			146.025			42.304				-71.03%
Balanza Comercial - Total		1.962.274			-258.550			-1.519.625			-1.276.795				15.98%
Bal. Comercial - Petrolera		7.888.915			3.655.001			4.513.832			5.598.284				24.03%
Bal. Comercial - No petrolera		-5.926.191			-3.813.551			-6.033.458			-6.875.079				-13.95%

<sup>1</sup> Las cifras son provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.  
<sup>2</sup> Volumen en miles de barriles  
<sup>3</sup> Otras importaciones no regularizadas en el SENA  
<sup>4</sup> La fórmula de cálculo para la variación es (valor t - valor t-1) / (valor t-1)

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR 2011

### **1.1.1.2 Pronóstico**

La falta de implementación de proyectos de esta naturaleza puede traer como consecuencias el recrudecimiento de las condiciones socio-económicas de la región, y los problemas que conlleva esto, la migración hacia los polos de desarrollo como son las ciudades, índices de violencia, delincuencia.

Por otro lado la pérdida de los conocimientos ancestrales, hacen que los pueblos propios de la zona pierdan su cultura y por ende su identidad. Los conocimientos son la base fundamental para aprovechar los recursos propios de la zona, si esto no sucede el cultivo de otros productos pueden causar deforestación y pérdida de la flora propia de la región y por tanto inestabilidad del sistema micro-climático de la zona.

Por tanto el no aprovechar un mercado no explorado, hace que otros países en igualdad de condiciones y ventajas competitivas se adelante y puedan explotar estos nichos de mercado mundial. Tal es el caso de REDBULL, hace 20 años nadie conocía el mercado de energizantes.

### **1.1.1.3 Control del Pronóstico**

Nuestros esfuerzos están encaminados a elaborar un Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Básicamente lo que buscamos es generar la necesidad de consumo a nivel nacional e internacional de un producto semi-energizante sustituto y competidor directo de las bebidas energizantes y frutales, a un precio relativamente cómodo y con ingredientes mucho más naturales que sustituyan la cafeína y que hagan que el consumidor se vea tentado a cambiar su hábito de consumo.

Por tanto al tener un mercado para este tipo de producto, elaborado a base de frutas exóticas ecuatorianas, será necesario fomentar y ayudar a los agricultores a producir estas frutas en las áreas tropicales, lo que traerá dos buenas consecuencias, el mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar socio-económico de región, así como la necesidad de generar buenas prácticas para el cultivo a través del rescate de conocimientos ancestrales.

Por otro parte para la producción de este producto será necesario montar una planta, que genere empleos directos e indirectos ayudando al crecimiento de la región.

El desarrollo de este producto es mentalizado con la finalidad de exportación, por tal sus ingresos ayudarán a mejorar la balanza comercial del Ecuador en el área de productos no tradicionales de origen agroindustrial.

### **1.1.2. Formulación del Problema**

- Inexistencia de un producto natural a base de frutas exóticas ecuatorianas, de tipo semi-energizante que busque ser un foco de desarrollo y el rescate de conocimientos ancestrales en su producción y comercialización.

### **1.1.3 Sistematización del Problema**

- ✓ ¿Cuáles son las preferencias reales de consumo de la población en cuanto bebidas?
- ✓ ¿Las bebidas son vistas por la población ya no solamente como medios de hidratación, sino como potenciadores?
- ✓ ¿Tiene la población de Quito necesidad de tener una alternativa de consumo mezcla de jugo natural y bebida energizante?
- ✓ ¿Estaría dispuesto el consumidor de Quito a cambiar su hábito de consumo por una bebida natural y semi-energizante?
- ✓ ¿Tendríamos la capacidad de producir y comercializar este tipo de bebida?

### **1.1.4 Objetivo General**

Determinar si existe en los habitantes de Quito, la necesidad de consumir un producto sustituto a las bebidas energizantes, que busca crear un nicho de mercado mezcla de energizante y bebida frutal.

### **1.1.5 Objetivos Específicos.**

- Determinar cuál es la frecuencia de consumo de los habitantes de Quito de bebidas energizantes, así como las características de los consumidores.
- Identificar las preferencias de los potenciales consumidores en cuanto al Nuevo producto. (sabor, consistencia, color, cuerpo, presentación, efectos que espera y su aplicación).
- Conocer el nivel de aceptación del mercado en cuanto al concepto del nuevo producto. (Bebida Frutal de tipo natural con características Semi-energizantes, utilizando el Borojón y el arasha como sustituto de la cafeína).

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

### **1.1.6 Justificaciones**

La Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el 2013 está plenamente justificada, ya que este ayudará a crear un producto que satisfaga las necesidad del consumidor con una visión más natural y saludable.

#### **1.1.6.1. Justificación Financiera**

Este producto nos ayudará a impulsar la actividad de pequeñas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan las zonas rurales, lo que traerá como resultado el mejoramiento del nivel socio-económico de los actores de este proyecto (población urbana, rural), generación de empleo, directo e indirecto.

Adicionalmente según (W Chan & Mauborgne, 2009), este sería un nicho no explorado del mercado con gran potencial, y sin competidores por algunos años.

#### **1.1.6.2. Justificación Práctica**

En las áreas rurales será necesario producir frutas, las mismas que serán cultivadas bajo el principio de la revalorización de conocimientos y saberes ancestrales y la innovación tecnológica.

## **1.2 Marco Teórico**

### **1.2.1 Estado actual del conocimiento sobre el tema.**

Según (Departamento de Estudios Económicos de la CIUDAD DE MONTEVIDEO, 2009), Red Bull tiene su base central de operaciones en Salzburgo, Austria, y desde allí exporta las

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

3.000 millones de unidades que produce, a más de 120 países alrededor del globo, consiguiendo una facturación anual de casi 2.600 millones de Euros. Siendo su presidente y principal accionista un precursor absoluto en el desarrollo de esta clase de bebidas, creo prácticamente con el nacimiento de Red Bull, un mercado inexistente, que hoy domina a nivel mundial, con el 70 % del Market Share.

#### CUADRO 4



Fuente: Universidad de Ciencias Empresariales, Tesis de Administración de Empresas, Ignacio Jáuregui 2007

En cuanto a la diversificación de los gustos, ésta también se observa al interior del mercado de refrescos. Las bebidas sabor cola pierden participación, la cual es ganada por el resto de los sabores.

**CUADRO 5**



**CUADRO 6**



Fuente: Consultora AC Nielsen

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

**CUADRO 7**



Fuente: Marketing Investigadores y Asociados

**CUADRO 8**



Fuente: Datos correspondientes a 1993: IPSA Uruguay  
Elaborado por el Departamento de Estudios Económicos de la CIU

### **1.2.2 Adopción de una perspectiva teórica.**

Según (Boletín Informativo de la Asociación Toxicológica, 2005), las bebidas energizantes, deportivas o hipertónicas no se deben confundir con bebidas re-hidratantes ni con otro tipo de bebidas como las gaseosas, ya que inclusive en los mismos envases se advierte que no se considera una bebida hidratante. Por contener altas dosis de cafeína pueden producir dependencia.

Sus ingredientes son Agua carbonatada, Glucuronolactona, Vitaminas del Grupo B (tales como B2,B3,B4,B5,B6,B12...) Taurina, Cafeína, Guaraná o extracto, Azúcar (las versiones no dietéticas), Aspartamo (las versiones dietéticas), L-Carnitina, Vitamina C, Ácido cítrico, Acidulantes, Ginseng o extracto, Betacaroteno, Ácido Pantoténico, fosfato monopotásico, D-Ribosa, Colorante, Caramelo, etc. Todo varía según el fabricante y el modelo de la cual se escoja.

### **Cafeína**

Es tal vez el componente más cuestionado de este tipo de bebidas. En dosis moderadas, la cafeína produce los siguientes efectos:

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

- Estimula el sistema nervioso central
- Estimula el músculo cardíaco.
- Estimula el sistema respiratorio.
- Reduce la sensación de cansancio ya que retrasa la fatiga y la somnolencia.
- Produce un leve aumento de la presión arterial (durante los primeros 20 minutos de ingerirla; en el caso de los fumadores el efecto dura hasta 2 hs.).
- Agudiza la percepción.
- Aumenta el estado de alerta y la atención.
- Vasodilatador.
- Aumenta agudeza visual.
- Diurético: Produce una leve diuresis, no conduce a la deshidratación.
- Aumenta la capacidad de reacción intelectual.
- Se elimina en promedio a las 2 a 3 horas de ser ingerida.
- NO produce adicción (ya que no activa los circuitos del cerebro relacionados con la dependencia, hay acostumbamiento a su consumo. Hablamos de dependencia cuando hay compulsión -hacer cualquier cosa para obtenerlo-).
- SÍNDROME DE ABSTINENCIA: dolor de cabeza que se supera en 48hs.
- PRECAUCION EN PERSONAS: sensibles a la cafeína, dificultad para conciliar el sueño, problemas gástricos, embarazadas, lactancia (300 mg/día)
- Ha sido eliminada de la lista de sustancias no permitidas por WADA (World Anti-doping Association), desde enero de 2004, así como también por la FIFA (Federación Internacional de Fútbol) y el COI (Comité Olímpico Internacional).

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Dosis de ingesta promedio:

- Baja: 20 a 200 mg
- Moderada: 300 mg
- Alta: 500 a 800 mg
- DOSIS LETALES > 20 gr.

Ahora bien, ¿cuánta cafeína consumimos en el día?:

Bebida/Sustancia	Cafeína (mg)
Taza de café	90-150
Taza de café soluble	60-80
Café descafeinado	2-4
Taza de té	30-70
Mate	25-150
Vaso de cola	30-45
Barra de chocolate	30
Taza de cacao	10-17
Analgésico (tableta)	30
Bebidas energéticas (lata 250 ml)	28 – 85

### **Taurina:**

- Es un aminoácido que contiene un grupo azufrado.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

- La Taurina difiere de la mayoría de los otros aminoácidos en que no se incorpora a las proteínas, se encuentra en estado libre.
- Existe como un aminoácido libre en la mayoría de los tejidos animales y es uno de los aminoácidos más abundantes en el músculo, las plaquetas, y el sistema nervioso en desarrollo.
- La taurina no es considerada como un aminoácido esencial puesto que puede ser sintetizada en el cuerpo a partir de los aminoácidos cisteína y metionina.
- Se la ingiere en las carnes rojas y en el pescado.
- Es un aminoácido condicionante en adultos ya que la concentración disminuye cuando hay stress o cansancio físico, ejercicio físico riguroso, etc.
- Mejora la fuerza del músculo cardíaco, la digestión de grasas, el sistema nervioso, regula la tonicidad muscular.
- No se ha reportado inconveniente con su ingesta terapéutica.
- Es habitual encontrarla en los suplementos para deportistas.
- DOSIS TERAPEUTICA: 5 - 10 g/día.

### **Glucuronolactona:**

- Es un carbohidrato derivado de la glucosa.
- Se encuentra difundida en el reino animal y vegetal.
- Esta sustancia cumpliría con una función detoxificante, pero no se conoce su mecanismo de acción.
- El Comité (SCF, 2003) expresó sus reservas sobre el mayor valor estimado de su ingesta crónica de 840 mg/día y el valor de una ingesta aguda de hasta 1800 mg/día,

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

valores obtenidos por el consumo de ciertas bebidas “energizantes”, comparados con el valor estimado de glucuronolactona proveniente de fuentes naturales de la dieta que es de 1 a 2 mg/día.

- Es un importante constituyente estructural de la mayoría de los tejidos fibrosos y conectivos en los organismos animales.
- La composición en alimentos no está suficientemente documentada.
- Se han reportado concentraciones de 20 mg/L en algunos vinos.

### **Ginseng:**

- Es una de las hierbas más estudiadas para el rendimiento deportivo y tiene varias especies.
- Se utiliza en países de Asia como costumbre dietaria y médica: principalmente en China y Corea.
- La utilización tradicional es para restaurar la energía de la vida. En animales ésta produce estimulación del sistema nervioso central o también lo puede deprimir.
- No existe evidencia científica que demuestre que el ginseng incrementa la tolerancia al ejercicio y el rendimiento atlético.
- Puede mejorar la sensación general de bienestar.
- Algunos estudios sugieren que puede incrementar la presión arterial (se ha relacionado con hipertensión) y los niveles de estrógenos en las mujeres (por ello no se recomienda en pacientes con cáncer de seno).

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

- Es importante evitar mezclarla con medicamentos como aspirina y con efectos anticoagulantes (dipiridamol, warfarina), porque podría incrementar este efecto y causar sangrado espontáneo.

### **Guaraná (*Paullinia cupana*):**

- Es un gran arbusto leñoso nativo de Amazonas, utilizado como planta medicinal.
- Contiene altas concentraciones de cafeína y se ha utilizado como estimulante y supresor del apetito, para el dolor de cabeza, el exceso de trabajo mental, la fatiga en ambiente caluroso y más recientemente para la pérdida de peso.
- Como cualquier producto con cafeína, el guaraná puede causar insomnio, temblor, ansiedad, palpitaciones, frecuencia urinaria e hiperactividad.
- No ha sido evaluada por la FDA en cuanto a seguridad, efectividad y pureza.
- No hay una estandarización que regule su producción.

### **EL BOROJO DESCRIPCION Y BENEFICIOS**

(Beyond, 2010), nos indica que la palabra borojó proviene del embera y significa "frutacabeza" (boro = cabeza; Ne-jo = fruta). Embera es el idioma de un grupo indígena en la zona Oriental de Panamá. En promedio es un pequeño árbol de hoja perenne que crece hasta cerca de 3 o 4 metros de altura. Generalmente no es cosechado hasta que se caiga naturalmente del árbol. En el árbol es de color verde y cuando se madura se hace de un color pardusco. La pulpa es marrón, ácida y muy densa (consistiendo en su mayor parte de fructosa y glucosa). Tiene alrededor 90 a 600 semillas y es considerado maduro cuando se cae al suelo.

El borojó es conocido por su alto contenido proteico, de vitaminas y minerales. Parece que en todas partes del mundo las bebidas energéticas están ganando popularidad cada día más. Casi ninguna otra fruta en el mundo tiene tan alta cantidad de vitaminas B solubles en agua que son excelentes para la salud. De hecho, existen muchas historias entre los nativos de Colombia y Costa Rica quienes utilizaron la pulpa por siglos para mantener un nivel alto de energía mientras realizaban largos viajes por la selva. Las historias también abundan en estos lugares acerca de su capacidad afrodisíaca o propiedades naturales de "Viagra", que pueden ser atribuidas, en parte, a estos nutrientes. El ácido nicotínico (B3) es encontrado en cantidades muy altas y, en investigaciones de medicina ortomolecular, se ha demostrado que ayuda en el tratamiento de la depresión, ansiedad, artritis, cáncer y más en particular, la esquizofrenia. Otras vitaminas y minerales encontrados en cantidades grandes son el hierro, el magnesio, el calcio, el fósforo, las vitaminas C, B1, B2 y silicio.

El fósforo se encuentra en gran abundancia en esta fruta exótica y es excelente para las funciones del cerebro, como la memoria y la concentración. Los vegetarianos también lo adoran debido a su cantidad típicamente alta de proteína y contenido de aminoácidos esenciales. Una libra equivale a 3 libras del contenido de aminoácidos de la carne. Investigación científica reciente también realizada por la Universidad de Santiago en California, ha mostrado que el borojó contiene abundancia de una sustancia química llamada sesquiterperlatona, que inhibe el crecimiento de las células en tumores y promete ayudar en el tratamiento de enfermedades terribles, como el cáncer.

Resumen de los beneficios para la salud del Jugo de Borojó:

1. Conocido como la fruta energética por su contenido de vitaminas B, suministrando un aumento en los niveles de energía para los atletas y aquellos que buscan un impulso extra diario. Es una "bebida energética natural".
2. Su alto contenido de fósforo ayuda a proteger las funciones del cerebro.
3. Tiene un alto contenido de aminoácidos y proteínas.
4. Es una "Viagra" y afrodisíaco natural, conocido como Jugo del Amor en los pueblos indígenas de Panamá, Colombia y la región del Amazonas.
5. Los nativos lo han utilizado por siglos para curar heridas, equilibrar el nivel de azúcar en la sangre, controlar la hipertensión arterial, regular la tensión, aliviar las molestias menstruales e infecciones bronquiales.
6. Es una fuente de Niacina (B3), que puede ayudar a combatir síntomas de depresión, ansiedad y problemas de comportamiento en niños.
7. Está lleno de otros fitonutrientes, vitaminas y minerales, que aportan beneficios a su salud.
8. Puede ser utilizado para el consumo en las siguientes formas: jugo, jalea, salsa, pulpa, en bebidas alcohólicas, helado, cápsulas y extracto.
9. Fortifica el ADN y las estructuras de RNA ayudando en la regeneración celular.
10. Puede ayudar con problemas de colesterol.
11. Es rico en un compuesto novedoso de polifenol que puede ser, en parte, responsable de los beneficios para la salud que se le atribuyen. Todavía se están realizando investigaciones para determinar cuáles beneficios para la salud puede aportar.

### **1.2.3 Marco Conceptual.**

**Estudio de Mercado:** Según (Kotler & G, 2001), consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis importantes: Consumidor, competencia, Estrategia.

**Energizantes:** Son bebidas sin alcohol y con algunas virtudes estimulantes que desde hace más de una década han salido al mercado mundial ofreciendo al consumidor supuestas virtudes regeneradoras de la fatiga y el agotamiento, además de aumentar la habilidad mental y desintoxicar el cuerpo. Están compuestas principalmente por cafeína, taurina, varias vitaminas, y otras sustancias naturales orgánicas, que eliminan la sensación de agotamiento de la persona que las consume.

### **1.2.4 Hipótesis.**

- Existe un mercado potencial ubicado entre los profesionales de 20 a 40 años, hombres y mujeres, cuyos hábitos de vida son encaminados al cuidado de su salud con ejercicios y consumo de alimentos naturales, este mercado está dispuesto a cambiar sus hábitos de consumo por un producto con concepto no explorado como el de jugo natural con características semi-energizantes sin uso de cafeína ni taurina.

### **1.2.5 Identificación y Caracterización de las Variables**

Variables Dependientes

- Sabores
- Texturas (Viscosa, Liquida).

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

- Precio (menor a energizantes)
- Beneficios (Potenciador físico)
- Presentación (300 ml) Lata o Botella de Vidrio
- Color (Natural o Artificial).

#### Variables Independientes

- Mercado Potencial - Profesionales entre 20 y 40 años.
- Nivel social - Medio y medio alto.
- Tamaño del Mercado
- Hábitos de consumo.

## **CAPÍTULO II. MÉTODO**

### **2.1 Tipo de estudio**

El método seleccionado es el método descriptivo, ya que se busca describir las preferencias y el comportamiento de una muestra de personas seleccionadas en la ciudad de Quito durante el año 2013 respecto a producto propuesto para el estudio como es el BOROSHA

### **2.2 Modalidad de investigación**

- De campo. Se recogerán los datos directamente en los lugares de trabajo de las muestras.
- Documental. Se reforzará el conocimiento del tema investigado, con apoyo predominante de medios impresos, audiovisuales y electrónicos
- Proyecto de Desarrollo. La investigación elaborará una propuesta viable para poner en funcionamiento la hipótesis.

### **2.3 Método**

**Método Hipotético – Deductivo.** Con la formulación de la hipótesis se procederá a realizar encuestas para determinar las preferencias de consumo del mercado objetivo y comprobar la hipótesis.

**Método Inductivo-Deductivo.** Posterior a la comprobación de la hipótesis se procederá a formular una recomendación vía plan de negocios mediante la utilización de este método y su aplicación.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## 2.4 Población y Muestra

**Población:** La investigación estará enfocada a hombres y mujeres comprendidos entre 15 y 65 años, de nivel medio y medio alto, profesionales y estudiantes.

**Muestra.** Será obtenida de manera estadística.

La muestra debe ser estratificado: agrupado por variables como edad, nivel de educación, lo que nos da como resultado el nivel socioeconómico, etc.

El producto queremos orientarlo principalmente a jóvenes entre 11 y 18 años, adultos entre 19 y 65 años, con un nivel de educación secundario y superior, lo que según el datos del INEC garantiza un ingreso de USD 469 y 811.

El principal objetivo es conocer cuáles son los hábitos de consumo y preferencias de esta población así como los posibles usos que le pueden dar a nuestro producto. (Energizante deportivo, Jugo alimenticio, complemento de las bebidas alcohólicas.

La estratificación de la muestra se lo hizo de acuerdo a los siguientes datos :

### CUADRO 9

#### POBLACIÓN TOTAL QUITO



#### Potenciales Clientes

Grupo Objetivo	2.239.191	
	Total	Porcentaje
Hombres	1.088.811	49
Mujeres	1.150.380	51
Usó computadora (ultimos 6 meses)	1.108.925	50
Usó internet (ultimos 6 meses)	942.682	42
Usó celular (ultimos 6 meses)	1.417.300	63

La información de esta herramienta es referencial. Proviene del Censo Económico y del Censo de Población y Vivienda 2010. La información presentada no garantiza la viabilidad del negocio.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## CUADRO 10

### MERCADO TOTAL COMPRENDIDO ENTRE 11 Y 65 AÑOS

CIUDAD DE QUITO 2014

EDADES	POSTGRADO	SUPERIOR	POST		TOTAL
			BACHILLERATO	SECUNDARIA	
11 a 18 AÑOS	0	11991	1987	159860	173838
19 A 40 AÑOS	25298	300947	15835	202970	545050
41 A 65 AÑOS	21574	130288	6177	113204	271243
<b>TOTAL</b>	<b>46872</b>	<b>443226</b>	<b>23999</b>	<b>476034</b>	<b>990131</b>

FUENTE : ECUADOR EN CIFRAS INEN 2012

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/>

## CUADRO 11

### INGRESO MONETARIO PROMEDIO SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN Y ÁREA

#### GEOGRAFICA DE PERCEPTORES DE INGRESO

#### TOTAL ECUADOR

AREA GEOGRAFICA Y NIVEL	INGRESO PROMEDIO	PERCEPTORES
<b>TOTAL</b>		<b>7,912,774</b>
Área Rural	207	2,620,663
<b>Área Urbana</b>	426	5,292,111
Ninguna	142	185,503
Alfabetización	182	26,647
Primaria	263	1,614,171
Secundaria	469	1,876,117
Superior	811	1,589,673

FUENTE: ECUADOR EN CIFRAS-INEN 2012

## CUADRO 12

### TOTAL POBLACIÓN ESTRATIFICADA :

EDUCACION SUPERIOR : 443.226

EDUCACION SECUNDARIA : 476.034

TOTAL: 919.260 PERSONAS

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Dentro de esta POBLACIÓN ESTRATIFICADA, consideramos que existe población heterogénea como son :

Con educación Superior y Secundaria.

Se considera el nivel de educación por que según el INEC se asocia con nivel de ingresos (Secundario ingresos de USD 469 dólares mes) y Superior (USD 811 por mes), adicionalmente asocia variable de Edad (Secundaria entre 11 y 18 años) y Superior (19 a 65 años).

De la población estratificada queremos conocer cuál es el mayor número de potenciales consumidores, sus preferencias y a segmento tenemos que atacar con mayor fuerza.

Método Utilizado : Probabilístico estratificado. En este caso la estratificación Tamaño de la Muestra : Infinita (Mayor a 10.000 personas).

Parámetro a Estimar : Proporción.

Fórmula : 
$$N = \frac{k^2 PQ}{e^2}$$

N = Tamaño de la muestra.

k = Confianza deseada. 2

P = Probabilidad de que ocurra el evento. 50%

Q = Probabilidad de que no ocurra el evento. 50%

e = error fijado. 6 %

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

$$N = \frac{4 \times 50 \times 50}{36} = 277 \text{ personas tamaño de la muestra.}$$

## **Número de encuestas a realizar : 277**

### **2.5 Selección de instrumentos de Investigación**

**Encuestas:** Se realizará al grupo de población señalado, y la muestra señalada, buscando hacerla vía preguntas cerradas y otras abiertas que determinen sus preferencias de consumo y la viabilidad de la hipótesis.

### **2.6 Validez y Confiabilidad de los Instrumentos**

Antes de la utilización de los instrumentos de trabajo, se validará la confiabilidad de los instrumentos a utilizarse mediante la implementación de pruebas piloto para las encuestas y su tabulación, a fin de poder minimizar el error.

### **2.7 Procesamiento de Datos**

Los datos serán procesados y tabulados mediante el paquete Microsoft Office (Word y Excel).

Defensa de Tesis, Microsoft Office (PowerPoint-Office), MAC(Keynote).

## CUESTIONARIO

Esta encuesta tiene por objetivo medir el grado de aceptación y las potenciales características de un nuevo producto sustituto a las bebidas energizantes hecho a base del Borojón y el Arasha y sin uso de Artificiales adictivos como la CAFEINA y la TAURINA, el mismo que proporciona en base a productos naturales la misma revitalización que un energizante.

Le rogamos contestar con franqueza y agradecemos su tiempo.

### 1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

1.1. Qué tipo de apariencia le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

Líquido  Viscoso  Pulpa

1.2. Qué color le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

Blanco Natural  Verde  Azul  Rojo  Crema

1.3. Qué envase le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

Tetrapak  Botella Vidrio  Botella Plástica  Lata  En funda

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

1.4. Qué presentación le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

1/8 de litro  1/4 de litro  1/2 litro  1 litro  2 litros

1.5. Qué Sabor le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

Dulce  Acido  Neutro  Agrio  Amargo (cerveza)

## 2. PRECIO DEL PRODUCTO

Considerando que valor de una gaseosa de 1 litro en el mercado es de \$1.00 y el promedio de un energizante es de \$ 2.50, Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 1 litro, sabiendo que el nuevo producto actúa como energizante, jugo y refresco?

\$2.50  \$2.25  \$ 2  \$1.75  \$1.50

## 3. IDENTIFICACION DEL MERCADO Y NECESIDAD DEL PRODUCTO

3.1 Qué edad tiene actualmente?

de 14 a 18  de 19 a 25  de 25 a 40  de 41 a 50  de 51 a 65

3.2 Qué Nivel de estudios posee?

Post-grado  Superior  Técnico  Secundario  Primario

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

3.3Cuál es su profesión?

.....

3.4 Cómo considera el estilo de vida que lleva?

Sedentario  Deportista  Trasnochador

3.5 De acuerdo a las especificaciones del producto y a sus respuestas, Cómo considera sus expectativas de compra, siendo 5 las más altas y 1 la menos probable?

5 (alta)  4 (media)  3 (regular)  2 (Baja)  1 (Nula)

3.6 Si la pregunta anterior fue superior mayor a 3 (regular), Con qué frecuencia consumiría usted el producto a la semana?

5 o más  4 veces  3 veces  2 veces  1 vez

Muchas gracias por su colaboración.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### 3.1 Levantamiento de datos / información

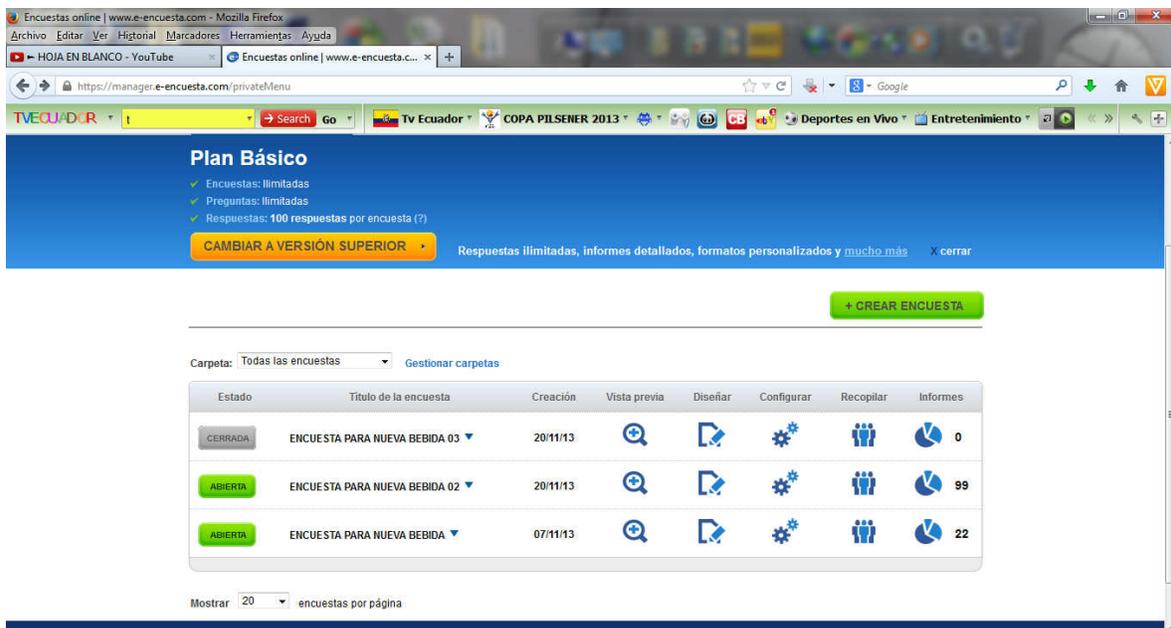
Se realizó encuestas utilizando varios medios de difusión entre los que podemos nombrar :

Personales,

Correos electrónicos y

Facebook.

El mecanismo de tabulación se lo hizo utilizando 2 cuentas individuales con capacidad de 100 encuestas para ser FREE en la página web (E-encuesta, 2013)



The screenshot shows the 'Plan Básico' section of the E-encuesta website. It lists the following features:

- ✓ Encuestas: ilimitadas
- ✓ Preguntas: ilimitadas
- ✓ Respuestas: 100 respuestas por encuesta (?)

There is a button to 'CAMBIAR A VERSIÓN SUPERIOR' and a link to 'Respuestas ilimitadas, informes detallados, formatos personalizados y mucho más'. A green button '+ CREAR ENCUESTA' is also visible.

Below this, there is a table of surveys:

Estado	Título de la encuesta	Creación	Vista previa	Diseñar	Configurar	Recopilar	Informes
CERRADA	ENCUESTA PARA NUEVA BEBIDA 03	20/11/13					0
ABIERTA	ENCUESTA PARA NUEVA BEBIDA 02	20/11/13					99
ABIERTA	ENCUESTA PARA NUEVA BEBIDA	07/11/13					22

At the bottom, it says 'Mostrar 20 encuestas por página'.

Por la razón antes expuesta existen 21 encuestas en la columna respuestas por internet 1 y 99 encuestas en la columna respuestas por internet 2, más 157 encuestas en la columna respuestas manuales para dar un total de 277 encuestas que son el total de la muestra.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Podemos observar un sistema de semáforo para las respuestas o características más preferidas, donde verde es la más preferida, amarillo la medianamente y rojo la menos preferida.

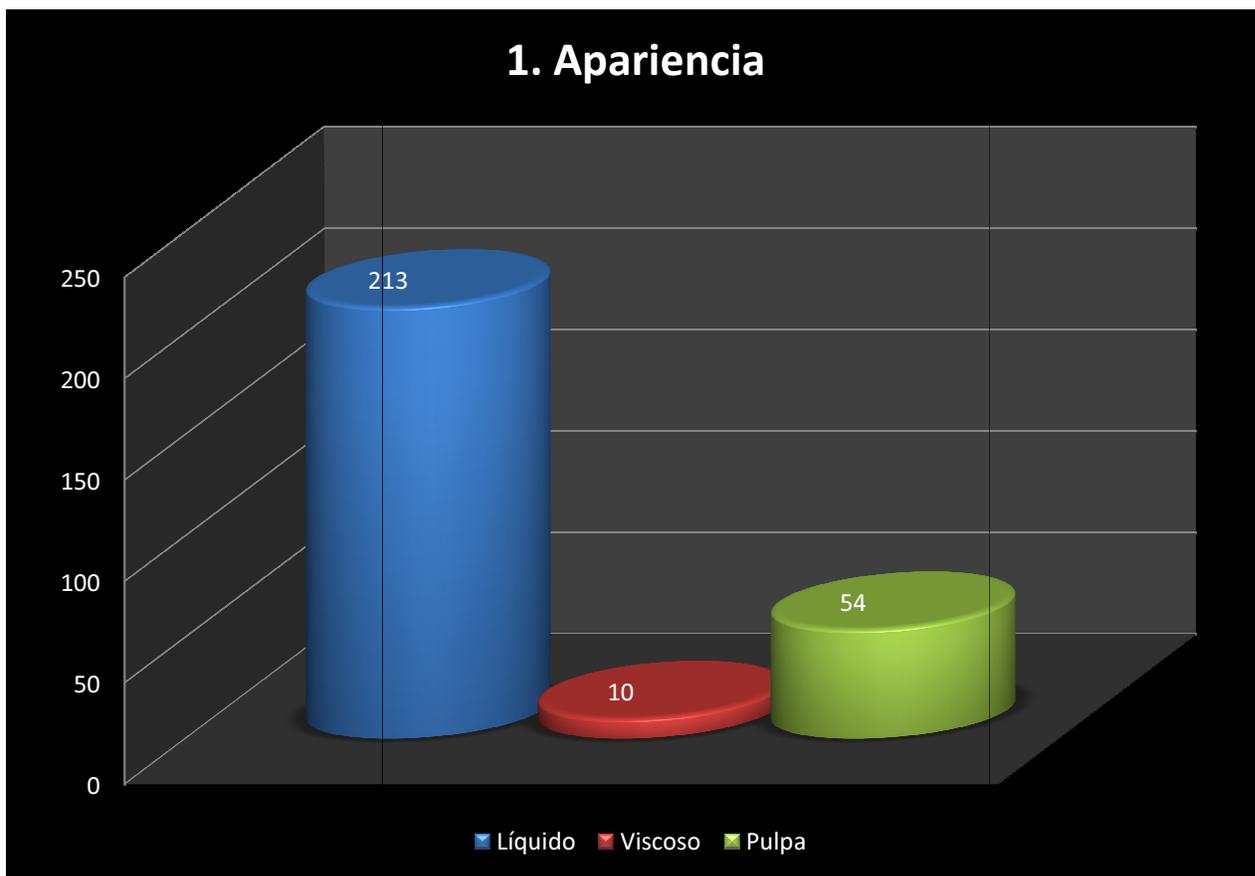
### **3.2 Presentación y análisis de resultados**

Las respuestas para cada pregunta fueron :

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

1 - ¿Qué tipo de apariencia le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

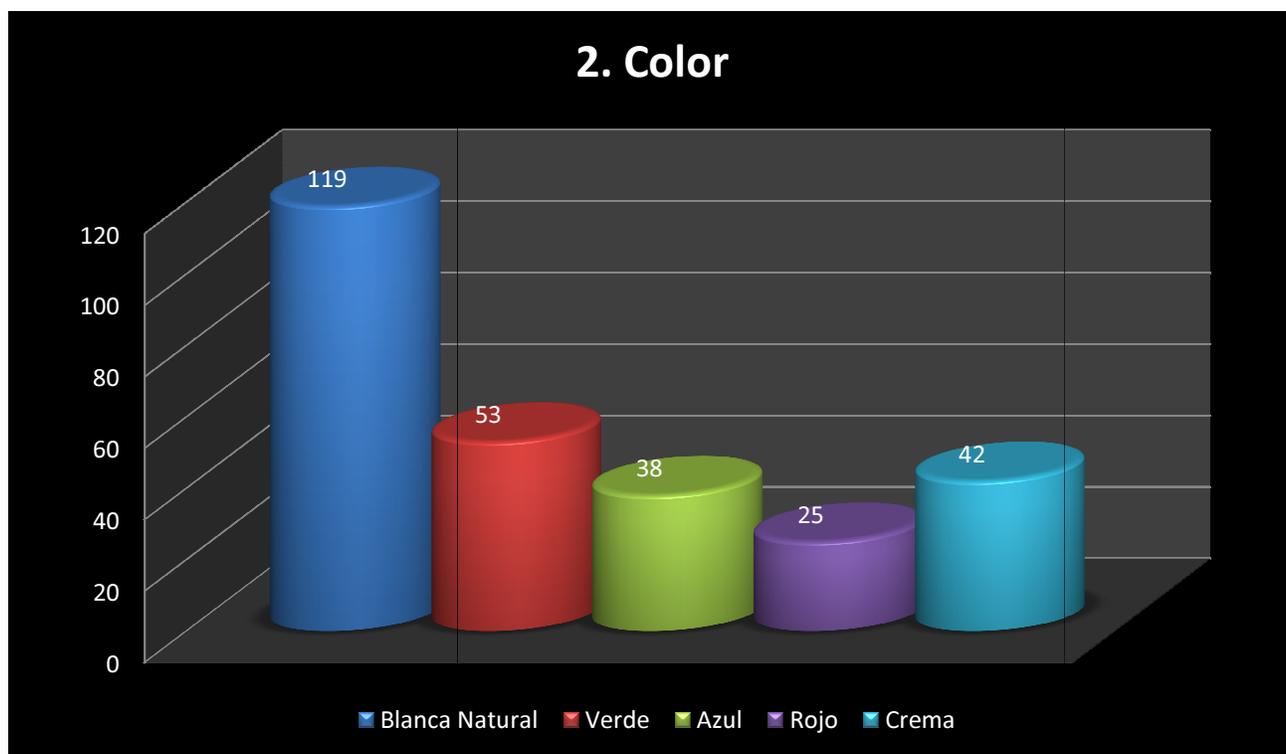
OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
Líquido	18	78	117	213	76.9%
Viscoso	1	4	5	10	3.6%
Pulpa	2	17	35	54	19.5%
Total	21	99	157	277	100.0%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

2 - ¿Qué color le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

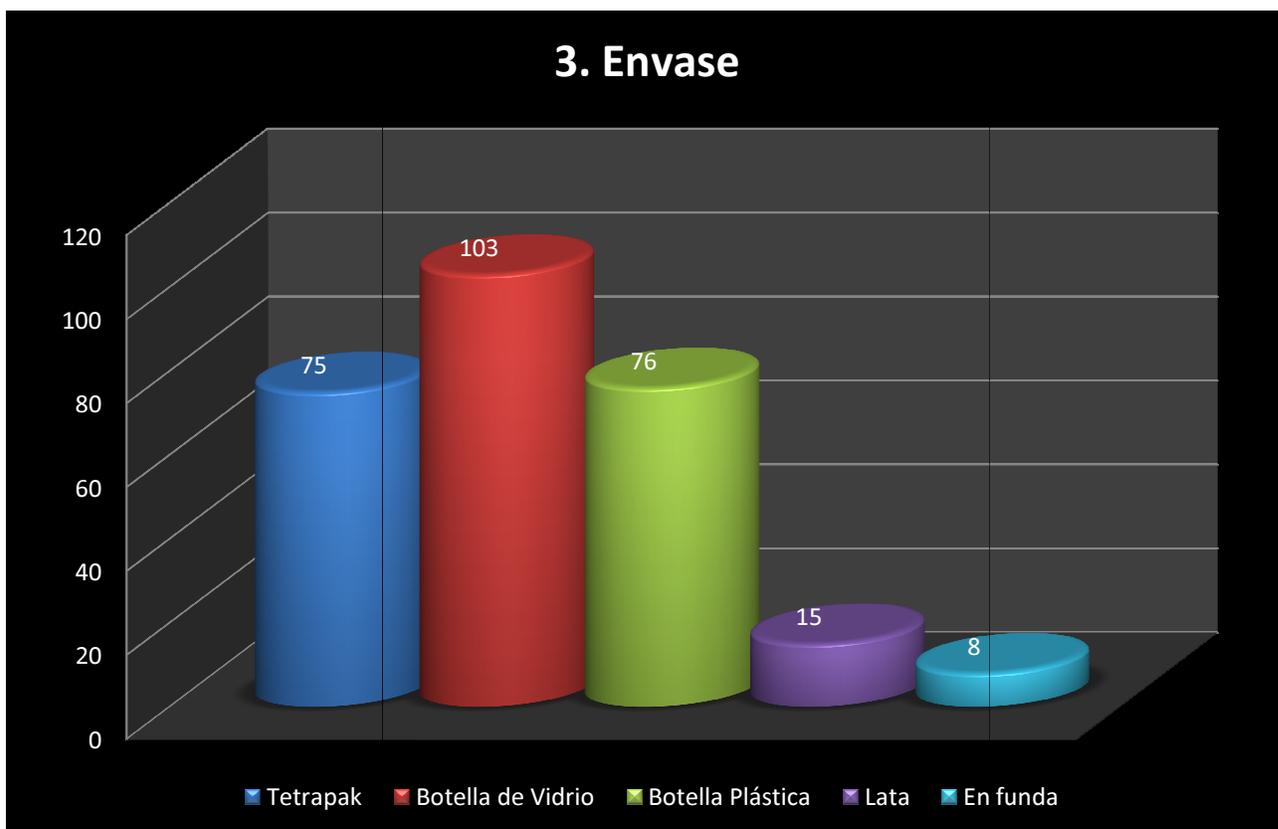
OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
Blanca Natural	8	33	78	119	43.0%
Verde	0	28	25	53	19.1%
Azul	5	15	18	38	13.7%
Rojo	6	11	8	25	9.0%
Crema	2	12	28	42	15.2%
Total	21	99	157	277	100.0%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

3 - ¿Qué envase le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

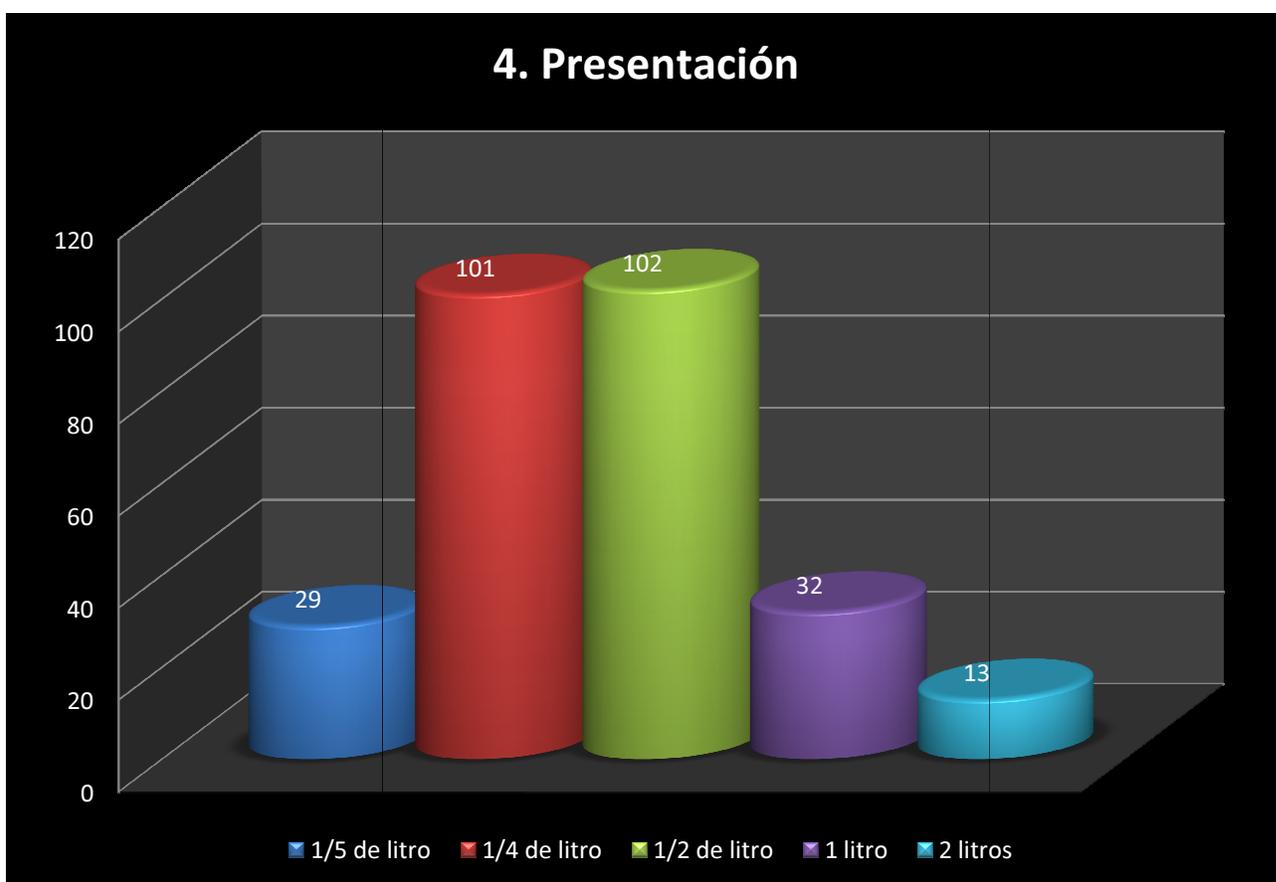
OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
Tetrapak	1	21	53	75	27.1%
Botella de Vidrio	10	49	44	103	37.2%
Botella Plástica	6	21	49	76	27.4%
Lata	3	5	7	15	5.4%
En funda	1	3	4	8	2.9%
Total	21	99	157	277	100.0%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

4 - ¿Qué presentación le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

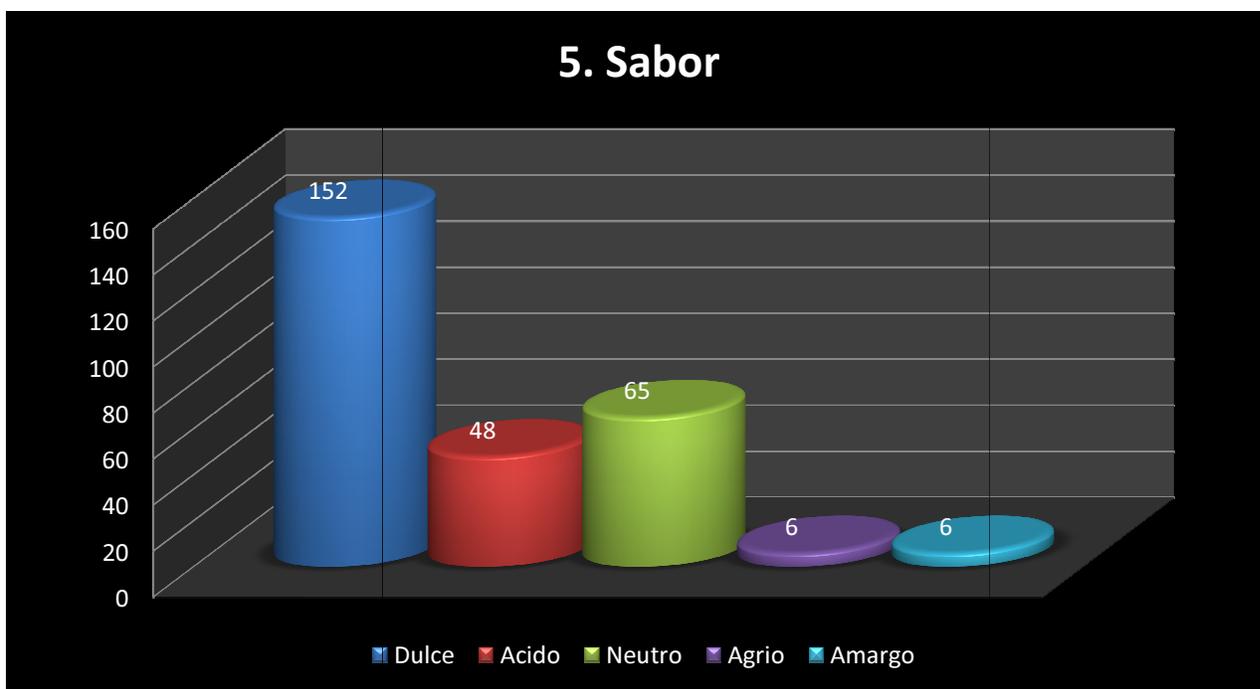
OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
1/5 de litro	2	6	21	29	10.5%
1/4 de litro	12	25	64	101	36.5%
1/2 de litro	4	45	53	102	36.8%
1 litro	2	17	13	32	11.6%
2 litros	1	6	6	13	4.7%
Total	21	99	157	277	100.0%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

5 - ¿Qué Sabor le gustaría para una bebida de carácter energizante natural que a la vez puede ser un jugo para desayunos?

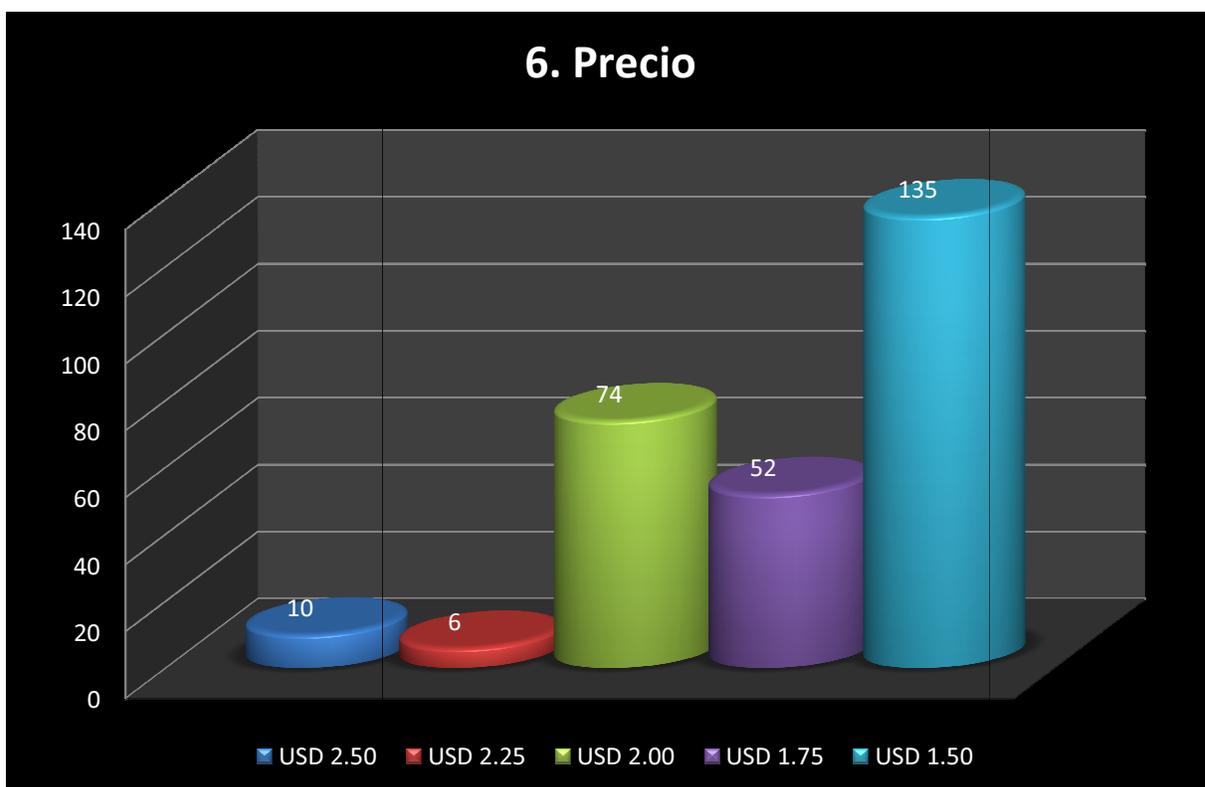
OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
Dulce	16	60	76	152	54.9%
Acido	1	5	42	48	17.3%
Neutro	4	30	31	65	23.5%
Agrio	0	0	6	6	2.2%
Amargo	0	4	2	6	2.2%
Total	21	99	157	277	100.0%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

6 - ¿Considerando que valor de una gaseosa de 1 litro en el mercado es de \$1.00 y el promedio de un energizante es de \$ 2.50, Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 1 litro, sabiendo que el nuevo producto actúa como energizante, jugo y refresco?

OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
USD 2.50	1	2	7	10	3.6%
USD 2.25	2	1	3	6	2.2%
USD 2.00	2	24	48	74	26.7%
USD 1.75	5	21	26	52	18.8%
USD 1.50	11	51	73	135	48.7%
Total	21	99	157	277	100.0%



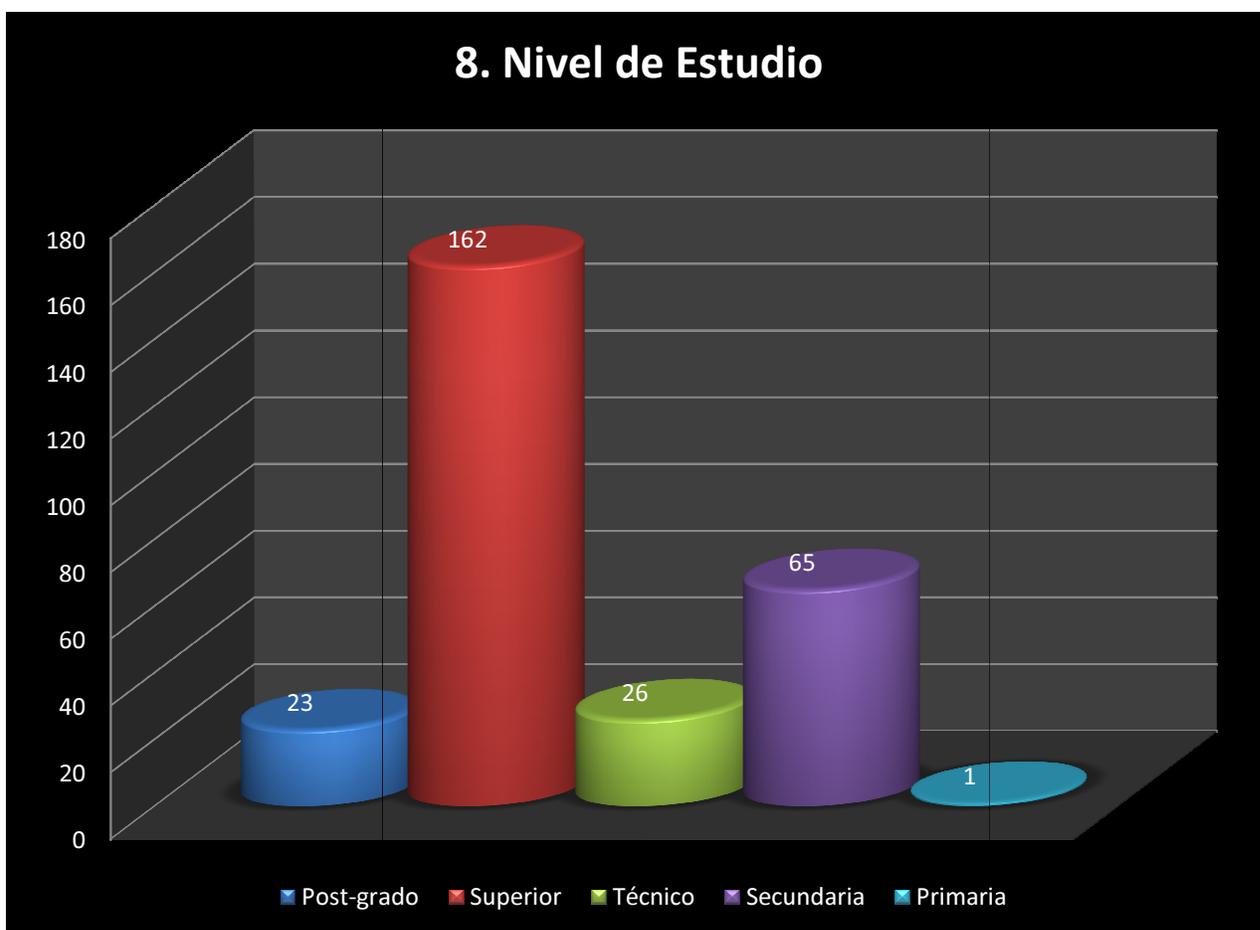
“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

### 7 - ¿Cuál es su profesión?

OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
	21	99	157	277	100.0%
Total	21	99	157	277	100.0%

### 8 - ¿Qué Nivel de estudios posee?

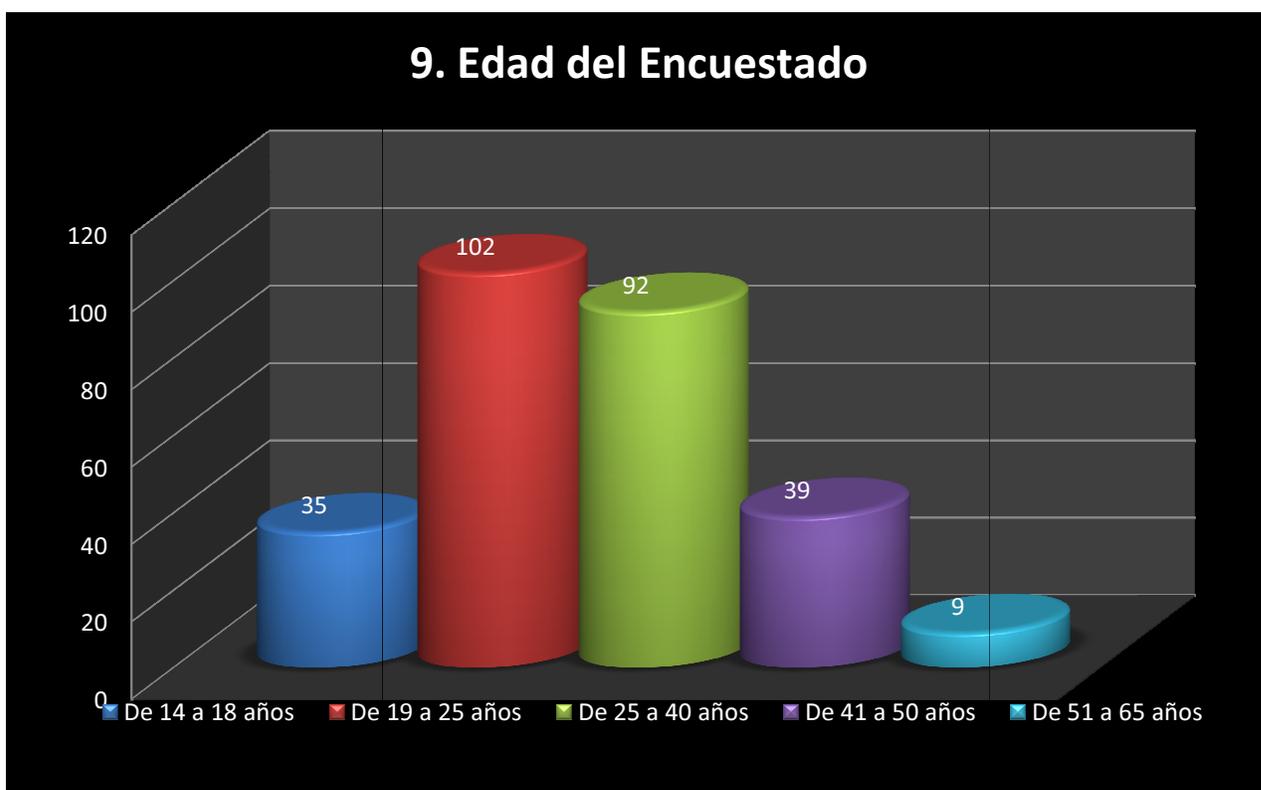
OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
Post-grado	1	11	11	23	8.3%
Superior	10	66	86	162	58.5%
Técnico	3	3	20	26	9.4%
Secundaria	7	19	39	65	23.5%
Primaria	0	0	1	1	0.4%
Total	21	99	157	277	100.0%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

9 - ¿Qué edad tiene actualmente?

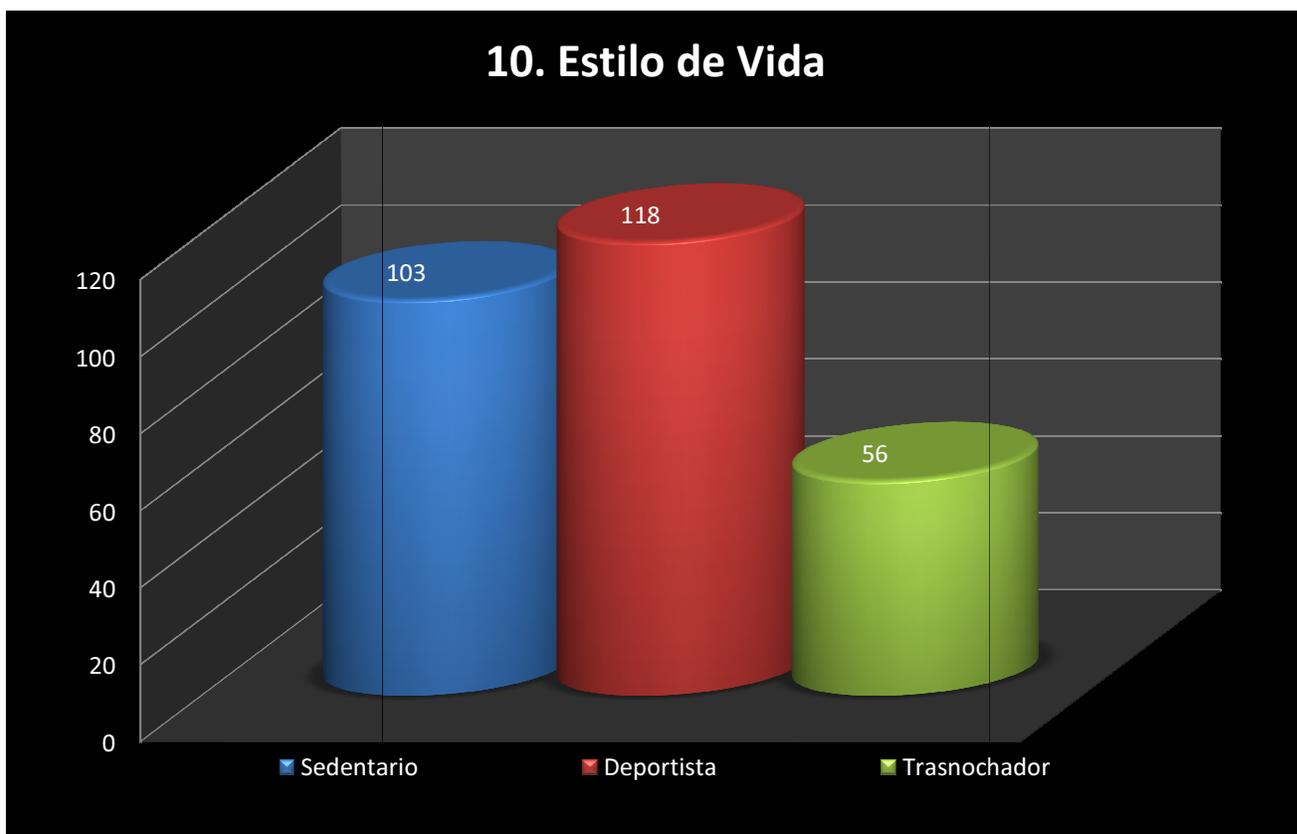
OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
De 14 a 18 años	5	17	13	35	12.6%
De 19 a 25 años	2	25	75	102	36.8%
De 25 a 40 años	9	42	41	92	33.2%
De 41 a 50 años	5	14	20	39	14.1%
De 51 a 65 años	0	1	8	9	3.2%
Total	21	99	157	277	100.0%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

10 - ¿Cómo considera el estilo de vida que lleva?

OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
Sedentario	7	36	60	103	37.2%
Deportista	10	46	62	118	42.6%
Trasnochador	4	17	35	56	20.2%
Total	21	99	157	277	100.0%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

11 - ¿De acuerdo a las especificaciones del producto y a sus respuestas, Cómo considera sus expectativas de compra, siendo 5 las más altas y 1 la menos probable?

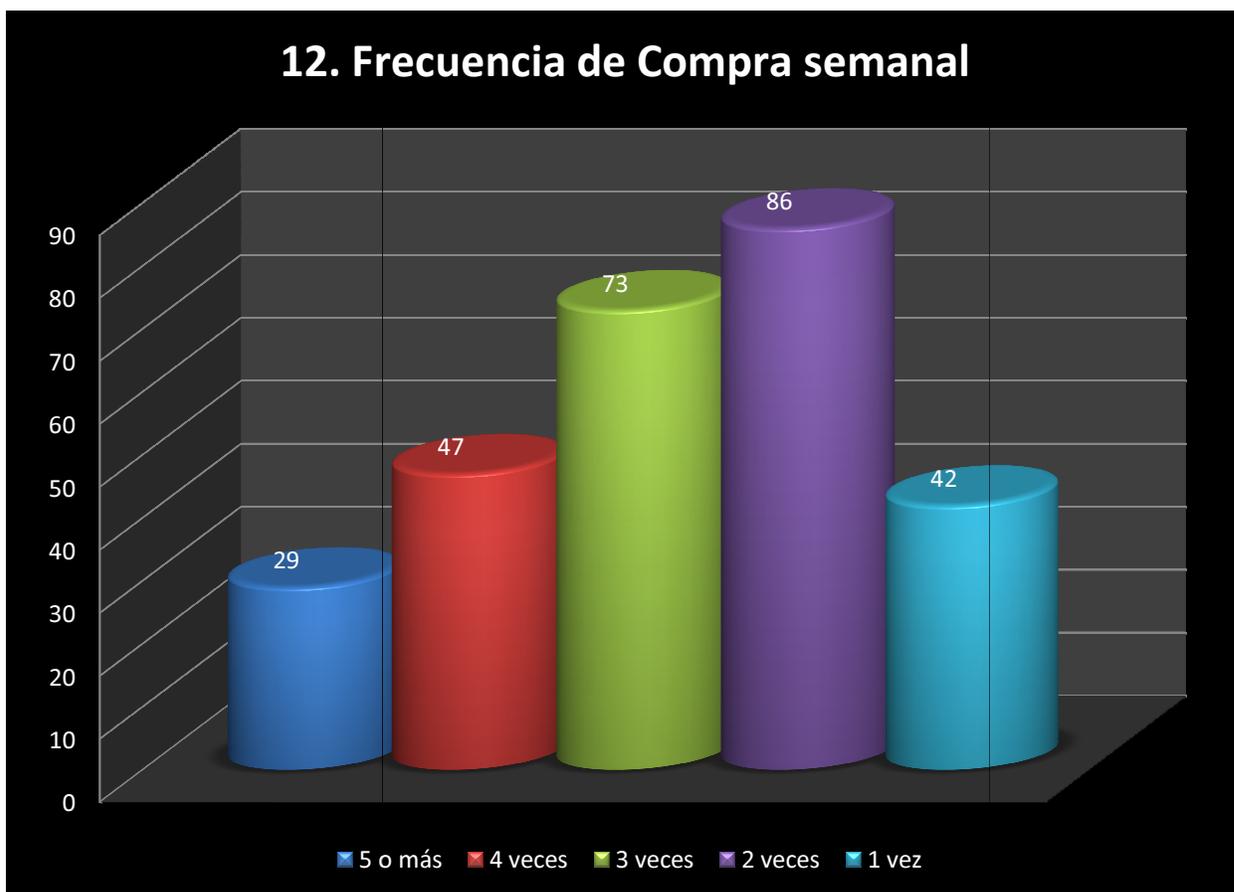
OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
5 (Alta)	5	14	2	21	7.6%
4 (media)	6	47	9	62	22.4%
3 (regular)	8	22	35	65	23.5%
2 (baja)	2	1	87	90	32.5%
1 (nula)	0	15	24	39	14.1%
Total	21	99	157	277	100.0%



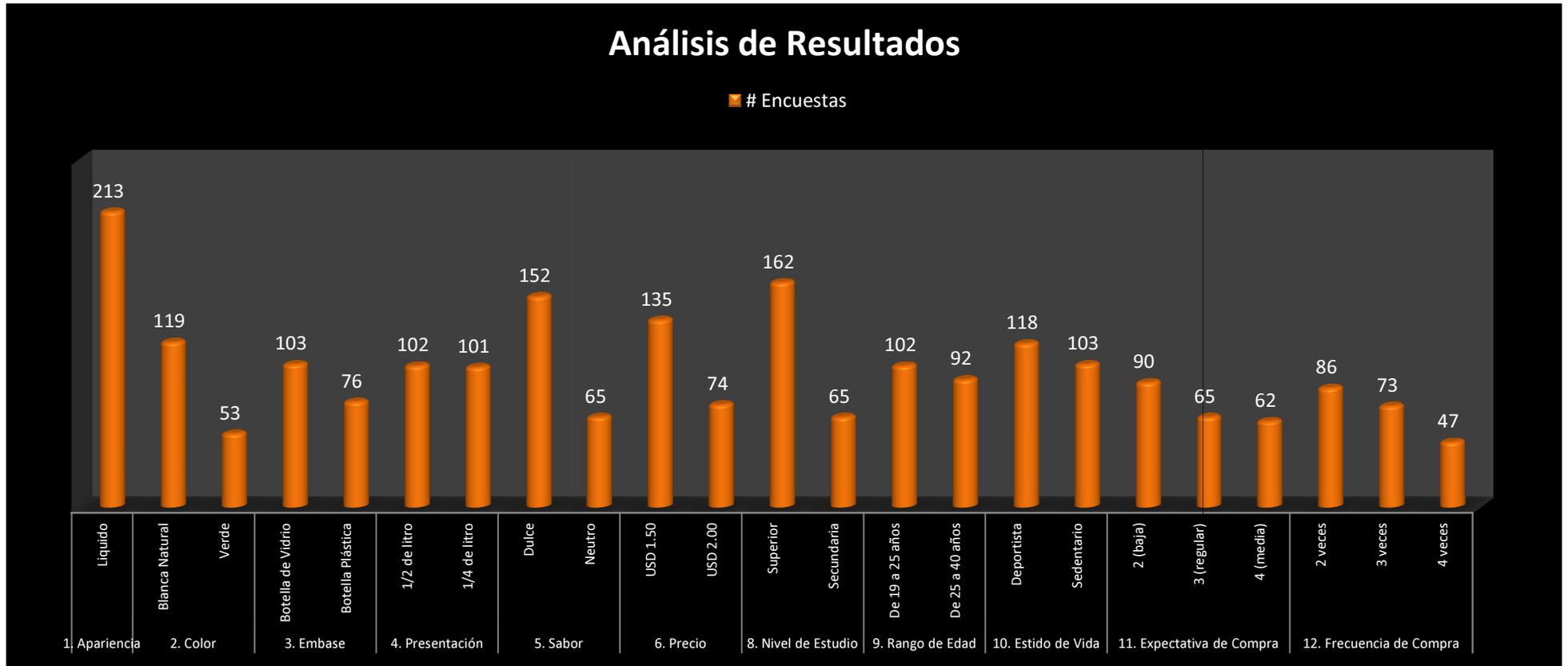
“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

12 - ¿Si la pregunta anterior fue superior mayor a 3 (regular), Con qué frecuencia consumiría usted el producto a la semana?

OPCIONES	R.INTERNET 1	R.INTERNET 2	R. MANUAL	TOTAL	PORCENTAJE
5 o más	0	3	26	29	10.5%
4 veces	1	10	36	47	17.0%
3 veces	5	24	44	73	26.4%
2 veces	10	36	40	86	31.0%
1 vez	5	26	11	42	15.2%
Total	21	99	157	277	100.0%



### 3.3 Análisis de Resultados



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

**Cuadro 13 (DATOS)**

Preguntas	Alternativas	#	
		Encuestas	%
1. Apariencia	Líquido	213	77%
	Viscoso	10	4%
	Pulpa	54	19%
2. Color	Blanca Natural	119	43%
	Verde	53	19%
	Azul	38	14%
	Rojo	25	9%
	Crema	42	15%
3. Embase	Tetrapak	75	27%
	Botella de Vidrio	103	37%
	Botella Plástica	76	27%
	Lata	15	5%
	En funda	8	3%
4. Presentación	1/5 de litro	29	10%
	1/4 de litro	101	36%
	1/2 de litro	102	37%
	1 litro	32	12%
	2 litros	13	5%
5. Sabor	Dulce	152	55%
	Acido	48	17%
	Neutro	65	23%
	Agrio	6	2%
	Amargo	6	2%
6. Precio	USD 2.50	10	4%
	USD 2.25	6	2%
	USD 2.00	74	27%
	USD 1.75	52	19%
	USD 1.50	135	49%
8. Nivel de Estudio	Post-grado	23	8%
	Superior	162	58%
	Técnico	26	9%
	Secundaria	65	23%
	Primaria	1	0%
9. Rango de Edad	De 14 a 18 años	35	13%
	De 19 a 25 años	102	37%
	De 25 a 40 años	92	33%
	De 41 a 50 años	39	14%
	De 51 a 65 años	9	3%
10. Estilo de Vida	Sedentario	103	37%
	Deportista	118	43%
	Trasnochador	56	20%
11. Expectativa de Compra	5 (Alta)	21	8%
	4 (media)	62	22%
	3 (regular)	65	23%
	2 (baja)	90	32%
	1 (nula)	39	14%
12. Frecuencia de Compra	5 o más	29	10%
	4 veces	47	17%
	3 veces	73	26%
	2 veces	86	31%
	1 vez	42	15%

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

### **Análisis de las características del producto.**

De la información presentada en el cuadro 11, se puede observar que la bebida propuesta debe tener una apariencia líquida, tanto que el 77% de los encuestados opina eso.

El Color de la bebida propuesta debe estar en cualquiera de las dos opciones, siendo la más deseada el color blanco natural como el color de la fruta con el 43% y color verde con el 19% la que le sigue en segundo lugar.

El envase a ser utilizado para la nueva bebida debe estar entre dos opciones :

botella de vidrio con el 37% de los encuestados y botella plástica 27% de los encuestados.

La presentación de la nueva bebida debe ser de 1/2 de litro con el 37% y 1/4 de litro con el 36% de los encuestados.

El sabor de la bebida propuesta debe ser dulce con el 55% de los encuestados y neutro (sabor a la fruta natural) con el 23% de los encuestados.

El precio punto muy importante de la nueva bebida para hacerla rentable debe ser USD 1.50 por litro con el 49% de los encuestados y USD 2.00 con el 27% de los encuestados.

### **Análisis del mercado objetivo**

El producto y sus características fueron propuestos a una muestra cuyo 58% son aquellos que tienen educación superior y al 23% de los encuestados, a aquellos que tienen educación secundaria y el restante 19% son con educación técnica y de post-gradados. Como ya habíamos dicho el nivel de educación tiene relación directa con el nivel socio-económico, lo que identifica a nuestro producto en un nivel medio-alto.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

El producto fue propuesto a una muestra cuyo 70% se centra entre un rango de edad entre 19 y 40 años. Dando el 37% para encuestados en un rango de edad de 19 a 25 años y 33% entre un rango de edad entre 25 y 40 años, con esto confirmamos que la muestra cumple con el TARGET de objetivo a investigar.

En cuanto al estilo de vida de los encuestados se encuentra repartido de manera homogénea de esta manera EL 37% sedentarios, el 42% deportista y el 20% Trasnochador.

Al investigar sobre las expectativas de compra de los encuestados el 78% de los encuestados dicen que el 22% tiene una expectativa media de compra, el 23% regular y el 32% baja.

Pese al punto anterior los encuestados dicen que el 74% comprarían el producto de dos a cuatro veces por semana. El 31% dos veces por semana, el 26% tres veces por semana y el 17% cuatro veces por semana. Este último dato es muy importante porque nos ayudará a conocer cuál es la demanda del producto mensualmente y anualmente.

## **CÁLCULO DE LA DEMANDA**

Ejemplo seguido para el cálculo de la Demanda:

<http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/EJEMPLO%20DE%20CALCULO%20DE%20LA%20DEMANDA.htm>

$\text{Demanda Anual en Litros} = a * b * c * d * e$

a = Total número de habitantes en Quito 2013 = 2.239.191 habitantes.

b = % de la población por clase social = Superior: 19.79%; Secundaria: 21.25%

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Población con :

Educación Superior                    443.226 / 2.239.191 = 19.79 %

Educación Secundaria                476.034 / 2.239.191 = 21.25%

c = % de consumo de esta bebida = 74% de la población con educación superior y secundaria.

La pregunta 12 del cuestionario indica la frecuencia de compra, donde el 85% de los encuestados indican interés por el producto al menos 2 compras a la semana, siendo la preferencia botellas de 1/2 de litro y 1/4 de litro. Para movernos en un escenario negativo se tomará la preferencia de 1/4 de litro con la media de consumo entre 4 y 2 veces (3 veces) por semana, lo que nos indica el consumo de 3/4 litros a la semana y 3 litros al mes.

12. Frecuencia de Compra	5 o más	29	10%	85%
	4 veces	47	17%	
	3 veces	73	26%	
	2 veces	86	31%	
	1 vez	42	15%	

d = Unidades de Consumo Anual

Con el mismo cuadro anterior sabemos que el 85% de ambas clases comprarían 3 litros al menos al mes, es decir, al año 36 litros.

D E.Superior = 2.239.191 \* 19.79% \* 85% \* 36 = 13.559.958 litros

D E.Secundaria = 2.239.191 \* 21.25% \* 85% \* 36 = 14.560.339 litros

**TOTAL MERCADO : 28.120.297 LITROS AL AÑO**

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Cabe señalar que este mercado es para todos los producto de este tipo, orientados a la clase social focalizada.

Pretendemos apropiarnos del 10% del mercado potencial para este gama de producto : 2.812.297 litros por año. Con estos datos se realizarán los cálculos de rentabilidad y producción.

## **CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN**

### **4.1 Aplicación práctica**

De acuerdo a los datos arrojados por el estudio de mercado el 85% de la población objetivo (Personas con educación Superior y secundaria), 919.260 personas de la ciudad de Quito durante el 2013 están dispuestos a comprar el producto por lo menos 3 veces al mes, en cada compra un litro, es decir, 36 litros al año.

Con estos datos la demanda potencial del producto al año es de 28.120.297 litros.

Para nuestro estudio de viabilidad y rentabilidad se estima tener al menos el 10% del total de la demanda para nuestro producto, 2.812.029 litros al año.

La Inversión necesario es de USD 1.835.000

El Valor Actual Neto (VAN) con una tasa de descuento del 13% es : 1.449.000 al cabo de 5 años.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 38.5%

El Período de Recuperación de la Inversión (PR) es de 2 años.

El Período de Recuperación de la Inversión Descontado (PRD) es de 2 años.

Y el índice de costo-beneficio (RBC) es de 1.79

A continuación el Plan de Negocio para el proyecto de Bebidas Semi-energizantes BOROSHA.

## PLAN DE NEGOCIOS

### 1. RESUMEN EJECUTIVO

**a) La idea del negocio:**

El negocio está orientado a ofrecer un producto alternativo a las bebidas energizantes -base en cafeína y taurina- reemplazando por frutas naturales como el Borojó y el arasha a base de fosforo.

**b) Público objetivo:**

Según nuestro estudio de mercado el producto debe ser dirigido a hombres y mujeres de Quito en el target de 14 a 65 años, cuyos niveles de ingresos asociados con el nivel de estudio esté entre secundaria y superior.

Siendo los más grandes consumidores las personas entre 25 y 40 años de nivel superior.

**c) Valor del producto/servicio para ese público objetivo.**

De acuerdo a nuestro estudio de mercado, el producto debe ser de origen Natural, aspecto líquido, sin colorantes, en botella de vidrio o plástica, amigable con el medio ambiente, en presentación de 1/2 o 1/4 de litro, sabor dulce o natural.



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

**d) Tamaño de mercado y crecimiento esperado.**

El tamaño del mercado está dado por la población de Quito situada entre el target citado (nivel de educación superior y secundaria): 919.260 personas.

**e) Fase actual de desarrollo del producto.**

Culminado

**f) Inversión necesaria en miles de USD**

<b>Presupuesto de Inversión</b>	
Terreno	250
Construcción	50
Instalaciones + Piscina	60
Maquinaria Despulpadora	250
Maquinaria Envasadora	250
Maquinaria Enfriamiento y	
Montacargas	262
Capital de trabajo	713
<b>Flujo de inversión</b>	<b>(1.835)</b>

**Objetivos a medio/largo plazo.**

- ✓ Llegar a vender 3.000.000 litros anuales al 4 año del proyecto.
- ✓ Recuperar la inversión a partir del 3 año de funcionamiento del proyecto.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

**a) Descripción general del Producto**

De acuerdo al estudio de mercado el producto debe ser:

- ✓ Presentación de 1/2 litro y 1/4 de litro.
- ✓ Botella de vidrio o plástica
- ✓ Color de la bebida: Blanco natural o verde.
- ✓ Apariencia: Líquida
- ✓ Sabor: Dulce o neutro (El mismo de la fruta)

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

✓ Utilidad:

- Deportista: Bebida semi-energizante.

- Trasnochador: Mezcla con licor.

-Sedentario: Jugo

#### b) Valor distinto para el consumidor

✓ Bebida energizante natural sin cafeína, ni taurina.

✓ Tamaño vs precio.

✓ Múltiples usos, Semi-energizante, Jugo para desayuno, mezcla con licor.

### 3. MERCADO POTENCIAL

#### a) Mercado

#### MERCADO TOTAL COMPRENDIDO ENTRE 11 Y 65 AÑOS

CIUDAD DE QUITO 2014

EDADES	POSTGRADO	SUPERIOR	POST BACHILLERATO	SECUNDARIA	TOTAL
11 a 18 AÑOS	0	11991	1987	159860	173838
19 A 40 AÑOS	25298	300947	15835	202970	545050
41 A 65 AÑOS	21574	130288	6177	113204	271243
<b>TOTAL</b>	<b>46872</b>	<b>443226</b>	<b>23999</b>	<b>476034</b>	<b>990131</b>

FUENTE : ECUADOR EN CIFRAS INEN 2012

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/>

#### b) Público objetivo

#### TOTAL POBLACION ESTRATIFICADA :

EDUCACION SUPERIOR : 443.226

EDUCACION SECUNDARIA : 476.034

TOTAL: 919.260 PERSONAS

Frecuencia de compra 36 litros por año.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

**c) Factores clave de compra para los consumidores.**

Tamaño, precio, salud, natural, deportivo, medio ambiente.

**4. COMPETENCIA**

**a) Barreras de entrada**

Competidores existentes

Comparación de competidores. Volumen de ventas, precio, cuota de mercado, posicionamiento, líneas de productos, canales de distribución, servicio al cliente.

PRODUCTO	PRODUCTO	PRESENTACION	USD	TARGET	FORTALEZA	DEBILIDAD
REDBULL	ENERGIZANTE	LATA 200 ML	2.00	ALTO	MARKETING	NO
V220	ENERGIZANTE	BOTELLA 350 ML	1.20	MEDIO	MARKETING	NATURAL
CICLON	ENERGIZANTE	BOTELLA 320 ML	1.00	MEDIO	PRECIO	NATURAL
DEL VALLE	JUGO	BOTELLA 320 ML	1.00	MEDIO	MARKETING	NO
PULP	JUGO	BOTELLA 1000 ML	1.20	MEDIO		NATURAL
TAMPICO	JUGO	BOTELLA 500 ML	0.60	MEDIO	MARKETING	COLORANTE
YA	JUGO	BOTELLA 320 ML	1.00	MEDIO		NO
TESALIA	JUGO	BOTELLA 320 ML	1.00	MEDIO - BAJO	PRECIO	NATURAL
CITRUT	JUGO	BOTELLA 320 ML	1.00	MEDIO	MARKETING	COLORANTE

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## 5. PLAN FINANCIERO

### PROYECTO DE INVERSION BOROSHA EN MILES DE USD

#### PROYECTO PLANTA DE BEBIDA A BASE DE BOROJO Y ARASHA

#### BOROSHA S.A.

#### Modelo

<b>VAN</b>	<b>\$1,449</b>	<b>TIR</b>	<b>38.5%</b>	<b>PR</b>	<b>2</b>	<b>PRD</b>	<b>2</b>	<b>RBC</b>	<b>1.79</b>
Año	0	1	2	años		4	5		
<b>Flujo de Caja</b>	<b>(1,835)</b>	<b>802</b>	<b>793</b>	<b>782</b>	<b>767</b>	<b>1,735</b>			
<b>Presupuesto de Inversión</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>			
Terreno	250					250			
Construcción	50					3			
Instalaciones + Piscina	60					3			
Despulpadora y Purificadora de Agua	250					125			
Maquinaria Envasadora	250					125			
Cuarto de Enfriamiento	250					125			
Montacargas	12					0			
Capital de trabajo	713					356			
<b>Flujo de inversión</b>	<b>(1,835)</b>					<b>987</b>			
<b>Presupuesto de Operación</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>			
Ventas		4,218	4,302	4,388	4,476	4,566			
(2) Litros Vendidas		2,812,030	2,868,270	2,925,636	2,984,148	3,043,831			
USD/Litros		1.50	1.50	1.50	1.50	1.50			
Costos de Producción (1) * (2) * (3)		2,062	2,104	2,146	2,189	2,232			
(4) Gastos de Ventas (TABLA C)		632	644	657	670	684			
(5) Gastos Fijos (TABLA D)		360	403	452	506	566			

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Depreciación	88	88	88	88	88
Utilidad operativa	1,076	1,063	1,046	1,023	995
Impuestos	362	358	352	345	335
Utilidad neta	713	705	693	678	660
Depreciación devuelta	88	88	88	88	88
<b>Flujo Operativo</b>	<b>802</b>	<b>793</b>	<b>782</b>	<b>767</b>	<b>748</b>

#### Cálculos Adicionales

Año	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	(1,835)	802	793	782	767	1,735
Flujo de Caja Acumulado	(1,835)	(1,033)	(240)	541	1,308	3,043
VA del Flujo de Caja	(1,835)	709	621	542	470	942
VA Flujo Caja Acumulado	(1,835)	(1,126)	(505)	37	507	1,449

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## PROYECTO DE INVERSION BOROSHA

EN MILES DE USD

### BOROSHA S.A.

#### Variables

Nombre	Valor	Distribución	Parámetros			Observación
<b>Inversiones</b>			<b>Valor</b>	<b>Factor</b>		<b>Infraestructura</b>
Terreno	250	Personalizada	250		3	
			220		2	
			200		1	
Construcción	50					
Instalaciones + Piscina	60					
Despulpadora y Purificadora de Agua	250					
Maquinaria Envasadora	250					
Cuarto de Enfriamiento	250					
Montacargas	12					
Capital de trabajo	713					
<b>Ingresos</b>			<b>Mínimo</b>	<b>Medio</b>	<b>Máximo</b>	
Ventas	4218					
Litros Vendidas	2,812,030					
USD/Litro	1.50	Triangular	1.50	1.75	2.00	
Tasa crecimiento de ventas	2.0%	Normal	2%		1%	
<b>Costos y Gastos</b>			<b>Mínimo</b>	<b>Medio</b>	<b>Máximo</b>	
(1) Cto Formulación 1 Lt (Tabla A)	0.70	Triangular	0.70	0.73	0.77	
Gastos variables de Ventas	15%	Normal	15%		2%	
Gastos Fijos	360					
Tasa de Crecimiento de Gto. Fijos	12%	Normal	12%		2%	

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

**Tasas**

Tasa fiscal	33.70%
% Desperdicio (3)	5%
Tasa de descuento	13%

**Cálculos adicionales**

**Depreciación**

Concepto	Valor	Tiempo Años	Depreciación
Terreno	\$250		
Construcción	\$50	10	\$5
Instalaciones + Piscina	\$60	10	\$6
Despulpadora y Purificadora de Agua	\$250	10	\$25
Maquinaria Envasadora	\$250	10	\$25
Cuarto de Enfriamiento	\$250	10	\$25
Montacargas	\$12	5	\$2
Total			\$88

Capital de Trabajo	Lt por ciclo	USD/Lt	TOTAL	EXPLICACION	CAP EN DIAS
Materia Prima	234,336	0.70	163,684.43	UN MES VTAS AL CONTADO	20 ventas al contado
Producción en Proceso	7,811.19	1.28	9,998.33	5 DIAS EN EMBALAJE	5
Producto Terminado	39,055.97	1.60	62,489.55	5 DIAS HASTA LA DISTRIBUCION	5
Cuentas por Cobrar	234,336	1.60	374,937.29	30 DIAS CREDITO	30 días de crédito
Stock de Caja de Seguridad 5 DIAS			101,851.60	total días de ciclo de oper	60

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Total ciclo de operación : 2  
\$712,961 meses

---

MARGEN DE UTILIDAD :	20%
% TERMINACION PROD.PROCESO	80%
% VTAS CREDITO	100%
TIEMPO CREDITO VTAS	1 MESES

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

TABLA A  
COSTO DE PRODUCCION POR LITRO

FORMULACION 1 LITRO		COSTO TOTAL 0.69850			DEMANDA ANUAL	
COSTO	USD/KG	CANT/KG	Cant/litro	USD	MP	UNIDAD
BOROJO	0.60	5%	1	0.03000	140,601	kg
ARASHA	0.60	10%	1	0.06000	281,203	kg
AZUCAR	0.80	1%	1	0.00800	28,120	kg
PRESERVANTES	0.25	5%	1	0.01250	140,601	kg
COLORANTES	0.25	5%	1	0.01250	140,601	kg
VITAMINA C	0.20	5%	1	0.01000	140,601	kg
VAINILLA	0.10	2%	1	0.00200	56,241	Lts
AGUA	0.01	25%	1	0.00250	703,007	Lts
LECHE DE SOYA	2.00	5%	1	0.10000	140,601	Kg
BOTELLAS + ETIQUETA	0.11	100%	2	0.22815	2,812,030	Un
EMBALAJE DE CARTON	0.07	100%	1	0.07000	468,672	6 * Caja
TAPA	0.05	100%	2	0.10000	2,812,030	Un
MANTENIMIENTO (TABLA B)	0.01	100%	1	0.00813		
ENERG. ELECTRICA (TABLA B)	0.03	100%	1	0.02987		
MANO DE OBRA (TABLA B)	0.02	100%	1	0.02485		

En cuanto al costo del borojé según (TIEMPO, 2013) el cultivo más rentable del valle del Cauca en Colombia es el borojé, en el cual se expresa que una hectárea produce 10 toneladas cuyo precio de venta es de 8 millones de pesos y la inversión para sostener el cultivo es de 945.000 pesos, dando un ingreso neto para el productor de aproximadamente 7 millones de pesos, eso al tipo de cambio promedio del peso colombiano 2000 pesos por 1 dólar, sería 3500 dólares por hectárea.

Pero lo que nos interesa es el precio de venta, que sería el costo de compra para nuestra fábrica, 8 millones de pesos por 10 toneladas o 10.000 kilos, igual a 800 pesos el kilo, convertido a dólares 0.40 USD/Kg aproximadamente.

Para el estudio trabajaremos con un precio promedio de 0.60 USD/Kg.

En cuanto al azúcar según (HOY, 2013) el precio varía entre USD 35 y USD 40 el quintal de 50 kg, dando un costo por kilo de 0.76 usd/kg, pero para nuestro estudio tomaremos de referencia 0.80 usd/kg.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

TABLA B

MANO DE OBRA DE PLANTA												
CARGOS	NETO CTO	# personas	S.BASE	# H.EXT	H.EXT USD	TOTAL INGRESO	AP. PATR.	13RO S	14TO S	VACACIONES	F. RESERVA	TOTAL
SUPERVISOR	757.91	1.00	500.00	16.00	50.00	550.00	66.83	45.83	26.50	22.92	45.83	757.91
OPERADORES	1,966.70	4.00	318.00	16.00	31.80	349.80	42.50	29.15	26.50	14.58	29.15	491.68
EMPACADORES	983.35	2.00	318.00	16.00	31.80	349.80	42.50	29.15	26.50	14.58	29.15	491.68
OBREROS	983.35	2.00	318.00	16.00	31.80	349.80	42.50	29.15	26.50	14.58	29.15	491.68
MONT. + EMBAL	491.68	1.00	318.00	16.00	31.80	349.80	42.50	29.15	26.50	14.58	29.15	491.68
CONTROL CALIDAD	640.88	1.00	420.00	16.00	42.00	462.00	56.13	38.50	26.50	19.25	38.50	640.88
<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>5,823.87</b>	<b>11.00</b>	<b>2,192.00</b>		<b>219.20</b>	<b>2,411.20</b>	<b>292.96</b>	<b>200.93</b>	<b>159.00</b>	<b>100.47</b>	<b>200.93</b>	<b>3,365.49</b>

9% 12% 8% 7% 4% 8%

**RESUMEN COSTO DE MANO DE OBRA POR LITRO**

(1) LITROS PRODUCIDOS POR MES	234,336
(2) TOTAL MANO DE OBRA POR MES	5,824
(3) = (2)/(1) CTO MOD USD/LITRO	0.024853

**RESUMEN COSTO DE MANTENIMIENTO POR LITRO**

(1) TOTAL COSTO MAQUINARIA	762,000
(2)= (1)* 3% MANTENIMIENTO ANUAL	22,860
(3) LITROS PRODUCIDOS AL AÑO	2,812,030
(4) = (2)/(3) CTO MANTENIMIENTO USD/LITRO	0.008129

**RESUMEN COSTO DE ENERGIA ELECTRICA POR LITRO**

(1) Kw consumidos al Mes	100,000
(2) COSTO Promedio Kw/hora	0.07
(3) = (1)*(2) Total Costo Energia al Mes	7,000.00
(4) LITROS PRODUCIDOS POR MES	234,336
(3)/(4) CTO ENERGIA ELECTRICA USD/LITRO	0.029872

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

TABLA C

(4) TOTAL PRESUPUESTO MENSUAL 52,636.28  
 TOTAL GASTO REAL MENSUAL 52,636.28  
 0.00

**SUELDOS FUERZA DE VENTAS**

CARGOS	NETO CTO	# personas	S.BASE	OTROS	TOTAL INGRESO	AP. PATR.	13RO S	14TO S	VACACION	F. RESERVA	MOVILIACION	TOTAL
SUPERVISORES	2,284.25	3.00	500.00	-	500.00	60.75	41.67	26.50	20.83	41.67	70.00	761.42
VENDEDORES	1,648.16	3.00	318.00	-	318.00	38.64	26.50	26.50	13.25	26.50	100.00	549.39
DISTRIBUIDORES	8,990.81	15.00	318.00	-	318.00	38.64	26.50	26.50	13.25	26.50	150.00	599.39
<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>12,923.22</b>	<b>21.00</b>	<b>1,136.00</b>	<b>-</b>	<b>1,136.00</b>	<b>138.02</b>	<b>94.67</b>	<b>79.50</b>	<b>47.33</b>	<b>94.67</b>	<b>320.00</b>	<b>1,910.19</b>

- 12% 8% 7% 4% 8%

**CALCULO COMISION EN VENTAS DETAL USD TOTAL POR BOTELLA**

TOTAL USD VENTAS POR MES 351,504 1.50  
 COMISION 7% PVP 24,605 0.11

GASTOS DE PUBLICIDAD 15,107.80

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

TABLA D

(5) TOTAL PRESUPUESTO MENSUAL COSTOS FIJOS 30,000.00  
 TOTAL GASTO REAL MENSUAL 30,000.00  
 0.00

**SUELDOS ADMINISTRACION**

CARGOS	NETO GTO	# personas	S.BASE	OTROS	TOTAL INGRESO	AP. PATR.	13RO S	14TO S	VACACION	F. RESERVA	MOVILIACION	TOTAL
GERENTE GENERAL	2,021.25	1.00	1,500.00	-	1,500.00	182.25	125.00	26.50	62.50	125.00	-	2,021.25
GERENTE DE VENTAS	1,506.33	1.00	1,000.00	-	1,000.00	121.50	83.33	26.50	41.67	83.33	150.00	1,506.33
CONTADOR	1,090.37	1.00	800.00	-	800.00	97.20	66.67	26.50	33.33	66.67	-	1,090.37
SECRETARIA	449.39	1.00	318.00	-	318.00	38.64	26.50	26.50	13.25	26.50	-	449.39
<b>TOTAL SUELDOS</b>	<b>5,067.34</b>	<b>4.00</b>	<b>3,618.00</b>	<b>-</b>	<b>3,618.00</b>	<b>439.59</b>	<b>301.50</b>	<b>106.00</b>	<b>150.75</b>	<b>301.50</b>	<b>150.00</b>	<b>5,067.34</b>
				-		12%	8%	3%	4%	8%		

**TOTAL COSTOS DE OFICINA 24,933**

ALQUILER OFICINA	800
SERVICIOS BASICOS, INTERNET	350
UTILES DE OFICINA	250
ALQUILER DE COMPUTADORAS	223
PERMISOS	310
IMPREVISTOS	3,000
EVENTOS DE VENTAS	20,000

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

**Tasa de descuento** = Tasa Activa Referencial segmento Productivo PYMES + 2 puntos de riesgo.

= 13%

<b>Tasas de Interés</b>			
<b>DICIEMBRE 2013 (*)</b>			
<b>1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>		<b>Tasas Máximas</b>	
<b>Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:</b>	<b>% anual</b>
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## 6. ESTADO DE DESARROLLO Y PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

### a) Estado de desarrollo del producto/servicio

El producto se encuentra desarrollado en el 100%



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”



“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## **b) ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

Empresa	Tipo de Alianza
Fybeca	Impulsadoras y degustadoras (Cupones y sorteos)
Megamaxi	Impulsadoras y degustadoras (Cupones y sorteos)

## **c) ESTRATEGIA DE MARKETING Y VENTAS**

### **Posicionamiento**

- Tipo de posicionamiento: descripción de las características distintivas del producto respecto a la competencia: percepción distintiva o única del cliente.

Producto con alto contenido de nutrientes, natural.

- Diferenciación: como se espera mantener en el tiempo dicho posicionamiento.

Mantener la calidad, innovar presentación de productos.

### **Imagen**

#### **ETIQUETA NATURAL Y FRESCA**



#### **LEMA DE PUBLICIDAD:**

**"ENERGIA NATURAL SIN LIMITES."**

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

### **Estrategia de marketing**

- Principales medios utilizados para la comunicación, entre online y offline.

Medio	Proveedor	Tipo de comunicación
Radio	Radio la RED	Cuñas publicitarias en programa Jornadas Deportivas
Publico	Indefinido	Realización de Carreras 2K y 5K para socializar el producto.
Visual	Agencia EQUITY	Banners full color y reparto de muestras
Visual	Agencia EQUITY	Volantes full color y reparto de muestras

## **7. PRINCIPALES RIESGOS Y ESTRATEGIAS DE SALIDA**

### **a) Riesgos**

Riesgos básicos que afectan al mercado:

- Crecimiento menor del esperado.
- Costes mayores a los previstos.
- Riesgos del negocio en sí.
- Entrada inesperada de un competidor.
- Desfase entre el producto y las necesidades que cubra del público objetivo.

### **b) Estrategias de contingencia**

- Negociar una franquicia con un competidor reconocido en el mercado o la venta de la idea a una industria competidora fuerte.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

**c) FLUJO OPERATIVO DEL NEGOCIO**



## 4.2 Conclusiones

- a) La hipótesis formulada se cumple ya que hay un mercado potencial en Quito durante el año 2013 que llega al 85% de de la muestra, ubicada entre los profesionales y estudiantes de 14 a 50 años, cuya formación académica es Superior o secundaria y cuyos hábitos de vida son deportistas 43%, Trasnochador 20% y Sedentarios 37% dispuestos a comprar 3 veces al mes el producto ofrecido.
- b) La demanda anual para el producto asciende a 28 millones de litros al año para la ciudad de Quito, el 37% de la muestra lo prefiere en presentación de 1/2 litro y otro 37% lo prefiere en presentación de 1/4 de litro.
- c) Observamos que el 37% de la muestra prefiere al producto en botella de vidrio y el 27% adicional lo prefiere en botella plástica.
- d) El sabor predominante para la bebida es dulce con el 54%, pero el 23% lo prefiere con sabor a la fruta, es decir, natural.
- e) El precio que las personas encuestadas según la muestra están dispuestas a pagar por un litro del producto es USD 1.50 predominantemente con el 49% y el 27% pagará USD 2 por litro.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

- f) Con la presente investigación se demostró la factibilidad y rentabilidad del proyecto, dando un VAN de USD 1.449.000, TIR: 38.5% y RBC del 1.79 para una inversión inicial de 1.835.000 dólares.
  
- g) La realización de este proyecto cumplirá con los lineamientos del buen vivir formulados por el estado ecuatoriano en cuanto a la generación de empleo, mejoramiento de la calidad de vida en lugares distantes a los polos de desarrollo y también al rescate de nuestras raíces y tradiciones como el borojó y el arasha, el consumo aproximado por año de borojó será de 140 Toneladas. Si tomamos en cuenta que cada 10 toneladas generan una utilidad para el productor de aproximadamente USD 3500, se está inyectando a la economía rural al año USD 49.000 sin tomar en cuenta transporte y otros mecanismo de subempleo.

### 4.3 Recomendaciones

- a) Como complemento a esta investigación es necesario pensar en expandir la comercialización del producto al resto del país y lógicamente hacer el estudio de mercado para el resto del país, considerando la factibilidad de la ubicación de las plantas y los lugares de cultivo y el período del mismo.
- b) Pensando en el numeral anterior es necesario ubicar una segunda planta y ubicarlo en un lugar donde la disponibilidad de la fruta sea la necesaria para garantizar el abastecimiento de la misma y la temporalidad de cosecha.
- c) Esta investigación estuvo enfocado en el estudio de mercado, la factibilidad y rentabilidad, sin embargo habría que poner énfasis en los componentes químicos del producto, ya que por el sin número de publicaciones y las tradiciones ancestrales ecuatorianas, colombianas y de Centro América se lo conoce al borjón con el revitalizante natural, sin embargo es necesario hacer un estudio químico que demuestre las bondades en el producto como tal.
- d) Otro factor importante para profundizar la investigación sería poder enfocarse a otro segmento de la población distinto a las personas con educación secundaria y superior y a otro target de edad distinta a las personas comprendidas entre 14 y 44 años. Ya que el producto puede utilizarse para desayunos infantiles y para personas

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

de la tercera edad y puede tener aceptación también con otro nivel de ingreso, para lo cual tal vez necesite variar los conceptos de presentación y valor del producto.

- e) Al ser un nicho no explotado dependiente de los resultados locales puede pensarse en internacionalizar el producto a otros países de la región.

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

## **Bibliografía**

2013, B. (1 de 12 de 2013). *WEB BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de WEB BANCO CENTRAL DEL ECUADOR:

[http://www.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=desempleo](http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo)

AAKER, D. (1989). *Investigación de mercados*. México: Mcgraw-Hill.

Andino, P. (2012). *DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRERA*. Quito: UISEK.

Andino, P. (2012). *Guía para elaborar citas y referencias bibliográficas*. Quito: UISEK.

Banco Central del Ecuador. (2012). *Informe Primer Trimestre 2012*. Quito: BCE.

Beyond, H. (2010). Obtenido de <http://www.costaricannoni.com/Otro/Frutas-Exoticas/Borojo>

Boletín Informativo de la Asociación Toxicológica. (2005). *Las bebidas energizantes*.

Buenos Aires: Asociación Toxicológica .

CEEI Ciudad Real. (2010). *GÚIA DE APOYO AL EMPRENDEDOR - “CÓMO REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO”*. España: CEEI.

Departamento de Estudios Económicos de la CIUDAD DE MONTEVIDEO. (2009).

*Bebidas, ultima versión*. Montevideo: IPSA.

DÍEZ DE CASTRO, E., & LANDA, J. (1994). *Investigación en Marketing*. Madrid:

Civitas.

*E-encuesta*. (2013). Obtenido de <http://www.e-encuesta.com/answer?testId=a/2WIsH0VIs=>

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

FAO, .. (01 de 01 de 2003). *fao.org*. Obtenido de [www.fao.org/ag/agn/.../Ecuador/Importancereport.doc](http://www.fao.org/ag/agn/.../Ecuador/Importancereport.doc)

GRANDE ESTEBAN, I., & ABASCAL, E. (1994). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC.

Gualle, E. (2010). *Estudio de Mercado sobre Bebidas*. Quito: EPN.

Herdandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

HOY, E. (2013). Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/azucar-precio-contendencia-al-alza-454214.html>

Kotler, P., & G, A. (2001). *Marketing*. México: Pearson.

MARTÍN ARMARIO, E. (1993). *Marketing*. Barcelona: Ariel.

Ministerio de Salud Pública de México. (2008). *Estudio sobre Bebidas*. México: Ministerio de Salud Pública de México.

SAINZ DE VICUÑA, J. (2001). *El Plan de Marketing en la Práctica*. Madrid: Esic.

SANTESMASES, M. (1997). *Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid: Piramide.

Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: Semplades.

TIEMPO, E. (2013). *EL TIEMPO*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-322082>

“Investigación de las necesidades del consumidor de productos sustitutos a energizantes en base a frutas exóticas ecuatorianas en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2013”

Toeffler, I. (2002). *Diccionario de Mercadotecnia*. Mexico: CECSA.

W Chan, K., & Mauborgne, R. (2009). *Estrategia del Oceano Azul*. EE.UU.: Grupo Norma.

# **ANEXOS**