



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN DE LA
BEBIDA “JUGO MOLECULAR” UBICADO EN LA PARROQUIA TARQUI,
DEL CANTON GUAYAQUIL**

TUTOR:

Ing. Rommel Sacoto Ferrer, Mgs.

AUTORES:

Dixon Andrés Castro Suárez

Yuliana Narcisa Ellis Carreño

GUAYAQUIL – GUAYAS – ECUADOR

2021

Certificado de Tutor

Ing. Rommel Sacoto Ferrer Mgs., en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados **Tnlogo. Dixon Andrés Castro Suarez y Tnloga. Yuliana Narcisa Ellis Carreño**, son autores de la Tesis de Grado titulada: **“Proyecto de prefactibilidad para la producción de la bebida “Jugo Molecular”** ubicado en la parroquia Tarqui, del cantón Guayaquil”, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Ing. Rommel Sacoto Ferrer, Mgs

Tutor del trabajo de Titulación

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación “**Proyecto de prefactibilidad para la producción de la bebida “Jugo Molecular”** ubicado en la parroquia Tarqui, del cantón Guayaquil”, presentado por los egresados Dixon Andrés Castro Suarez y Yuliana Narcisa Ellis Carreño, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Mercedes Intriago Cedeño, Mgs.

Coordinadora de la carrera

Ing. Rommel Sacoto Ferrer, Mgs

Tutor trabajo investigación

Msc. Julissa Mera Cambi

Miembro del tribunal

Msc. Marcelo Mendoza Vinces

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Tnlogo. Dixon Andrés Castro Suarez y Tnloga. Yuliana Narcisa Ellis Carreño, autores de este trabajo de titulación denominado **“Proyecto de prefactibilidad para la producción de la bebida “Jugo Molecular” ubicado en la parroquia Tarqui, del cantón Guayaquil”**, declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Tnlogo. Dixon Andrés Castro Suárez
**Egresado de la carrera de
Gestión empresarial**

Tnloga. Yuliana Narcisa Ellis Carreño
**Egresada de la carrera de
Gestión empresarial**

Agradecimiento

Agradezco a mi familia y a las personas que han estado a mi lado en todo este proceso tanto de crecimiento académico, como personal. Las cuales me han sabido brindar consejos por sus experiencias vividas, que me sirvieron de guía para llegar hasta este punto, este logro, esta meta. Personalmente he subido un escalón más de todas las metas que deseo cumplir y no hubiese sido posible, sin el afecto, apoyo y guía de estas personas.

Dixon Andrés Castro Suárez

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por haberme permitido llegar a esta etapa de mi vida, ya que sin él no hubiera podido alcanzar mis sueños con esfuerzo y dedicación, no fue una etapa fácil pero tampoco fue imposible y me alegra estar donde estoy ahora.

Agradezco a los seres maravillosos que me han acompañado y siempre me apoyaron, mis padres y hermanos, a quienes amo, valoro y respeto mucho por su trabajo y esfuerzo que supieron demostrarme y proporcionarme hasta ahora.

También quiero agradecer de manera especial a mi enamorado, por su apoyo que me supo dar en todo este trayecto estudiantil.

Gracias a nuestros docentes quienes tuvieron la paciencia y dedicación de enseñarnos y formarnos profesionalmente.

Yuliana Narcisa Ellis Carreño

Dedicatoria

Dedico este trabajo a todas las personas que estuvieron conmigo en este proceso de crecimiento tanto intelectual, como personal. Puedo decir que ha sido difícil, que me ha costado cada segundo, cada minuto, cada momento, no sé cuántas veces estuve al borde de tirar la toalla, pero siempre existió esa persona que me daba fuerza de seguir luchando. Hoy con orgullo les puedo decir lo logré, pero no ha terminado, quiero alcanzar muchos más logros personales, historias de éxito. Quizás no sea esa persona que cuenta sus problemas, y que siempre trata de solucionar sus cosas solo, a pesar de estarse ahogando prefiere nadar hasta cansarse, pero de algo estoy seguro, aunque muy pocas veces lo diga los quiero a mi lado todo el tiempo, porque son mi pilar, mi fuerza y quiero que estén orgullosos todos los días de la persona que se formado con el tiempo y de la persona que llegue hacer en el futuro.

Dixon Andrés Castro Suárez

Dedicatoria

Dedico este proyecto y logro a Dios como primer lugar, ya que fue quien me aportó sabiduría, paciencia y fortalezas en mi etapa estudiantil.

A toda mi familia quienes me aconsejaban, animaban y apoyaban para cumplir mis metas, siempre pendientes de mí, con mucho amor y afecto les dedico esta meta porque fueron ustedes mi sustento y ayuda.

Yuliana Narcisa Ellis Carreño

Tabla de contenido

Contenido	Páginas
Certificado de Tutor	ii
Certificado del tribunal	iii
Declaración de autoría	iv
Agradecimiento.....	v
Agradecimiento.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Dedicatoria.....	viii
Tabla de contenido.....	ix
Resumen.....	xvii
Abstract.....	xviii
Introducción	2
Capítulo I.....	3
1.Problematización.....	3
1.1.Tema.....	3
1.2.Antecedentes generales	3
1.3.Formulación de problema	6
1.4.Planteamiento del problema.....	6
1.5.Preguntas de investigación.....	9
1.6.Delimitación del problema.....	10
1.7.Justificación.....	10
1.8.Objetivos.....	14

Conclusión.....	15
Capítulo II	16
2.Contextualización.....	16
2.1.Marco teórico.....	16
2.2.Marco conceptual.....	33
2.3.Variables.....	37
Conclusión.....	41
Capítulo III.....	41
3.Marco Metodológico.....	41
3.1.Plan de investigación.....	41
3.2.Tipos de Investigación	42
3.3.Fuentes de la investigación.....	42
3.4.Población.....	45
3.5.Tamaño de la muestra	48
Conclusión.....	50
Capítulo IV.....	50
4.Formulación del proyecto	50
4.1.Análisis e interpretación de los resultados	50
4.2.Estudio de Mercado.....	75
4.3.Estudio Técnico.....	109
4.4.Estudio Administrativo	132
4.5.Estudio Legal.....	152
Conclusiones	159

Recomendaciones.....	160
Capítulo V.....	161
5.Propuesta.....	161
5.1.Título de la propuesta.....	161
5.2.Autores de la propuesta.....	161
5.3.Emresas auspiciantes.....	161
5.4.Área que cubre la propuesta.....	161
5.5.Fecha de presentación.....	161
5.6.Fecha de terminación.....	161
5.7.Duración del proyecto.....	162
5.8.Participantes del proyecto.....	162
5.9.Objetivo general de la propuesta.....	162
5.10.Objetivos específicos.....	162
5.11.Beneficiarios directos.....	162
5.12.Beneficiarios indirectos.....	162
5.13.Impacto de la propuesta.....	163
5.14.Descripción de la propuesta.....	163
Referencias.....	185

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Ejecución por categoría</i>	39
Tabla 2 <i>Ejecución por variable</i>	40
Tabla 3 <i>Población Parroquias Urbanas de Guayaquil</i>	47
Tabla 4 <i>Nivel de confianza</i>	49
Tabla 5 <i>Conocimiento de jugo molecular</i>	52
Tabla 6 <i>Ha probado bebida molecular</i>	53
Tabla 7 <i>Que tipo de bebida suele consumir</i>	54
Tabla 8 <i>Cambiarías jugos procesador jugos naturales</i>	55
Tabla 9 <i>Motivos que los lleva a consumir bebidas</i>	56
Tabla 10 <i>En que horario del día prefiere una bebida</i>	57
Tabla 11 <i>Que sabor en bebidas naturales prefiere</i>	58
Tabla 12 <i>Compra usted las bebidas que consume o las prepara en casa</i>	59
Tabla 13 <i>Con qué frecuencia consume jugos en la calle</i>	61
Tabla 14 <i>En qué lugares suele comprar bebidas</i>	62
Tabla 15 <i>En qué envase prefiere la presentación de una bebida</i>	64
Tabla 16 <i>Qué tan importante es para ti comprar una bebida con envase biodegradable</i>	65
Tabla 17 <i>Qué sabores de bebidas usted combinaría</i>	66
Tabla 18 <i>Probaría una nueva combinación de bebida</i>	67
Tabla 19 <i>Cuál cree usted que es un precio recomendable según el tamaño para entrar al mercado</i>	69
Tabla 20 <i>Qué tamaño le gustaría la bebida</i>	70

Tabla 21 <i>Bebida en el mercado</i>	80
Tabla 22 <i>Jugo de sabores</i>	81
Tabla 23 <i>Bebida naturales en el mercado</i>	83
Tabla 24 <i>Variedad de bebidas</i>	89
Tabla 25 <i>Componentes y valores nutricionales jugo molecular</i>	93
Tabla 26 <i>Tamaño de bebida</i>	94
Tabla 27 <i>Bebidas sustitutas</i>	96
Tabla 28 <i>Proyección de costos por mano de obra directa</i>	98
Tabla 29 <i>Costo unitario de producto en materia prima jugo molecular de maracuyá</i> ...	99
Tabla 30 <i>Costo unitario de producto en materia prima jugo molecular de naranja</i>	100
Tabla 31 <i>Proyección de gastos</i>	101
Tabla 32 <i>Estrategias de comunicación para dar a conocer el producto</i>	105
Tabla 33 <i>Localización</i>	110
Tabla 34 <i>Localización factores objetivos</i>	111
Tabla 35 <i>Localización (acceso y viabilidad)</i>	111
Tabla 36 <i>Mejor localización escogida</i>	112
Tabla 37 <i>Viabilidad de localizaciones según método brown</i>	113
Tabla 38 <i>Tecnología del proceso productivo</i>	116
Tabla 39 <i>Operaciones individuales para la elaboración del producto</i>	118
Tabla 40 <i>Elementos para la producción</i>	126
Tabla 41 <i>Flujo de procesos</i>	128
Tabla 42 <i>Especies de compañía</i>	153
Tabla 43 <i>Datos del emprendimiento</i>	163

Tabla 44 <i>Producción de unidades de ventas</i>	164
Tabla 45 <i>Proyección de ingresos estimados</i>	165
Tabla 46 <i>Jugo molecular sabor maracuyá, con partículas de frutilla</i>	166
Tabla 47 <i>Jugo molecular sabor naranja, con partículas de frutilla</i>	167
Tabla 48 <i>Sueldos y salarios colaboradores</i>	168
Tabla 49 <i>Gastos mensuales por mano de obra directa e indirecta</i>	168
Tabla 50 <i>Gastos varios del proyecto</i>	169
Tabla 51 <i>Proyección de activos fijos</i>	170
Tabla 52 <i>Proyección de activos nominales</i>	170
Tabla 53 <i>Proyección de depreciación de activos fijos</i>	171
Tabla 54 <i>Proyección de depreciación de activos fijos</i>	171
Tabla 55 <i>Proyección de amortización del financiamiento</i>	172
Tabla 56 <i>Estado de resultados Jugo Molecular</i>	175
Tabla 57 <i>Flujo de fondos proyectados</i>	178
Tabla 58 <i>Flujo de fondos Proyectados</i>	180
Tabla 59 <i>Indicador financiero</i>	180
Tabla 60 <i>Ratios financieras del proyecto Jugo Molecular</i>	182

Lista de Figuras

<i>Figura 1:</i> Marketing mix.	20
<i>Figura 4:</i> Conocimiento de jugo molecular.....	52
<i>Figura 5:</i> Ha probado una bebida molecular.....	53
<i>Figura 6:</i> Qué tipo de bebidas suele consumir.	54
<i>Figura 7:</i> Cambiarías las bebidas procesadas por jugos naturales.	55
<i>Figura 8:</i> Motivos que los lleva a consumir bebidas.....	56
<i>Figura 9:</i> En que horario del día prefiere una bebida.....	57
<i>Figura 10:</i> Que sabor en bebidas naturales prefiere.....	59
<i>Figura 11:</i> Compra usted las bebidas que consume o las prepara en casa.	60
<i>Figura 12:</i> Con qué frecuencia consume jugos en la calle.....	61
<i>Figura 13:</i> En qué lugares suele comprar bebidas.....	63
<i>Figura 14:</i> En qué envase prefiere la presentación de una bebida.	64
<i>Figura 15:</i> Qué tan importante es para ti comprar una bebida con envase biodegradable.....	65
<i>Figura 16:</i> Qué sabores de bebidas usted combinaría.....	67
<i>Figura 17:</i> Probaría una nueva combinación de bebida.....	68
<i>Figura 18:</i> Cuál cree usted que es un precio recomendable según el tamaño para entrar al mercado.....	69
<i>Figura 19:</i> Qué tamaño le gustaría la bebida.....	70
<i>Figura 20:</i> distribución de bebida.....	103
<i>Figura 22:</i> Localización de distribución bebida jugo molecular.....	115
<i>Figura 23:</i> Tasa de desempleo en el Ecuador – diciembre 2019.....	136

<i>Figura 24:</i> Organigrama	141
<i>Figura 25:</i> Diagrama de flujo elección de proveedores.....	141
<i>Figura 26:</i> Proceso de abastecimiento.....	143
<i>Figura 27:</i> Diagrama de flujo/ proceso de producción bebida jugo molecular sabor a maracuyá.....	145
<i>Figura 28:</i> Diagrama de flujo/ proceso de bebida jugo molecular sabor a naranja.....	146
<i>Figura 29:</i> Diagrama de flujo / trámite para apertura de negocio.	155
<i>Figura 30:</i> Utilidad/perdida del ejercicio anual.....	177

Resumen

El presente trabajo de investigación se refiere a la propuesta del estudio de prefactibilidad para la producción de la bebida Jugo Molecular situada en la parroquia Tarqui, cantón Guayaquil, provincia del Guayas, con el objetivo de conocer la factibilidad del proyecto, viabilidad financiera, desarrollo de mercados y comercialización del producto. La metodología que se utilizó para el proyecto de prefactibilidad fue el muestreo probabilístico, la población que se tomó como referencia fue 7,646 restaurantes ubicados en la parroquia Tarqui, un trabajo investigativo que tomó fuentes primarias y secundarias, la técnica empleada para la recolección de datos necesarios para el proyecto fue la encuesta a los habitantes, y entrevistas a dueños de restaurantes para conocer la influencia, preferencias y gustos de los comensales que acuden a los establecimientos. El estudio financiero permitió conocer la viabilidad del proyecto mostró resultados positivos, el VAN es mayor a cero, un TIR, con un valor de 16.11% lo que representa que la propuesta del proyecto es rentable. El periodo de recuperación de la inversión es de cuatro años con cuatro meses la cual indica la factibilidad y viabilidad financiera para el desarrollo, beneficios y crecimiento del presente proyecto.

Palabras claves: Producción, Comercialización, Jugo Molecular, Viabilidad Financiera, Viabilidad del proyecto.

Abstract

This research work refers to the proposal of the pre-feasibility study for the production of the Molecular Juice drink located in the Tarqui parish, Guayaquil canton, Guayas province, with the aim of knowing the feasibility of the project, financial viability, development of markets and product marketing. The methodology used for the pre-feasibility project was probabilistic sampling, the population that was taken as a reference was 7,646 restaurants located in the Tarqui parish, an investigative work that took primary and secondary sources, the technique used to collect the necessary data For the project it was the survey of the inhabitants, and interviews with restaurant owners to know the influx, preferences and tastes of the diners who come to the establishments. The financial study allowed to know the viability of the project showed positive results, the NPV is greater than zero, an IRR, with a value of 16.11%, which represents that the project proposal is profitable. The investment recovery period is four years and four months, which indicates the feasibility and financial viability for the development, benefits and growth of this project.

Keywords: Production, Marketing, Molecular Juice, Financial Viability, project viability.

Introducción

En el presente trabajo de investigación se desea presentar la propuesta de prefactibilidad para la elaboración y comercialización de la bebida jugo molecular ubicado en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil, con el fin de analizar y conocer la viabilidad del mismo, para lograrlo se utilizarán estrategias, herramientas y todo lo que permita cumplir con los objetivos, dentro de estas herramientas empresariales y administrativas se utilizará como es el análisis financiero, estudio del mercado a relacionarse, análisis de la demanda y todos lo que engloba la importancia de elaborar y producir la bebida jugo molecular.

Dentro del primer capítulo se especifica antecedentes, parte de la problemática, objetivos generales y específicos, preguntas de investigación, logrando en este espacio entender de manera clara acerca del tema a desarrollar durante los siguientes capítulos, además de que se justifica el porqué de la problemática y porque la solución a escoger.

En el capítulo dos, se relata en teoría cada herramienta y estrategias que se deben utilizar o que serán necesarios para el desarrollo del presente proyecto, cabe indicar que para este capítulo se necesita ayuda de referencias, fuentes, definición y conceptos de autores expertos en cada tema a tratar, la cual es de gran aporte en la investigación ya que desde cada teoría se despejan dudas y se obtiene mayor conocimiento, de esta forma poder presentar un buen trabajo.

En el capítulo tres, se encuentran técnicas, metodologías e instrumentos importante que serán usadas para el planteamiento y búsqueda de información, esto aportará más a conocer acerca de la población, localización, tamaño de muestra dando la posibilidad de crear y poner en marcha el negocio una vez obtenido los resultados.

Lo que corresponde al capítulo cuatro se encuentra detalladamente el análisis e interpretación de resultados utilizando las herramientas encuesta y entrevista hechas a personas del sector parroquia Tarqui del cantón Guayaquil con el fin de recolectar las mejores alternativas acerca del producto a elaborar, esto quiere decir que se va a elaborar la bebida de acuerdo a los resultados de estas dos herramientas, también dentro de este capítulo se abarca el estudio de mercado, permitiendo conocer cuál es la oferta, la demanda del producto, el estudio técnico donde se identifica la localidad resaltable del proyecto, se describen las maquinarias, equipos e implementos que serán usado para el proceso de elaboración del producto y así mismo su distribución, en el estudio administrativo se obtendrá la estructura apropiada.

El último capítulo, está basado en la parte financiera del proyecto y cada propuesta de la investigación, esto incluye el tiempo de duración, metas, objetivos, la importancia del proyecto ya que se identificará la viabilidad del mismo, se realizará el análisis general con cada uno de estos indicadores dentro del balance general y estado financiero del producto jugo molecular.

Capítulo I

1. Problematicación

1.1. Tema

Proyecto de pre factibilidad para la producción de la bebida “Jugo Molecular” ubicado en la parroquia Tarqui, cantón Guayaquil.

1.2. Antecedentes generales

La historia de los cocteles inicia desde el siglo XVI , el lugar donde inicia el consumo es en Estados Unidos en el tiempo de la conocida ley seca, cuando fue prohibida la producción del alcohol y el consumo de bebida o jugos ilegales, por esta razón los camareros quienes eran barman en lugares donde servían esta variedad de bebidas, comenzaron a usar mezclas de alcohol con jugos y otras bebidas para ofrecer al consumidor un producto nuevo; y, así poder seguir produciendo en sus negocios, luego el coctel perdió su fama en los EEUU dando apertura en todos los países del mundo. (Muñoz, 2010, pág. 42)

Desde hace años atrás se preparan bebidas combinadas con varios sabores, estas bebidas están compuestas de licor, azúcar, agua y bitters (bebida alcohólica aromatizada con esencia de hierbas), eran consumidas comúnmente en bares, un lugar abierto al público donde se sirven bebidas en su mayoría con alto grado de alcohol, también estas bebidas son comunes en reuniones o eventos de celebración con el fin de brindar o disfrutar de su consumo.

Los cocteles están clasificados en tres tipos: aperitivos, tragos, bebidas refrescante y digestivos llamados pousse, comúnmente estas bebidas se las mezcla con otras similares y llevan el nombre de mixología.

La mixología se la conoce como el arte y estudio en mezclar variedad de sabores bebidas, es el deseo de experimentar y aprender todo acerca de la base de un coctel, de dónde vienen, cómo elaborarlos, sus sabores, textura, colores, densidades, aroma, la idea de crear una excelente mixología es de emplear bebidas de calidad, con frutas frescas, hierbas mezcladas en el momento de su consumo, los sabores que han sido más utilizados en estas bebidas son cuba libre y piña colada, combinados con otros tipos de esencias, garantizando a los consumidores un sabor exquisito. (Lara, 2014, pág. 2)

El término acuñado por el científico francés (This, 2002) mencionó: “Las bases de la mixología molecular están en la gastronomía molecular, que es la mezcla de la ciencia con diferentes tipos de bebidas o jugos de frutas” (pág. 31).

En el ambiente de coctelería siempre ha existido un toque de ciencia, ya que la densidad de líquidos es muy usada, siendo desde tiempo atrás los licores o aguardientes con mayor grado alcohol, por otra parte, la mixología molecular se encarga de agregar ingredientes que pueden ser innovadores para el ambiente gastronómico dándole un toque único y personalizado con la finalidad de ofrecerle al consumidor una experiencia nueva de sabores.

Las bases de la coctelería molecular están en la gastronomía molecular, distintos ingredientes para obtener resultados igual de nutritivos y naturales que los clásicos, hay una técnica llamada cocteles gelificados, esta consiste en esculpir las bebidas en sabores perlas, es una de las técnicas de la mixología más vistas, de acuerdo a la naturaleza y las concentraciones del agente gelificante que se utiliza, a pesar de la amplia gama de posibles texturas.

En la actualidad, dentro del mercado los productos similares al jugo molecular son pocos, pero también es cierto que la coctelería con mezclas alcohólicas ya no son las únicas con este tipo de combinación, por lo que la mixología se ha convertido en el arte de mezclar bebidas en base a una especialización previa.

Para el presente proyecto se desea elaborar una bebida utilizando frutas y moléculas comestibles en la mixología, aprovechando la innovación de la coctelería sin alcohol, ahora elaborada en jugo como una iniciativa a las personas que desean disfrutar algo novedoso, rico y saludable, ya que por salud, religión o cuidado personal no consumen alcohol, esto garantiza que los más pequeños pueden consumirlas. Los cocteles sin alcohol son llamados mocktails o en la lengua inglesa son conocidos como Virgin Drinks, van desde preparaciones sin alcohol a mezclas reemplazadas con refrescos o jugos de frutas.

Tal como lo manifestó (Carbajal, 2013) que:

Los resultados del estudio de los efectos del zumo de fruta en la salud a comparación de las bebidas azucaradas aumentan el riesgo de diabetes, mientras que el consumo de fruta o de zumos no da este resultado. A esto, se suma los resultados de otros estudios donde se asegura que las bebidas azucaradas pueden aumentar el riesgo de cardiopatías coronarias y accidentes cerebrovasculares a diferencia de la fruta que beneficia al organismo protegiendo así ambas enfermedades. De hecho, estos ensayos apuntan que la fruta y el zumo de fruta pueden tener efectos positivos sobre una variedad de factores de riesgo para las enfermedades coronarias y la diabetes, incluidos el peso corporal, el control glucémico, los lípidos en sangre y la presión arterial.

La Fundación Española de Nutrición, según Rodríguez, et al., 2015 indicó que el valor calórico de los zumos envasados varía entre 40 y 60 kcal por 100 g, a excepción del zumo de limón que aporta alrededor de ocho kcal y del zumo de hortalizas (tomate y zanahoria) cuyo valor calórico también se encuentra por debajo de la media.

En cuanto a los macronutrientes, el zumo se destaca por lo que contiene en hidratos de carbono simples, con un bajo contenido de proteínas y grasas. En salud y nutrición, el zumo de fruta es destacada por su aporte en agua, vitaminas hidrosolubles y minerales. Por otro lado, Dentro de su trabajo de investigación (Aguirre & Sánchez, 2011) mencionaron lo siguiente: “Son muchas las propiedades de las frutas tropicales, son la mejor opción para refrescar, nutrir y darle a nuestro organismo salud y vida”

1.3. Formulación de problema

¿Sería factible la elaboración de un proyecto de prefactibilidad en la producción de la bebida “Jugo Molecular”, ubicado en la urbanización, parroquia Tarqui, cantón Guayaquil, provincia del Guayas en el periodo 2020?

1.4. Planteamiento del problema

El mundo ha desarrollado y experimentado nuevas ideas innovadoras y de captación ante las personas, los alimentos y bebidas forman parte de la adaptación a las nuevas tendencias del mundo actual, cabe mencionar que en medio de diversos avances dentro de la cadena de alimentación se hace énfasis en una de las bebidas que ha evolucionado en muchas partes del mundo, conocidas como bebidas moleculares.

Luego de la innovación de estas moléculas con la gastronomía, surgieron los nuevos productos combinados con bebidas naturales y alcohólicas, también conocidos como mixología o coctelería. Explica que la mixología molecular es una aplicación práctica de los descubrimientos de la gastronomía molecular y esto es ámbito común en bares.

Las bebidas moleculares son relacionadas comúnmente en bebidas como coctelería en sus variedades de sabores, por lo que suelen ser consumidas en reuniones o eventos especiales donde resaltan entre el resto de alimentos por su presentación, es decir que estas bebidas dan un plus a lo cotidiano, permitiendo salir de lo normal a algo nuevo, estos tipos de bebidas son pocos comercializadas como jugos o bebidas refrescantes, hay falta de conocimientos en cómo es su preparación y costos, no hay mucho interés de las personas en involucrarse en adquirir esta tendencia ya existente pero poco conocida a la vez, y en los lugares donde se comercializa este producto no dan plena confianza de consumo al cliente ya que desconocen de su preparación y efectos que pudiera efectuar.

Existe una creciente demanda sobre los consumos de alcohol en la sociedad, en especial se puede evidenciar esta situación en la adolescencia y juventud, que va aumentando, tanto en número de bebidas adquiridas, como el grado de alcohol, provocando daños de salud, conflictos personales, familiares y hasta la con misma sociedad.

El ser humano consume cantidad y calidad de energía de unos cincuenta nutrientes que se encuentran almacenados en los alimentos. Gracias a las diversas adaptaciones que se desarrollan a lo largo de su evolución, se puede consumir una amplia gama de productos o alimentos para obtener la energía y los nutrientes necesarios.

El maracuyá aparte de ser una fruta tropical preferida en los días de calor, es muy beneficiosa para la salud, de esta fruta se usan sus semillas y su pulpa y es ideal para la elaboración de zumos, batidos, y entre otros tipos de productos alimenticios, tiene variedad de propiedades como son vitamina A y vitamina C, potasio, fosforo y magnesio. Contiene una alta cantidad de fibra que mejora el tránsito intestinal y reduce el riesgo de padecer enfermedades gastrointestinales.

Hay personas que por gustos, creencias o salud no pueden consumir bebidas que sean o contengan alcohol o simplemente desean degustar una bebida refrescante en el día, que esté disponible en un lugar accesible o diferente a bares, eventos especiales o restaurantes de elegancia donde el coctel está en continua venta para su consumo, recalando que la mayor parte de estos productos contienen cierto grado de alcohol, servidos en copas especiales.

El presente proyecto desea dar solución a las problemáticas ya mencionadas, centrándonos en un sector específico en el cantón Guayaquil provincia del Guayas “Parroquia Tarqui” donde se evidencia un lugar transitado, disponible para la comercialización del producto jugo molecular, se hará uso de algunas medidas eficaces en la elaboración y distribución de bebidas exóticas con cero contenidos de alcohol.

El número de personas en el consumo de productos naturales y entre otros relacionados, evidencian la tendencia del nuevo mercado hacia elementos que resultan beneficiosos para la salud, algo del cual las personas buscan cuidar por medio de productos naturales y con aportes nutritivos, para lo cual hemos pensado en desarrollar estrategias que logren incentivar el consumo de bebidas sin alcohol como es el producto de Jugos moleculares, un jugo natural a base de frutas naturales como son la maracuyá, frutilla y naranja estas serán mezcladas con partículas de moléculas del sabor de la fruta, con cero grados de alcohol.

Además de ser refrescante, incluyen ingredientes muy novedosos y ultra delicioso, por tal motivo el proyecto pretende resolver la necesidad y problemáticas añadiendo al mercado un producto saludable que no afecta su salud y estilo de vida.

El propósito es determinar la pre factibilidad económica de elaborar y comercializar Jugos Moleculares, producto con propiedades nutritivas que podrá ser consumida por diferentes rangos de edades, adolescente, jóvenes o adultos sin restricción alguna.

1.5. Preguntas de investigación

¿Cómo se fundamenta la teoría administrativa de los estudios de pre factibilidad que determinen la viabilidad económica de la producción de un producto de consumo humano?

¿Cuál es la metodología y técnicas de investigación que se va a utilizar para el trabajo?

¿Cómo establecer el estudio financiero del producto?

¿Cuánto costaría determinar la pre factibilidad de la inversión?

1.6. Delimitación del problema

Campo: Administrativo

Área: Producción

Aspectos: Proyecto de pre factibilidad, producción de bebidas

Tema: Proyecto de prefactibilidad para la producción de la bebida “Jugo Molecular” ubicado en la parroquia Tarqui

Espacio: Cantón Guayaquil, provincia del Guayas

Tiempo: 2021

Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.7. Justificación

En la actualidad se evidencia el mercado de Ecuador en relación con las bebidas, un espacio muy saturado de hidratantes a base de químicos, el sector con mayor aporte a la economía nacional, y el que tiene más dinámica en el país tanto en la producción como en la generación de fuentes de empleo son las industrias de bebidas de todo tipo.

Dentro del proyecto de (Valverde, 2018) se mencionó que:

La ANFAB registra a jugos y aguas como los productos de mayor expansión en el mercado nacional, siempre se encuentran en constante proceso de innovación a fin de cumplir con las técnicas adecuadas que garanticen los procesamientos inocuos que respondan a la generación de bebidas nutricionales para el país. (pág. 14)

Al igual que los jugos y bebidas envasados, también existen otros tipos de bebidas comunes o vistas dentro del mercado, tenemos como ejemplo de esto los cocteles, por lo general estas bebidas en su mayoría conllevan algún porcentaje de alcohol y por costumbre o tradición son consumidos solo en lugares restringidos como bares, reuniones o eventos especiales.

Son muy pocos los lugares donde se puede encontrar algún tipo de jugo mezclado con alguna sustancia química como es el caso de las moléculas comestibles, por otra parte, la gran demanda del consumo excesivo de jugos cítricos y alcohol a nivel mundial es muy alto y afecta la salud desde los niños hasta el adulto mayor.

El cuidado de la salud juega un papel sumamente importante para el ser humano por ende buscan productos saludables y con aportes nutritivos ya que el mercado de alimentos y bebidas, a nivel mundial, se ha considerado por una tendencia hacia el consumo de productos saludables, de agradable sabor y aroma, uno de los ingredientes principales del jugo constituye la concentración de frutas y para darle la parte novedosa es necesario la combinación de otros ingredientes ya sea para mejorar su sabor o presentación, una de las formas de mezclar cualquier tipo de bebida son las moléculas comestible, estas moléculas pueden ser consumidas sin problema alguno, no afecta a la salud de las personas más bien son elaboradas con una gran variedad de proteínas y lípidos sustancias de gran beneficio para el ser humano.

En Ecuador estos tipos de jugos son escasos en la parte comercial, por lo general solo son vistos en presentaciones de cocteles como bebidas mezcladas con vino o alcohol.

La tendencia del consumo de jugos a base de frutas se ha incrementado en nuestro país dado a la alta temperatura que provoca degastes físicos y sequedad, por otro lado, podemos declarar según las investigaciones realizadas que las frutas son fuentes de vitaminas, antioxidantes entre otros compuestos que dan beneficio a la salud.

Una de las frutas en tomar a consideración es la maracuyá, el concentrado de maracuyá se destaca por su variedad de beneficios y propiedades es también conocida

como fruta de la pasión tiene un sabor ácido y dulce y a la vez es rica en hidratos de carbono y agua, se las combina y disfruta en jugos, batidos o combinados con yogurt, por otro parte la maracuyá tiene múltiples beneficios como es la provitamina A (que activa la vitamina A) además de ayudar a recuperar energías, es buena fuente de vitamina C y minerales como potasio, fosforo y magnesio. Fortaleciendo así el sistema inmunológico. Esta fruta se convierte en un alimento antioxidante que reduce el riesgo de enfermedades como las degenerativas, las cardiovasculares y algunos estudios indican que puede evitar una de las enfermedades más mortales como es el cáncer, por esta razón nace el motivo de producir y comercializar en el mercado una bebida natural, con alto porcentaje de vitaminas para el organismo.

La naranja es considerada en estos tiempos como una de las frutas con más contenido de vitaminas y beneficios para la buena salud del organismo, contribuye reforzar el sistema inmunológico y contribuye a estimular la producción de glóbulos blancos.

La frutilla que será utilizada como parte de innovación al elaborar las moléculas para la bebida, es una fruta con gran variedad de beneficios como rica en vitaminas y minerales la cual se hace indispensable para el ser humano.

Un producto natural realizado a base de moléculas de fruta mezclado con la fruta principal (maracuyá y naranja) obtendrá una buena aceptación al mercado, logrando la confiabilidad de las personas al momento que degusten del producto y así permita una vida completamente sana a quienes llegarían a consumirlo, la principal razón a elaborar este nuevo producto se basa en la satisfacción de las necesidades de consumidores que eligen lo natural y vitamínico.

Este producto “Jugo Molecular” contribuye a nuestra salud y al desarrollo de nuestro organismo, actualmente las personas llevan un ritmo de vida muy acelerado ya sea por el trabajo, los estudios o labores de casa, existe un gran porcentaje de personas que consumen muchas bebidas energéticas, colas y sobre todo jugos hecho a base de químicos, esto causa que hoy en día las personas estén sufriendo consecuencias perjudiciales por este mal hábito.

En la actualidad las bebidas naturales están cogiendo mucha fuerza, los consumidores no solo del sector parroquia Tarqui, sino a nivel nacional e internacional se están inclinando por bebidas hechas a base de frutas, por lo cual Jugo Molecular se presenta como primera opción de disfrutar de una bebida saludable realizada a base de frutas con características vitamínicas, una bebida que puede ser disfrutada por personas de cualquier edad.

Se han realizado campañas nacionales, así mismo como internacionales para animar a las personas consumir productos naturales, orgánicos y vitamínicos, la bebida jugo molecular se puede catalogar como el producto deseado, saludable y natural. Por otro lado, Ecuador es un país rico en producción de frutas consumidas por los mismos habitantes, lo cual hace de este producto sea accesible económicamente como apetecible para cualquier tipo de mercado.

En el gobierno del presidente Lenin Moreno se hizo un llamado a los jóvenes o personas emprendedoras, que presenten proyectos empresariales que impulsen a nuevos emprendimientos e innovaciones los cuales puedan aumentar el PIB del país, otorgándoles créditos directos e impulsarlos a desarrollar los mismos, es por eso que el producto Jugo Molecular se encuentra enfocado en estos métodos de ayuda para el

desarrollo del mismo, por otro lado en las políticas productivas actuales del país, ubicado en el segundo lugar de la tabla de los 14 sectores priorizados por el Ecuador.

El presente proyecto tiene como finalidad brindar un producto nuevo al mercado que no sea perjudicial a su salud más bien sean de aporte del mismo, para esto será importante realizar un estudio de pre factibilidad que determine la viabilidad financiera que otorgará poner en marcha el presente proyecto “Jugo Molecular”.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo general

Realizar un estudio de prefactibilidad para determinar la viabilidad financiera de la producción de la bebida “Jugo Molecular”, ubicado en el sector “Parroquia Tarqui”, cantón Guayaquil.

1.8.2. Objetivos específicos

- Verificar desde la teoría administrativa los estudios de pre factibilidad que determinen la viabilidad económica de la producción de un producto de consumo humano.
- Analizar las ventajas y desventajas de las diferentes técnicas y metodologías de recolección de datos para la implementación de los mismos en el proyecto.
- Establecer los estudios financieros adecuados al proyecto para detectar los recursos económicos necesarios para poder realizar el proyecto.
- Implantar el estudio financiero de la producción de la bebida Jugo Molecular, ubicada en la parroquia Tarqui para conocer las inversiones respectivas.

Conclusión

Dentro del primer capítulo se encuentran los temas de investigación e historias de todo lo referente a la mixología y coctelería como parte de la innovación primordial del producto a elaborar, así mismo se detalla con precisión cada uno de los beneficios de las frutas a utilizar como materia prima en la bebida jugo molecular, cada una de las propiedades e ingredientes del jugo, intervienen de forma positiva mas no perjudicial al mercado de bebidas naturales, también se evidencia la problemática relacionada al consumo de bebidas azucaradas, procesadas a base de químicos que perjudican la salud del ser humano, esto ha dado la oportunidad e idea de lanzar un nuevo producto que llame la atención de los consumidores ya sean jóvenes o adultos quienes desean lo saludable y natural, de esta forma disminuir parte de la escasez de bebidas naturales con este nuevo productos resaltado como innovador por las mezclas de moléculas que antes solo era común verlas en bebidas alcohólicas consumidas en lugares restringidos, por último en el capítulo uno se describen las variables, pregunta de investigación con su justificación correcta, objetivos generales y específicos de la presente investigación. La elaboración del proyecto es justificada en información abstraída de fuente confiables que permitieron el conocimiento amplio y claro dentro del desarrollo metodológico.

Capítulo II

2. Contextualización

2.1. Marco teórico

El presente proyecto tiene como objetivo analizar la viabilidad económica a la hora de producir una bebida hidratante y vitamínica como lo es Jugo Molecular, como principal propósito satisfacer las necesidades de los consumidores, para esto se debe realizar un estudio de prefactibilidad.

Por medio del presente proyecto a realizar se documentará la planificación desde el inicio hasta el final con el fin de alcanzar determinados resultados y objetivos, se realizará el proyecto de prefactibilidad para verificar las ventajas y desventajas del proyecto a presentar.

Proyecto de prefactibilidad

Operativamente, uno de los argumentos más sólidos que se pueden emplear como fundamento de esta justificación, son los resultados de un diagnóstico de la realidad donde se ubica la presente investigación y un estudio de pre factibilidad y factibilidad, estos son garantía de la utilidad, la efectividad y los alcances de un proyecto. (Cerda, 2000, pág. 32)

“En términos generales, se evalúa posibles inversiones, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto” (Santos, 2008, pág. 2). El nivel pre factibilidad donde se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

Producción

Afirmó (Montoyo & Marco, 2012) que: “Es la creación de un bien o servicio mediante la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la demanda del mercado” (pág. 4)

Estudio de mercado

El análisis y la interpretación de resultados se dará con la información recolectada, con la ayuda de herramientas y métodos de investigación que se utilizarán en el presente proyecto, tenemos los métodos cualitativos y cuantitativos. Ya que se recolectará datos por medio de encuestas, observación del comportamiento del mercado, conocer a los posibles clientes potenciales, definir a los consumidores.

FODA – DAFO

“Realizar diagnósticos en las organizaciones laborales es una condición para intervenir profesionalmente en la formulación e implantación de estrategias y su seguimiento para efectos de evaluación y control” (Allaire & Firsirotu, 1985, pág. 19).

(Ponce, 2007) señaló que: “La matriz FODA como instrumento viable para realizar análisis organizacional, en relación con los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de metas, es una alternativa que motivó a efectuar el análisis para su difusión y divulgación” (pág. 3).

(Ponce, 2007) relató que: “Es importante recalcar que dicha alternativa fue aplicada en un estudio de evaluación de la información generada en una institución de seguridad social perteneciente al gobierno federal de México en el 2004” (pág. 3).

Los resultados contribuyeron en forma significativa para la toma de decisiones en la selección de medios electrónicos e impresos; así como, en los contenidos de

información y en la necesidad de profesionalizar a los servidores públicos responsables de la función de comunicación social, para garantizar el impacto institucional esperado. Por último, lo especificó (Ponce, 2007) que: “Análisis FODA proviene del acrónimo en inglés SWOT, en español las siglas son FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)” (pág. 3).

Por medio del análisis FODA se podrá realizar la evaluación de cada factor en este caso se conocerá las fortalezas y debilidades de la situación interna de una organización, así mismo su análisis externo que son las oportunidades y amenazas. Será una herramienta que puede considerarse sencilla, pero permite obtener una perspectiva muy clara y general de la situación que enfrenta una organización.

Análisis PEST

El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad dentro del proyecto que permitirá comprender el crecimiento o declive dentro de un mercado, en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio.

Señaló (Benavides & Llunitaxi, 2009) que: “El análisis PEST es una herramienta de medición de negocios y está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad” (pág. 12).

El análisis PEST es una de las herramientas administrativas que trabaja con el propósito de analizar una situación y junto con el FODA es de provecho para estudiar las estrategias, enfoques y dirección de la propuesta de marketing o idea. Realizar el análisis PEST también es sencillo y conveniente para la disputa en un trabajo.

(Chapman, 2004) afirmó que: “Los factores analizados en PEST son esencialmente externos; es recomendable efectuar dicho análisis antes del análisis DOFA, el cual está basado en factores internos (Fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas)” (pág. 1).

Usando el PEST se analizará el mercado, mientras que con el FODA se medirá una línea de negocio, el PEST suele ser amplio a siete factores, unos de estos son ecológicos, legislativos e industria, convirtiéndose entonces en PESTELI. Muchas mencionan que es una herramienta innecesaria puesto que, si se hace correctamente, el PEST cubre en forma natural los factores adicionales (Legislativo entraría en Político, Industria en Economía y Ecológico disperso entre los cuatro), muchos recomiendan usarlo cuando sea necesario analizar otros tipos de factores. El DOFA mide la unidad de negocios y el PEST mide el potencial y la situación de un mercado, puntualizando esencialmente el crecimiento o declive.

Oferta y Demanda

(Burgos, Cortés, Martínez, & Navarro, 2019) manifestaron:

Que el modelo lineal estático de oferta y demanda es uno de los modelos fundamentales que se estudia en la asignatura de Microeconomía del Grado de Administración y Dirección de Empresas y en otras titulaciones afines. Los estudiantes de estas titulaciones cursan simultáneamente asignaturas de matemáticas y de estadística, donde se presentan herramientas determinísticas y estocásticas, respectivamente, que tienen gran aplicabilidad en los modelos que aparecen en economía. (pág. 111)

El trabajo que se presenta, proporciona un ejemplo sencillo para trabajar de forma multidisciplinar las tres asignaturas anteriormente citadas. Concretamente, se propone la aleatorización del modelo lineal de oferta y demanda, considerando que los

parámetros que aparecen en dicho modelo son variables aleatorias, en lugar de constantes deterministas. La motivación de esta “randomización” se basa en el hecho de que en la práctica dichos parámetros deben ajustarse a partir de muestras que contienen la incertidumbre asociada no solo a los errores del muestreo, sino también a la complejidad inherente al comportamiento de consumidor, que influye en la oferta del mercado.

Utilizando técnicas de transformación de variables aleatorias, en el trabajo se determina la función de densidad de probabilidad de la función de oferta y demanda. Además, dado su interés, obtenemos las distribuciones del precio y de la cantidad de equilibrio del mercado. Posteriormente, los resultados teóricos previamente establecidos son aplicados en un ejemplo numérico haciendo uso de datos obtenidos sintéticamente. Burgos et al. (2019)

El marketing Mix



Figura 1. Marketing mix.

Las cuatroPs del marketing (el marketing mix de la empresa), es considerada una herramienta muy esencial, útil y común para el buen desarrollo y organización de un negocio o empresa. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí.

(Espinosa, 2021) afirma:

Que el marketing mix se cataloga como un elemento básico del marketing, este enunciado fue creado por McCarthy en 1960, una herramienta donde encierra cuatro elementos importantes que son producto, precio, distribución y comunicación. También son conocidas como las 4Ps por su concepto en inglés (product, price, place y promotion). (pág. 1)

El producto es la variable por excelencia del marketing mix, ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto, el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás.

Dentro del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca o los servicios posventa. El director de marketing también debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, es su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos.

Precio

(García, Arias, & Bermeo, 2018) expusieron que: “El precio, es una variable del marketing mix que influye de forma muy significativa sobre la relación comercial, ya que para los consumidores es un aspecto fundamental a la hora de elegir entre varios productos” (pág. 56).

El precio es la variable del marketing mix, por la cual se verifican los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos, debemos estudiar ciertos aspectos como por ejemplo tenemos al consumidor, el mercado, los costes y la competencia, etc. Por última instancia es el consumidor quien opinará si hemos fijado correctamente el precio puesto que comparará el valor recibido del producto recibido frente al precio que ha desembolsado por él.

Establecer correctamente la estrategia de precios no será nada fácil, tal y como se ha dicho anteriormente, todas las variables incluyendo el precio, tienen que trabajar conjuntamente y con total coherencia. La variable del precio nos fortalece a posicionar nuestro producto, es por ello que, si se comercializa un producto de calidad, fijar un precio alto nos ayudará a reforzar su imagen.

Distribución

En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía. Es necesario trabajar continuamente para lograr poner el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado. No hay una única forma de distribuir los productos, sino que dependerá de las características del mercado, del mismo producto, de los consumidores, y de los recursos disponibles. (Figuerola, Toala, & Quiñonez, 2020, pág. 309)

Aplicando el marketing mix, la forma de distribución se opera con el almacenamiento, inventarios, el envío, la localización de venta, métodos de los pedidos, etc.

Comunicación

Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas. La forma en que se combinen estas herramientas dependerá de nuestro producto, del mercado, del público objetivo, de nuestra competencia y de la estrategia que hayamos definido. (Figueroa, Toala, & Quiñonez, 2020, pág. 309)

Enfoque del marketing mix

El marketing mix se ha establecido como uno de las herramientas de mayor importancia en lo que refiere a estrategias y tácticas, sigue siendo un instrumento básico e imprescindible y debe seguir estando presente en las empresas como una manera más de estrategia, es necesario el conceder las cuatroPs de un enfoque actual a un enfoque basado en el cliente.

Preguntas como: ¿Qué productos lanzaré al mercado?, ¿a qué precio?, ¿dónde lo vendo? o ¿cómo los promociono? Son preguntas que se planteaban en el siglo XX, donde el producto era el protagonista del marketing y su enfoque estaba basado en la oferta. En la actualidad el cliente dicta las normas, por tanto, la perspectiva del marketing mix se tiene que plantear desde la óptica de la demanda. (Espinosa, 2021, pág. 1)

El nuevo enfoque replantea las preguntas a: ¿Qué necesidades tienen mis clientes?,

¿Cuál es el coste de satisfacción de nuestros clientes y que retorno me dará dicha satisfacción?, ¿Qué canales de distribución son más convenientes para nuestros clientes?, ¿Cómo y en que medios lo comunico? En la actualidad ya no es viable fabricar el producto para posteriormente intentar venderlo, sino que es necesario estudiar las necesidades de nuestros clientes y desarrollar el producto para ellos. (Espinosa, 2021, pág. 1)

Se desea plantear y conocer el costo de satisfacción de los clientes y analizar el retorno de vía precio. En la distribución se debe pensar en la comodidad del cliente como parte de las estrategias de venta, para esto se debe considerar elegir los medios de distribución correctas en base a las preferencias. En cuanto a la comunicación el cliente ya no quiere que sea un camino de un único sentido, dónde simplemente se limitaban a escuchar. En un entorno social y digital como lo es ahora, los clientes forman parte de una vía de doble sentido, dónde son parte activa de una conversación con las marcas (Espinosa, 2021). En conclusión, se puede decir que, toda empresa en la actualidad que desee crecer y superarse, tiene que planear y trabajar en un espacio dónde el cliente sea la estrella y jefe ante el producto, esto va dentro de estrategias del marketing mix.

Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

(Martínez, 2013) afirmó lo siguiente:

En una investigación, la recolección de datos es un proceso estrechamente relacionado con el análisis de los mismos, sin embargo, cada tipo de investigación requiere técnicas apropiadas a utilizar y cada técnica establece su propio instrumento, herramientas o medios a emplear; existen varias técnicas e instrumentos que le permite al investigador recolectar datos de una muestra acerca del problema de la investigación y de la hipótesis de trabajo. (pág. 3)

Para el presente trabajo se llevará a cabo varios estudios de análisis síntesis, se comenzará desde la partida de la distribución del jugo Molecular con la finalidad de conocer los resultados, el método estadístico ayudará con la estimación y predicciones de la aceptación y distribución del producto en el mercado y de esta manera ver la rentabilidad del mismo, esto servirá como referencia para poder determinar cantidad y costos del producto demandado en los diferentes puntos de comercialización en el mercado.

Técnicas

Existen herramientas del marketing que ayudan a analizar la verdadera situación de la industria, medianas y pequeñas empresas tanto internamente como externa, estas herramientas son conocidas con el nombre de análisis DAFO y análisis PEST. Estas herramientas darán a conocer las partes negativas y positivas a las que el presente trabajo tiene que afrontar y a su vez conocer todas sus fortalezas y oportunidades para con esto tomar las correctas decisiones en el mercado. (Martínez, 2013, pág. 2)

La encuesta es una de las herramientas más utilizadas ya que con esto sabremos la aceptación en el mercado, buscar mejoras y eliminar errores de tal manera que el producto pueda satisfacer todas las necesidades de los clientes.

La observación se realizará de manera directa ya que se podrá observar aquellos clientes que consuman el producto en los respectivos puntos de ventas, se podrá chequear con que regularidad el producto sea consumido. La observación se realizará de manera programada para poder visitar los distintos puntos de ventas del producto.

Estudio técnico

(Rodríguez, 2012) detalló que: “El estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, prefactibilidad, factibilidad y proyecto definitivo” (pág. 1).

(Fernández, 2010) indicó que en el apartado se define y se justifica:

El proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; además, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación. El estudio debe contemplar los siguientes aspectos. (pág. 42)

Localización

Donde se analiza la micro localización y la macro localización del proyecto en destino a la ubicación del mercado objetivo, la materia prima y la mano de obra.

Tamaño del proyecto

El tamaño de la planta está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer. Aquí se establece una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva del proyecto y el mercado objetivo del proyecto. La definición del tamaño del proyecto se inicia con la elaboración de un diagrama de flujo de proceso que demuestre las diferentes etapas de producción, cantidades de insumos y de productos terminado, lo que se pretende es demostrar en toda su extensión el proceso productivo donde queda clara la tecnología que más se ajusta al proyecto en los diferentes estados que irán convirtiendo los insumos en productos.

Este análisis implica tener que definir el tipo de producto, el proceso de producción, cuáles son los insumos que se requieran, cuáles y que cantidad son los equipos a emplear, así como los requerimientos de mano de obra e instalaciones físicas y de terrenos.

Inversiones

Se debe describir y especificar en detalle las construcciones o remodelaciones necesarias para la puesta en marcha del proceso de producción, se debe incluir las obras de infraestructura que sean necesarias para la operación del proyecto. Además, se deben describir y especificar las cantidades y tipos de maquinarias, equipo y mobiliario, así como su vida útil y tablas de depresión.

Materia prima

Se deben estimar los requerimientos y costos de materia prima para un determinado nivel de producción, cantidades de inventarios, producto en proceso terminado.

Costos de operación y producción

Se deben aclarar los requerimientos de mano de obra tanto a nivel operacional, administrativo y gerencial, gastos de transporte de suministros e insumos, etc.

Plan de ejecución del proyecto

Esto hace referencia a un programa donde se muestren con detalle todas las actividades necesarias para la construcción y equipamiento, como para la puesta en marcha del proyecto.

Estudio administrativo

(Fernández, 2010) “Indicó que tiene que ver con la definición de la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación” (pág. 35).

Para la fase de ejecución se hace necesario diseñar una estructura organizativa dentro de la empresa que le permita administrar el proceso de contratación, compras, adquisiciones, construcciones, montaje de equipos, etc. En algunas ocasiones la empresa por si sola puede asumir la responsabilidad de todas estas actividades, pero en la mayor parte de los casos se apoya en firmas consultoras especializadas en administración de proyectos (planificación, diseño e inspección de proyectos). (Fernández, 2010, pág. 45)

Para la fase de operación se hace necesario definir una estructura organizativa completamente diferente de la de la fase de ejecución y cuyo objetivo principal es poner a funcionar el proyecto y alcanzar los objetivos trazados. Como parte de este estudio se definen

las relaciones de dependencia entre las diferentes instancias o niveles de la organización (organigramas), así como las funciones y relaciones, internas entre ellas, y externas al sector al que pertenece el proyecto. (Fernández, 2010, pág. 47)

Estudio legal

De acuerdo al tipo de sociedad y actividad a la que se dedique y se aplique a la empresa, es necesario cumplir con cada trámite para la autorización; y, de esta manera podrá funcionar sin problema alguno, para esto será necesario contar con permisos básicos como, patentes, licencias, estudios de impacto ambiental, etc.

Forma jurídica

Pero tanto la creación como el desarrollo de la actividad empresarial se produce dentro de esas normas jurídicas que hay que respetar. Los aspectos jurídicos pasan a ser también un elemento estratégico en la gestión empresarial: de la forma jurídica dependerá la participación de las personas en la organización empresarial, su capacidad de gestión, su responsabilidad, incluso la fiscalidad de la empresa tendrá importante relación con la forma jurídica escogida. (Pinazo, 1999, pág. 1)

(Asamblea Nacional , 2014) “En Ecuador se reconocen a cinco tipos de compañías que pueden ser establecidas, los dos tipos de compañías más comunes en el mercado son la sociedad anónima con sus siglas S.A. y la compañía limitada (Cía. Ltda.)” (pág. 1).

Sociedad Anónima

En el artículo Art. 143 La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Ley de compañías, pág. 35)

Es importante tener en cuenta al momento de establecer el negocio como sociedad anónima, cumplir al igual que toda compañía con cada procedimiento que necesitará la empresa como son los permisos legales, municipales, cuerpo de bombero y entre otras obligaciones.

Ley ambiental

“La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia” (Ministerio del Ambiente, 2018, pág. 1). Dentro del desarrollo de trabajo, se establece el tipo de material a usar como envase en las presentaciones de los dos sabores de jugos los cuales la ley ambiental nos ampara siempre que seamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente al momento de la elaboración del producto.

Estudio financiero

(Espinoza, 2007) concretó que: “El objetivo es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto” (pág. 25).

La información traída en este apartado proviene de dos importantes fuentes que son el estudio de mercado donde se determinan los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas por el precio y el estudio técnico que nos proveerá de información relativa a las inversiones, costos de operación, costos de producción, depreciaciones, entre otros. Esta información se evidenciará en una serie de cuadros y apartados de la siguiente manera:

Inversión inicial: Hace referencia al costo de las adquisiciones como terrenos, edificios, maquinarias, equipos, activos intangibles, etc. También el costo de consultorías y asesorías relacionadas con la inversión inicial.

Costo de producción y de operación: Se basa específicamente en los costos directos. Indirectos y generales, relacionados con la operación y la producción. Entre estos se pueden citar la materia prima, los insumos, la mano de obra, los servicios de energía y comunicación, los costos de administración, alquileres, pago de impuestos, etc.

Flujos de efectivo del proyecto: Se toma como base los precios y las cantidades de producto que se planea vender anualmente según el estudio de mercado, así como los costos de producción, operación y depreciaciones de los activos, se construyen los flujos de efectivos del proyecto, que son los que se utilizarían para calcular la rentabilidad del proyecto.

Rentabilidad del proyecto: Para determinar la rentabilidad del proyecto se hace uso de las técnicas de evaluación de inversiones como el VAN y TIR

Escenarios: El escenario puede ser llevado a cabo con tres espacios estos son, (normal, pesimistas y optimista), que nos permite concienciar la rentabilidad del proyecto ante cambios de las principales variables macro y micro económicas. Las

estimaciones de estos escenarios dependen mucho del estudio de mercado, la reacción de competencia y de las expectativas económicas actuales, futuras del país al momento de llevar a cabo los estudios.

Viabilidad financiera

Valor actual neto (VAN): El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos. Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios.

Fórmula para calcular el VAN

$$VAN = \left[\sum_{t=1}^n FE(t) (1+i)^{-t} \right] - [I(0)]$$

VAN: Valor Actual Neto

FE (t): flujo de efectivo neto del período t.

i: tasa de expectativa o alternativa/oportunidad n: número de períodos de vida útil del proyecto.

I (0): inversión inicial (neta de ingresos y otros egresos).

(Mete, 2014) mencionó: “Cabe destacar que el VAN así calculado traduce ingresos y egresos a su valor equivalente en el período 0. Si se quiere seleccionar otro período de referencia, deberá ajustarse la ecuación en la forma correspondiente” (pág. 85).

Tasa interna de retorno (TIR): Es otro criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos.

Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a cero. El argumento básico que respalda a este método es que señala el rendimiento generado por los fondos invertidos en el proyecto en una sola cifra que resume las condiciones y méritos de aquel. Al no depender de las condiciones que prevalecen en el mercado financiero, se la denomina tasa interna de rendimiento: es la cifra interna o intrínseca del proyecto, es decir, mide el rendimiento del dinero mantenido en el proyecto, y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo de aquel.

Cálculo de la TIR

El cálculo de la TIR puede resultar muy complejo si la vida útil del proyecto excede los dos períodos. En ese caso, la solución requiere considerar a la TIR como incógnita en la ecuación del Valor Actual Neto, ya que ella tiene la particularidad de ser la única tasa que hace que el resultado de aquel sea igual a cero.

Fórmula para calcular TIR

$$\sum_t^n FE / (1 + TIR)^t = VAN = 0$$

TIR: Tasa Interna de Rendimiento/Retorno. **VAN:** Valor Actual Neto.

FE (t): flujo de efectivo neto del período t.

n: número de períodos de vida útil del proyecto.

Si la TIR es mayor a la tasa de expectativa, el proyecto es financieramente atractivo, (Mete, 2014) afirmó que: “Sus ingresos cubren los egresos y generan beneficios adicionales por encima de la expectativa o alternativa” (pág. 75).

Razón beneficio costo (RBC): Este criterio expresa la relación que existe entre el valor actual de los beneficios del proyecto y el valor actual de los costos del mismo.

2.2. Marco conceptual

Dentro del marco conceptual se definen herramientas, información y recursos que serán de gran aporte a la presente investigación, dentro de este punto se generaliza los detalles más relevantes que serán utilizados como guía y fundamento en lo que se refiere al desarrollo del proyecto.

Producción: (Montoyo & Marco, 2012) mencionó acerca de la producción que: “Es la creación de un bien o servicio mediante la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la demanda del mercado” (pág. 3).

Innovación: Se lo conoce como la idea creativa que se le introduce a algo ya existente para que sea novedoso y llamativo, es decir es la modificación de un producto o servicio que dé como fin el mejoramiento del mismo.

Comercio Justo: Esta definición alude a la necesidad de introducir criterios éticos en el intercambio de mercancías a nivel internacional, más allá de la lógica de libre mercado, generadora de profunda desigualdad des en las relaciones comerciales entre el Centro y la Periferia del sistema económico mundial (en adelante, Norte Sur). (Pereda & Ibérica, 2014, pág. 8)

Mercado: Los mercados son lugares donde se concentran, por un lado, vendedores que ofrecen sus mercancías a cambio de dinero y, por otro, compradores que aportan su dinero para conseguir esas mercancías. Existe, por tanto, una oferta y una demanda. Lo que se paga es el precio. (Sampedro & Sequeiros, 2002, pág. 4)

Oferta: (Fisher & Espejo, 2004) indicó: “Son las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado” (pág. 243).

Demanda: (Fisher & Espejo, 2004) mencionó: “Hace referencia a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” (pág. 240).

La demanda son los consumidores interesados en adquirir un producto, es decir las personas que estarán dispuesta a comprar la bebida jugo molecular, reflejando una intención de desear el producto.

Implementación: Donde se realiza la ejecución a una idea planificada que se pondrá en marcha.

Viabilidad: Permite analizar si el proyecto que se desea llevar a cabo será exitoso o no dará resultado alguno.

Proyecto empresarial: Es el que identifica, describe y analiza una oportunidad o alcance de negocio que se desea examinar para determinar su viabilidad técnica.

Perjudicial: Lo que causa o puede causar algo negativo que perjudica a los planes o proyecto ya establecidos.

Precio: “Suma de dinero a pagar al vendedor a cambio de recibir unos determinados bienes o servicios, el precio no es lo que pide el vendedor, sino la suma realmente pagada en la transacción” (M.Rosenberg, 1994, pág. 55).

Diagnosticar: El diagnóstico en ambientes educativos y profesionales es un ámbito pedagógico que se caracteriza por realizar un proceso sistemático de recogida constante de información, de valoración y toma de decisiones respecto a una persona o grupo de ellas. Se debe integrar en situaciones de formación en función de factores personales, sociales, curriculares y profesionales en recíproca interacción y su finalidad es la inserción social y ocupacional del sujeto mediante una acción orientadora. (Vallejos, 2008, pág. 13)

Las características fundamentales del diagnóstico en ambientes sociales y profesionales son las de poseer una intención y un plan ordenado de actuación con una secuenciación congruente de fases y etapas unidas. Esto exige el disponer de un planteamiento conceptual y teórico que fundamente dicho proceso y establecer a prioridad los modelos que se van a seguir en el mismo. Además, se precisa poseer información adecuada y pertinente sobre los fines y el objeto del estudio previamente establecido. La información recogida debe ser analizada, interpretada y valorada de modo que la síntesis y estimación que se efectúe sea una de las competencias básicas que debe poseer el profesional experto en análisis.

Estrategia: Se constituye en un aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización, en la que hay recursos de todo tipo que deben ser utilizados en forma óptima para cumplir con las políticas y metas trazadas. (Rivera & Malaver, 2011, pág. 7)

impuestos, tratados de libre comercio en este caso al traer más competencia en el país afecta al empresario en el mercado y cosas de este tipo y son legales. (Ramírez, 2017, pág. 10)

Factores Económicos: Los factores económicos comprenden el estado general de la situación económica de un país, constituye una de las consideraciones más importantes en la formulación de planes de inversión, pues el nivel de esta variable tiende a crecer rápidamente en tiempos de bonanza económica y a decrecer durante periodos de recesión. (Sandrea, Boscán, & Borré, 2006, pág. 327)

Factores Sociales: (González & Pérez, 2007) Manifiestó: “Los factores sociales son conductas plurales que explican o inciden para la aparición o desarrollo de los hechos sociales” (pág. 196).

Producto: “Es un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que incluye el empaque, color, precio, prestigio del fabricante, prestigio del detallista y servicios que prestan este y el fabricante”. (M.Rosenberg, 1994)

Mercadotecnia: “Se define como el proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancías y términos para crear intercambio que satisfagan objetivos individuales y organizacionales”. (Fisher & Espejo, 2004, pág. 5)

Inocuos: Es libre de peligro, digno de confianza, que no produce injuria alguna., certeza que la ingestión del alimento no producirá enfermedad, teniendo en cuenta que la manera y cantidad de ingestión sea la adecuada. Inocuo es sinónimo de seguro en una de las acepciones del español, pero no es aconsejable su uso porque se lo puede confundir con seguridad alimentaria, la que difiere de inocuidad de los alimentos, el uso de la palabra seguridad como sinónimo de inocuidad no es adecuado por no ser equivalentes. Al traducir del idioma inglés "food safety" se lo hizo como "seguridad de los alimentos" y la realidad es que en inglés seguridad de los alimentos es "food security" mientras que inocuidad de los alimentos es "food safety". (Mercado, 2012, pág. 1)

Mixología: De acuerdo lo expuesto por (Ludizaca & Robles, 2018) indicaron: “Es otro término para referirse a la mezcla de bebidas o coctelería (bartending). Es una especialidad de la coctelería y una evolución del bartender. El mixólogo busca reinterpretar las bebidas clásicas y crear nuevasMarco ambiental” (pág. 23).

La responsabilidad social empresarial, ha iniciado a generar un movimiento en favor de sí, alrededor de los años 80 y 90, las micro y pequeñas empresas o conocidos también como emprendimientos, no pueden despojarse de ellas desde sus inicios, como política de responsabilidad ambiental. Sin embargo, desde inicio del año 2000, con la toma de conciencia de la comunidad internacional del creciente deterioro ambiental y los efectos del cambio climático, se ha convertido en un lugar común al que los empresarios apuntan llegar, de manera significativa en las organizaciones, se brota una preocupación que ha nacido en la compleja reestructuración del papel y la posición de los negocios en la sociedad.

2.3. Variables

Variable independiente: Proyecto de pre factibilidad.

Variable dependiente: Producción de bebida.

2.3.1. Variable independiente

Proyecto de pre factibilidad.

“La pre factibilidad supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto”.

2.3.2. Variable dependiente

Producción de bebida.

“El término Producción tiene sus raíces en los estudios de automatización de Fábricas; el término administración de las operaciones se utiliza para reflejar aspectos más amplios” (Chase, Jabobs, & Aquilano, 2009, pág. 42). Este libro nos relata acerca de métodos analíticos que se utilizan en la administración en la ejecución de producción y operaciones, es decir, el proceso de dirección de personas y recurrentes para crear un producto o servicio, las operaciones se relacionan con la logística que apoya la función de la producción.

“La producción se encarga de convertir las materias primas en productos o de proporcionar un conjunto específico de servicios. Para que una compañía opere con eficiencia, las actividades de estas tres áreas funcionales deben coordinarse muy funcionales” (Nahmias, 2012, pág. 19).

Operacionalización de las variables

Tabla 1

Ejecución por categoría

Categoría	Definición	Indicadores	Items
Proyecto de prefactibilidad	“Es un análisis en la etapa preliminar de un proyecto potencial, que se realiza para determinar si valdría la pena proceder a la etapa de estudio de factibilidad” (Corvo, 2020, pág. 5).	Localización Análisis de Legislación Vigente Evaluación Financiera	Investigación; Observación VAN; TIR
		Estudio de Mercado	FOFA - PEST

Tabla 2

Ejecución por variable.

Variable dependiente	Definición	Indicadores	Items
Producción	Es el proceso en el cual un conjunto de elementos o entradas se transforman en una salida o producto final.	Demanda Oferta Consumo	Análisis de oferta y demanda FOFA – PEST; Observación; Encuesta

Conclusión

Llegando a la conclusión del capítulo dos se resume que todos los puntos tratados van relacionado al proceso y desarrollo del demás capítulo con la finalidad de tener mayor claridad de sus conceptos y forma de uso. Es de suma importancia tener claro los conceptos básicos como son estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero que será incrementándose dentro del proyecto con la finalidad de lograr los objetivos propuestos. Por otra parte, se obtuvo información clara de diferentes evaluaciones de variables independiente, dependiente y operacionalización de variables.

Capítulo III

3. Marco Metodológico

3.1. Plan de investigación

Para la realización del presente trabajo se utilizarán diferentes métodos de campos que permitirán un mejor resultado basado en la observación. Se ha analizado el potencial que tiene el producto a crear. Para la recolección de datos se ha desarrollado investigaciones de manera cualitativa y cuantitativa, con esto también se ha analizado los posibles proveedores y el riesgo que se puede tener al momento de comercializar el producto en el mercado. La recolección de datos es muy necesaria para estudiar el resultado de aceptación del producto dentro del mercado y la capacidad de distribuir el mismo.

3.2. Tipos de Investigación

Explicativo

En la investigación explicativa se llevará a cabo las explicaciones de forma puntualizada de los beneficios que comprenderá el producto, también este tipo de investigación permitirá describir y establecer por qué y el para qué del proyecto a fin de ampliar las conclusiones y explicaciones que vengan a enriquecer las distintas teorías establecidas. (Hernández & Fernández, 2014, pág. 95)

Descriptivo

Es esencial utilizar el estudio descriptivo para describir características de la población, del sector escogido, descubrir detalles, el diseño de la investigación, creación de preguntas y datos recolectados y observados, para que sean utilizadas en los análisis estadísticos de la muestra de población, es una de las herramientas que permitirá recopilar y guardar información de todo lo que se vaya desarrollando. (Hernández & Fernández, 2014, pág. 92)

3.3. Fuentes de la investigación

Fuentes primarias de información

También conocidas como fuentes de primera mano, son recursos documentales publicados por primera vez sin filtraciones, ni resumidos, evaluados por una persona encargada. Las fuentes primarias se derivan de la actividad creativa o investigativa de los seres humanos, y pueden ser encontradas en diversos formatos ya sean impresos como digitales. (Rivera Marisol, 2015, pág. 4)

Fuentes secundarias de información

En las fuentes secundarias se recopila y se resume la información obtenida por la primera fuente, estas fuentes se crearon para facilitar la organización en el proceso de consultas, mejorando y dando acceso a un mayor número de información en corto tiempo, están compuestas por colecciones de temas primarias y también pueden ser digital e impresos. (Gonzales, 2017, pág. 10)

Dentro del presente proyecto se utilizará los dos tipos de fuentes de investigación, para poder obtener información necesaria dentro del mismo, por una parte, será necesario investigar detalladamente acerca del producto su contenido y sus beneficios que contribuirá para el bienestar de las personas y así mismo saber las probabilidades y aceptación en el mercado. (Gonzales, 2017, pág. 15)

Método de investigación

La investigación cualitativa utiliza métodos y técnicas diversas como gama de estrategias que ayudarán a reunir los datos que van a emplearse para la deducción, la interpretación, explicación y la predicción. El investigador cualitativo lo máximo que espera es desarrollar hipótesis de trabajo referidas a un contexto y las diferencias en los comportamientos humanos tan importantes al menos como las similitudes.

Diseño de la investigación Método Mixto

Dentro de la investigación se muestran dos metodologías diferentes, la cuantitativa y cualitativa, ambas se muestran por medio de los resultados que se obtengan en las diferentes formas de recolección de datos que se estén utilizando en el proyecto, se tiene (observación y la encuesta). Los datos obtenidos de las diferentes técnicas de recolección de datos se analizarán a profundidad para con esto conocer las diferentes características que presenta el proyecto de pre factibilidad y a su vez la

relación que mantienen los colaboradores con relación a la operación del proyecto. Se presenta un enfoque mixto ya que la forma de mostrar los resultados que se han obtenido por medio de los métodos de recolección de datos se ha representado de manera gráfica y porcentual al igual la observación, se representa de manera cualitativa.

Método de campo

Donde se observó el lugar que se comercializará la bebida, su espacio total, quienes van a proveer y la verificación si existe inconvenientes o riesgos al momento de comercializar el producto, se utilizó la parte financiera y las encuestas al sector para evaluar la pre factibilidad de la misma. Sera una forma práctica y útil para obtener mejores resultados, la aceptación del producto y la capacidad de comercialización para cubrir la necesidad del mercado con el fin de obtener análisis de la propuesta establecida e iniciar el proceso de distribución.

Método Cualitativo

Al hablar de una manera cualitativa se trata de describir las situaciones que se presentan dentro del negocio, rango de edad de las personas que frecuentan el negocio, el tipo de atención, si se cuenta con tecnología para ofrecer el servicio, que el lugar este adecuadamente idónea para ofrecer el servicio, es decir, las cualidades con que se cuenta. La investigación cualitativa se desarrolló con la aplicación de la observación como técnica de investigación fundamental para la determinación y caracterización del local y las actividades que se realizan en el mismo.

Método Cuantitativo

Se comprueba de manera determinada, las soluciones de cómo mejorar el proyecto y de cierta forma cuantos recursos se necesitan para el mismo. Conocer la cantidad de colaboradores, el número de personas que involucra a elaboración y comercialización del producto, determinar cuántos posibles clientes desean la bebida, cantidad de clientes satisfechos e insatisfechos. El cuestionario fue la técnica de investigación que puso de manifiesta la investigación cuantitativa debido a que a través de las preguntas formuladas en el mismo se pudo obtener información que posteriormente se procesó con el apoyo de Microsoft Excel.

3.4. Población

Por medio de la población se podrá conocer dentro de la investigación el conjunto de personas u objetos de los que se desea llegar. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros" (Pineda, Alvarado, & Canales, 1994, pág. 199).

Población finita: Según (Gorgas, Cardiel, & Zamorano, 2011) mencionaron lo siguiente: "Es aquella que está delimitada y conocemos el número de elementos que la forman por ejemplo el número de alumnos de un salón de clases" (pág. 159).

Población infinita: Es cuando el número de elementos que la forman es infinito, o tan grande que lograsen considerarse infinitos o también conocido como incontable. Como por ejemplo si se realiza un estudio sobre los productos que hay en el mercado. Hay tantos y de tantas calidades que esta población podría considerarse infinita. (Gorgas, Cardiel, & Zamorano, 2011, pág. 56)

Fecha en que se realizó el último censo de población en Ecuador da como resultado un total de 2'698.077 habitantes en la ciudad de Guayaquil, con una segmentación por parroquias en la que Tarqui parroquia de la ciudad de Guayaquil con un total de 1'050.826 habitantes.

(INEC, 2020)

Tabla 3

Población Parroquias Urbanas de Guayaquil.

Población Guayaquil: 2'291.158	
Parroquias Urbanas	Número
9 de octubre	5,747
Ayacucho	10,706
Bolívar	6,758
Chongón	36,726
Febres Cordero	343,836
García Moreno	50,028
Letamendi	95,943
Olmedo	6,623
Pascuales	74,932
Pedro Carbo	4,035
Periferia	12,467
Roca	5,545
Rocafuerte	6,100
Sucre	11,952
Tarquí	1'050,826
Urdaneta	22,680
Ximena	546,254
Total	2'291,158

Fuente: Tomado de (INEC, 2020).

3.5. Tamaño de la muestra

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. Cualquier subconjunto del universo. Desde la estadística pueden ser probabilísticas o no probabilísticas. (Hernández & Fernández, 2014, pág. 175)

Muestreo Probabilístico (muestra simple aleatoria): (López, 2004) indicó que: “Es cuando todas las unidades de la muestra pueden ser tomadas siempre y cuando no sea una población muy grande” (pág. 71).

Muestreo Probabilístico (muestreo estratificado): (Hernández & Fernández, 2014) manifestaron que: “Cuando es importante para la investigación, sea el sexo de las personas o las regiones de un país, se elige la muestra al interior del sedimento” (pág. 177).

Muestreo Probabilístico (muestra por conglomerados): (Hernández & Fernández, 2014) mencionaron también que: “Es aquella en la que se reúne una parte de una cierta población” (pág. 177).

La forma para poder calcular la muestra de la población o universo según (Taillacq & Álvarez, 2016) indica:

Simbología

n = tamaño de la muestra.

PQ = constante de la varianza poblacional 0,25.

N = tamaño de la población.

E = error máximo admisible al (8% 0,08) A mayor error probable, menos tamaño de la muestra.

K = coeficiente de corrección del error 1.96

Tabla 4

Nivel de confianza.

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de Confianza	75%	80%	85%	90	95%	95.5%	99%

Fórmula

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0,25 * 50.000}{(50.000 - 1) \frac{(0,08)^2}{(1,96)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{12.500}{(49.000) \frac{0,0064}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{12.500}{(49.000)(0,0016659725) + 0,25}$$

$$n = \frac{12.500}{81.88265306}$$

$$n = 152$$

La muestra para el estudio de esta investigación será de 152 personas la cual se llevará a cabo la encuesta.

Conclusión

En este capítulo se hace referencia a las técnicas y tipos de investigación que se utilizará para conocer la población, muestra del universo y poder realizar la encuesta. Conocer la aceptación y rechazo del producto que puede llegar a tener en el mercado. Conocer las fortalezas y oportunidades que deben ser explotadas al máximo y a su vez erradicar las debilidades y tomar acciones contra las amenazas que existen en el mercado con el fin de obtener los mejores resultados.

Capítulo IV

4. Formulación del proyecto

4.1. Análisis e interpretación de los resultados

El objetivo principal de la interpretación de los resultados es conseguir por medio de la o las técnicas de recolección de datos, en este caso la encuesta obtener información que ayude a determinar las pautas para realizar un buen proceso en la elaboración de la propuesta en el estudio de prefactibilidad en la producción de la bebida Jugo Molecular en parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de que se permita el desarrollo cualitativo con relación a los clientes.

La encuesta y la entrevista que será el medio por el cual se recogerá la información necesaria, en el caso de la encuesta será estructurada con preguntas de carácter cerrado y de opción múltiple, en el periodo de octubre a noviembre del 2020, con la finalidad de conocer las variables socio demográficas, gustos, preferencia con respecto a la calidad del producto, cantidades necesarias y fabricación del Jugo Molecular en la parroquia Tarqui.

La encuesta realizada para el estudio de pre factibilidad para la producción de Jugo Molecular en la parroquia Tarqui, provincia del Guayas, se establecerá para determinar el lineamiento y adecuación del producto para gusto y preferencia del cliente así mismo fortalecer las estrategias de marketing, orientando las preguntas para datos explícitos con respecto al precio, calidad, promoción, distribución del producto. Estas preguntas fueron dirigidas a la comunidad o habitantes de la ciudad de Guayaquil que pertenecen a la parroquia Tarqui, ubicada en la provincia del Guayas, específicamente habitantes en las ciudadelas: Mucho Lote II, Metrópolis II, Vergeles que es donde se pretende comenzar a distribuir la bebida Jugo Molecular.

La aplicación de las encuestas a la muestra aleatoria de estudio seleccionada permitirá determinar las pautas para identificar las tendencias del precio que podría venderse en el mercado local, los beneficios que produce a la salud las bebidas o jugos a base de fruta natural, las marcas que constituyen la competencia de otros proveedores, la posibilidad de adquirirlas en establecimientos comerciales diversos, la frecuencia de compra se realiza frecuentemente quincenal y mensual, el tamaño del producto en litros, mililitros en los envases asignados, el consumo casi siempre se realiza, la posibilidad de anuncios por las diferentes vías de difusión, la promoción más acertada es el dos por uno y socialización y poder realizar con precisión y pertinencia el estudio de mercado.

Encuesta

Se procedió a realizar la encuesta a las 152 personas habitantes de estas ciudadelas, cantidad que fue determinada por los resultados obtenidos por muestra del total de la población del proyecto.

¿Sabe usted que es una bebida molecular?

Tabla 5

Conocimiento de jugo molecular.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	3%
NO	148	97%
Total	152	100%

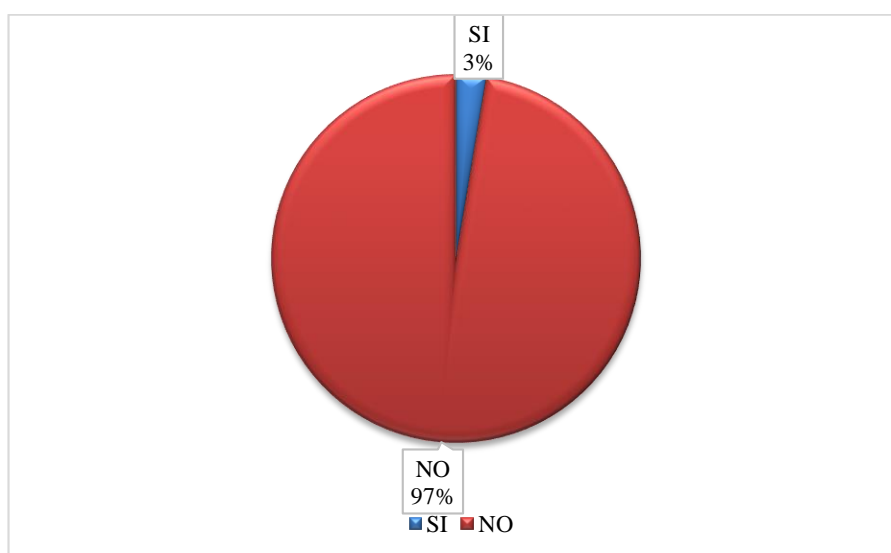


Figura 2. Conocimiento de jugo molecular.

Análisis:

Se puede analizar que Jugo Molecular será un producto nuevo e innovador en el mercado. Se observa que el termino bebida molecular no es algo muy conocido, por un lado, perjudica al proyecto porque la gente no lo familiariza, pero de igual manera al ser un producto nuevo puede ser llamativo por su innovación, despertará la curiosidad de disfrutar del jugo, permitiendo apoyo al proyecto.

¿Ha probado una bebida molecular?

Tabla 6

Ha probado bebida molecular.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	2%
NO	149	98%

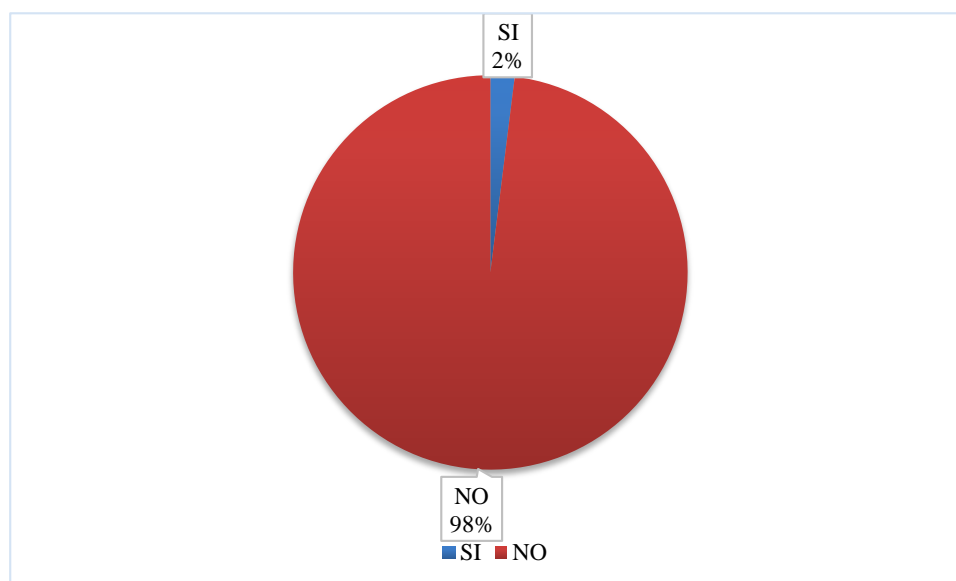


Figura 3. Ha probado una bebida molecular.

Análisis

Por medio de la siguiente pregunta se puede llegar a la conclusión al igual que en la primera interrogante que el producto será nuevo en el mercado. Este gráfico refuerza lo dicho en lo primero, la comunidad no se familiariza con las bebidas moleculares, lo cual es una oportunidad para despertar esta curiosidad y a su vez la comunidad disfrute de una experiencia nueva y saludable.

¿Qué tipo de bebida suele consumir con regularidad?

Tabla 7

Qué tipo de bebida suele consumir.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Jugos naturales	76	50%
Jugos procesados	14	9%
Bebidas Gaseosas	45	30%
Te helado	7	5%
No tomo ningún tipo de jugo	10	7%
Total	152	34%

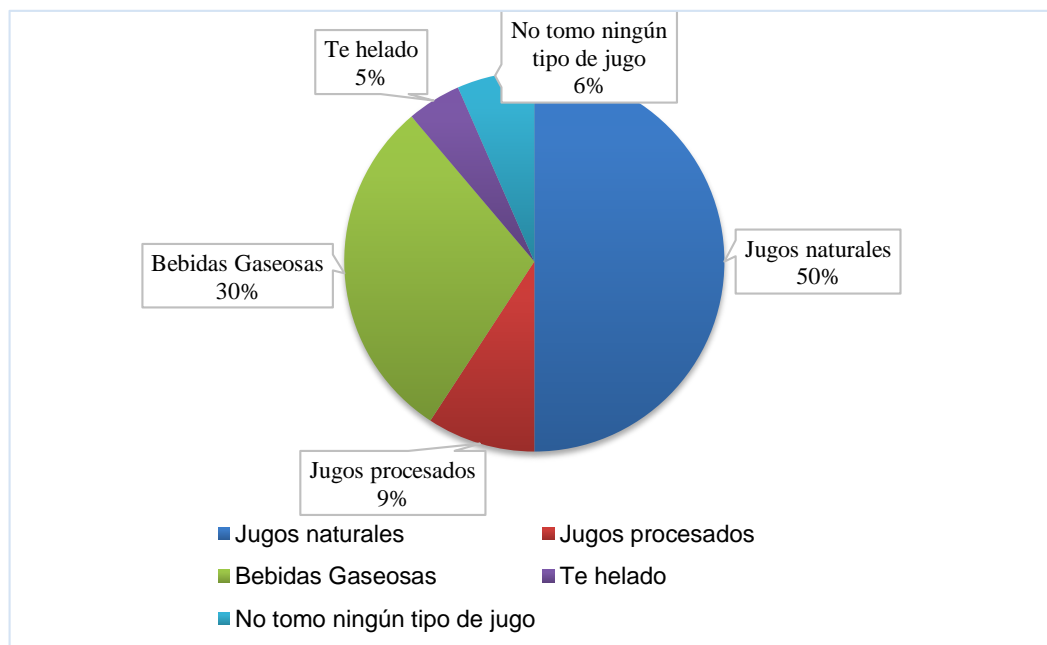


Figura 4. Qué tipo de bebidas suele consumir.

Análisis

En la actualidad se evidencia el cambio en la sociedad por un consumo de productos de característica natural y saludable. El grafico presente se muestra como una oportunidad para el proyecto ya que la comunidad está apartando las bebidas procesadas a base de químicos que son perjudiciales, ahora reemplazadas por bebidas naturales, donde jugo molecular puede ingresar ya que tiene todas las propiedades de un jugo natural más vitaminas.

¿Cambiarías las bebidas procesadas por jugos naturales a base de fruta?

Tabla 8

Cambiar los jugos procesados por jugos naturales.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	140	92%
NO	12	8%
Total	152	100%

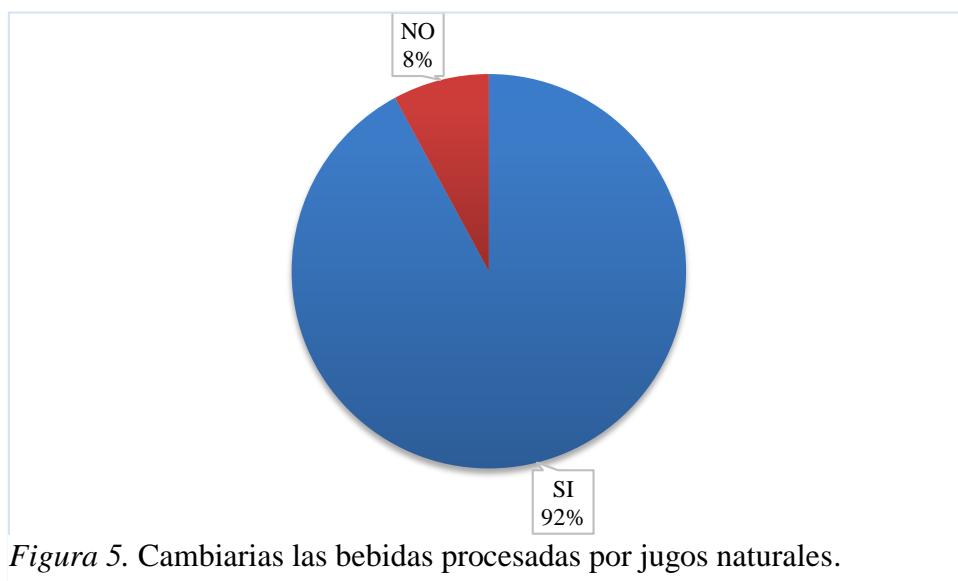


Figura 5. Cambiarías las bebidas procesadas por jugos naturales.

Análisis

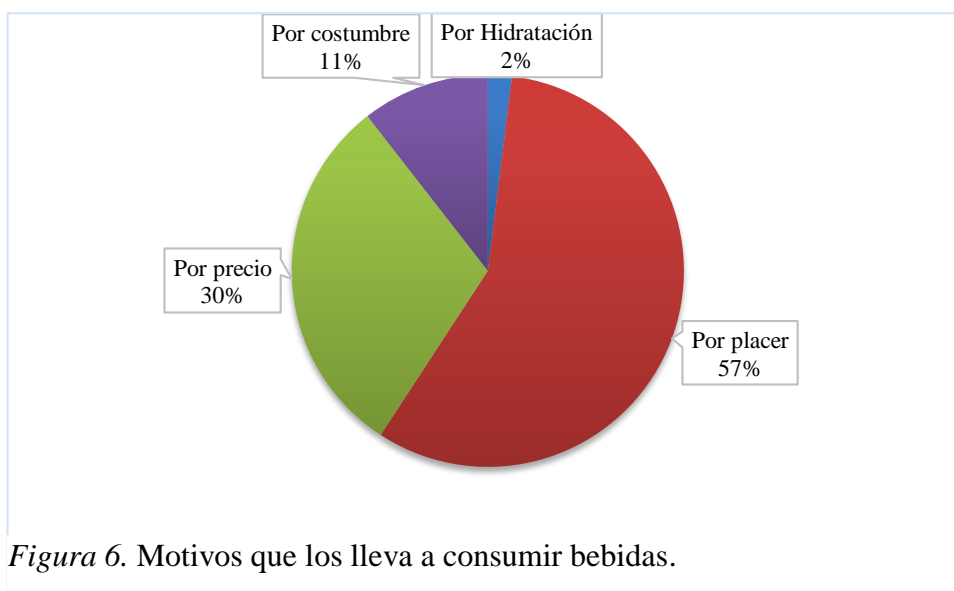
En la actualidad se evidencia que las personas están cambiando su forma de alimentación, ahora reemplazan lo químico por lo natural, es donde Jugo molecular ingresa al mercado ofreciendo una bebida de frutas naturales, con un valor agregado, partículas moleculares que explotan en tu boca con sabor a frutilla.

¿Cuál de los siguientes motivos es el que lo lleva a consumir una bebida?

Tabla 9

Motivos que los lleva a consumir bebidas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Por Hidratación	3	2%
Por placer	87	57%
Por precio	46	30%
Por costumbre	16	11%
Total	152	100%



Análisis

El consumo habitual de bebidas que se ofrece en el mercado son gaseosas, jugos procesados, jugo a base de químicos y su principal razón por los que son adquiridos por el mercado es por sus deliciosos sabores, el presente proyecto desea dar a conocer el sabor de jugo frutal favorito, ofreciendo al público un sabor delicioso y nutritivo.

¿En qué horario del día prefiere una bebida?

Tabla 10

En que horario del día prefiere una bebida.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	8	5%
Tarde	119	78%
Noche	25	16%
Total	152	100%

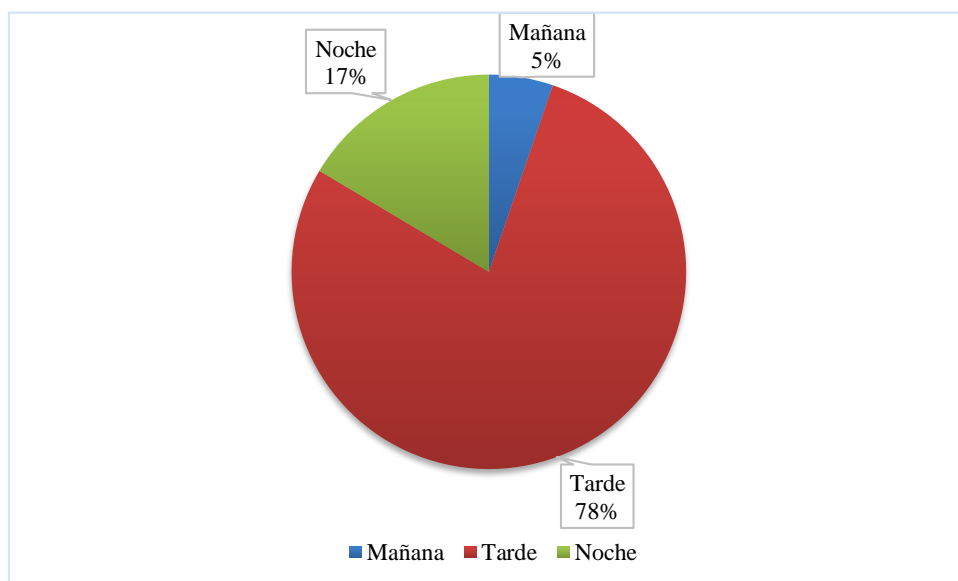


Figura 7. En que horario del día prefiere una bebida.

Análisis

Se evidencia el mayor consumo de bebidas en horarios de la tarde por parte de los consumidores, es evidente ya que son horarios de almuerzos y tiempo de descanso que dan las empresas a sus colaboradores, por lo cual su comercialización debería ser de mayor rentabilidad en esos horarios.

¿Qué sabor de fruta en bebidas naturales es de su preferencia?

Tabla 11

Que sabor en bebidas naturales prefiere.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Durazno	1	1%
Naranja	58	38%
Maracuyá	60	39%
Mango	1	1%
Manzana	1	1%
Mora	25	16%
frutilla	5	3%
Uva	1	1%
Otros	0	0%
Total	152	100%

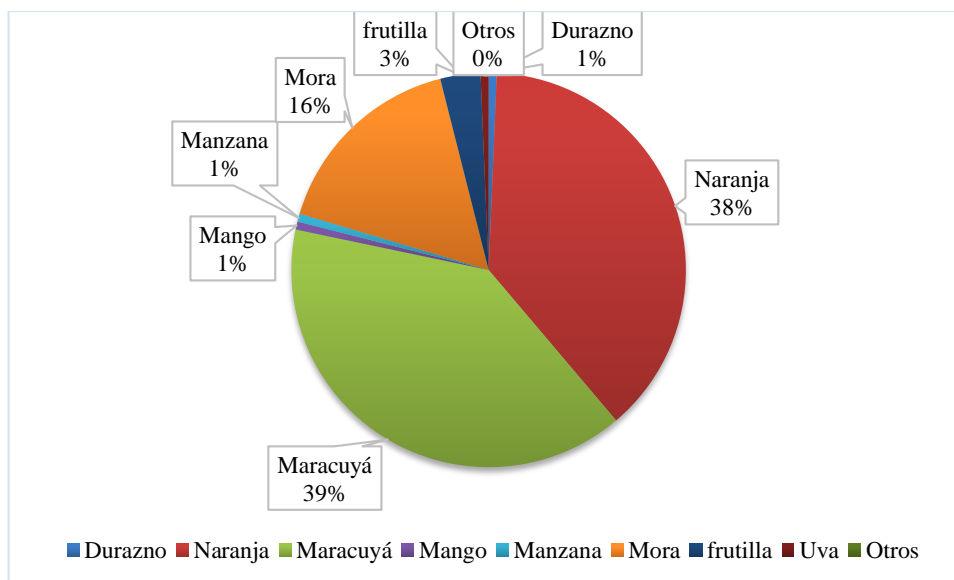


Figura 8. Que sabor en bebidas naturales prefiere.

Análisis:

Esta información se toma como referencia para poder conocer las preferencias del mercado y de esta manera crear las combinaciones de sabores perfectos, que se ofrecerán según los resultados de la encuesta.

¿Por lo general, ¿compra usted las bebidas que consume o las prepara en casa?

Tabla 12

Compra usted las bebidas que consume o las prepara en casa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Compro	120	79%
Preparo	32	21%
Total	152	100%

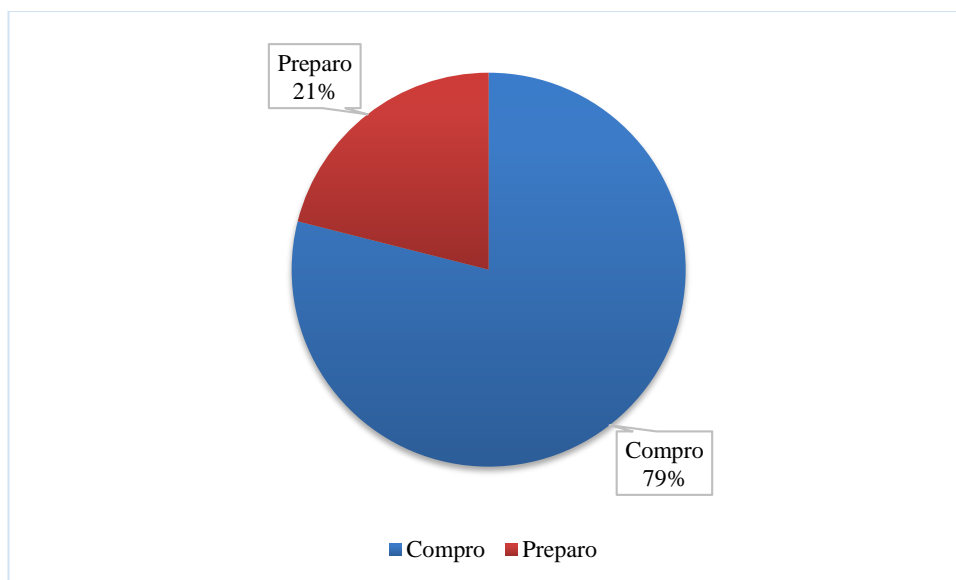


Figura 9. Compra usted las bebidas que consume o las prepara en casa.

Análisis:

Dado los resultados de encuesta podemos ver una ventaja y oportunidad del mercado al saber que las personas prefieren comprar alguna bebida ya preparada, para consumo propio.

¿Con que frecuencia consume jugos en la calle?

Tabla 13

Con qué frecuencia consume jugos en la calle.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	45	30%
Cada 3 días	75	49%
Cada 7 días	17	11%
Cada 15 días	8	5%
Cada 30 días	5	3%
Más de 30 días	2	1%
Total	152	100%

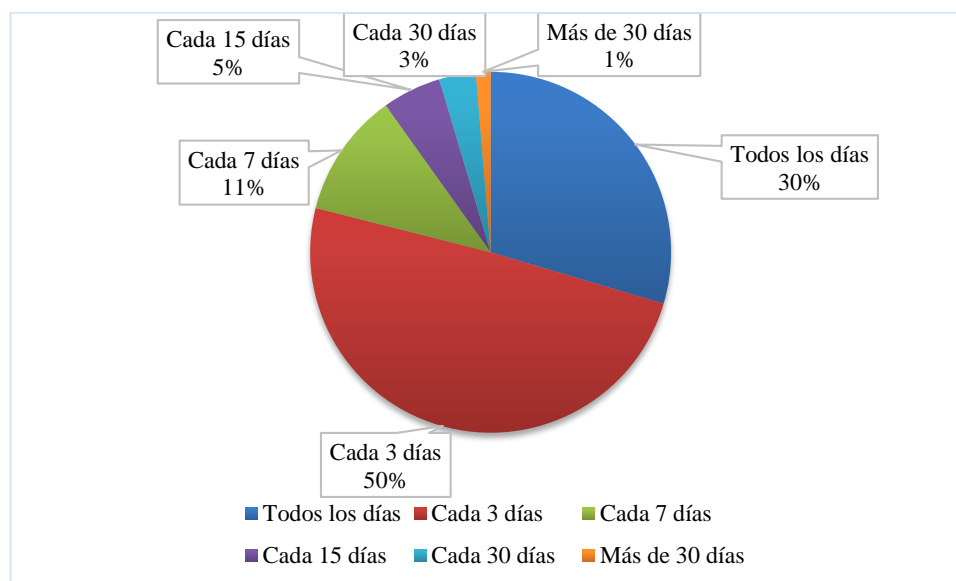


Figura 10. Con qué frecuencia consume jugos en la calle.

Análisis:

Las bebidas que se ofrecen en el mercado son consumidas a diarias, la comunidad por lo regular se acerca al punto de venta más cercano y compra alguna bebida para degustar y evita prepararla en casa, esto se presenta como una oportunidad para el proyecto ya que esta bebida molecular en su segunda fase será ofertada por estos medios al mercado.

¿En qué lugares suele comprar bebidas?

Tabla 14

En qué lugares suele comprar bebidas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Restaurantes	29	19%
Mini mercados	38	25%
Tiendas	42	28%
Supermercados	38	25%
Otros	5	3%
Total	152	100%

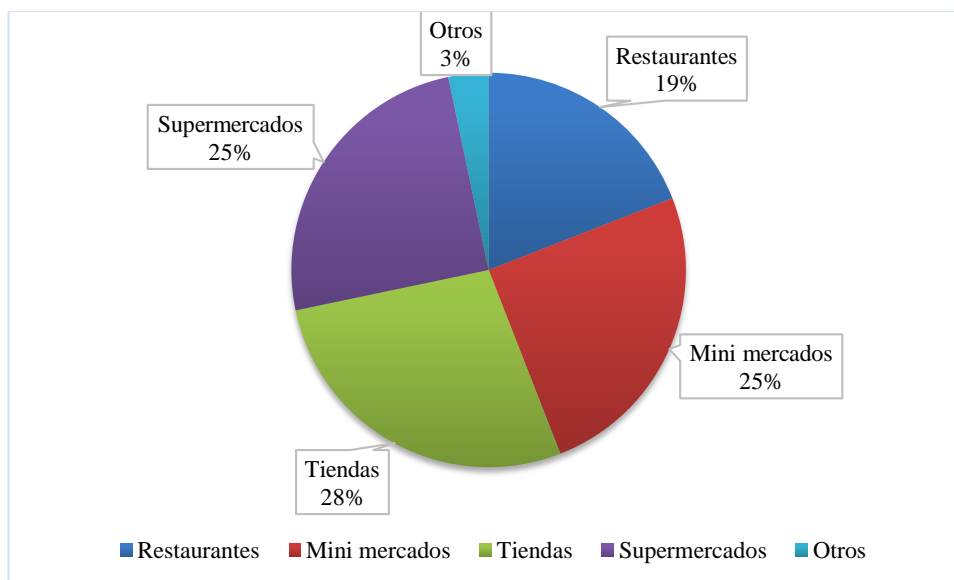


Figura 11. En qué lugares suele comprar bebidas.

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta diez de la encuesta, se identificó los lugares donde frecuentemente las personas compran algún tipo de bebida para su consumo, según los resultados el 28% de las personas visitan negocios pequeños y el 25% suelen ir a panaderías y mini mercados, el restante que es el 19% eligieron supermercados. Por lo que queda claro los lugares donde más se pueden comercializar la nueva bebida.

¿En qué envase prefiere la presentación de una bebida?

Tabla 15

En qué envase prefiere la presentación de una bebida.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Botella de plástico	81	53%
Botella de vidrio	48	32%
Vaso plástico	23	15%
Total	152	100%

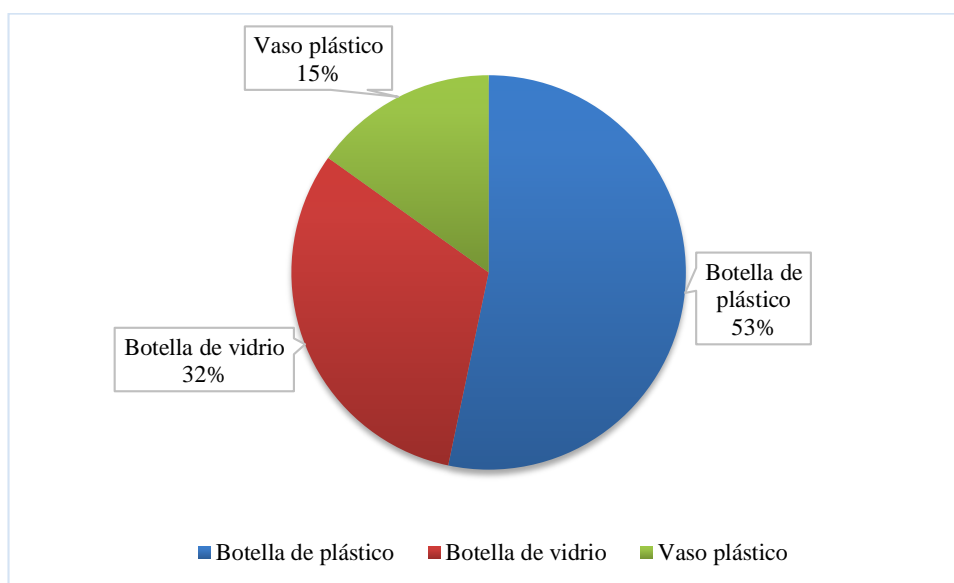


Figura 12. En qué envase prefiere la presentación de una bebida.

Análisis

Los datos obtenidos acerca de cómo puede ser la presentación de la bebida fue el 53% de las personas encuestadas eligieron botella de plástico y el 32% botella de vidrio, mientras que el restante que es el 15% eligió vasos de plásticos, dado que la botella de plástico es el envase a utilizar, siendo así no perjudicial para el medio ambiente.

¿Qué tan importante es para ti comprar una bebida con envase biodegradable?

Tabla 16

Qué tan importante es para ti comprar una bebida con envase biodegradable.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	84	55%
Importante	48	32%
Poco importante	10	7%
Nada Importante	10	7%
Total	152	100%

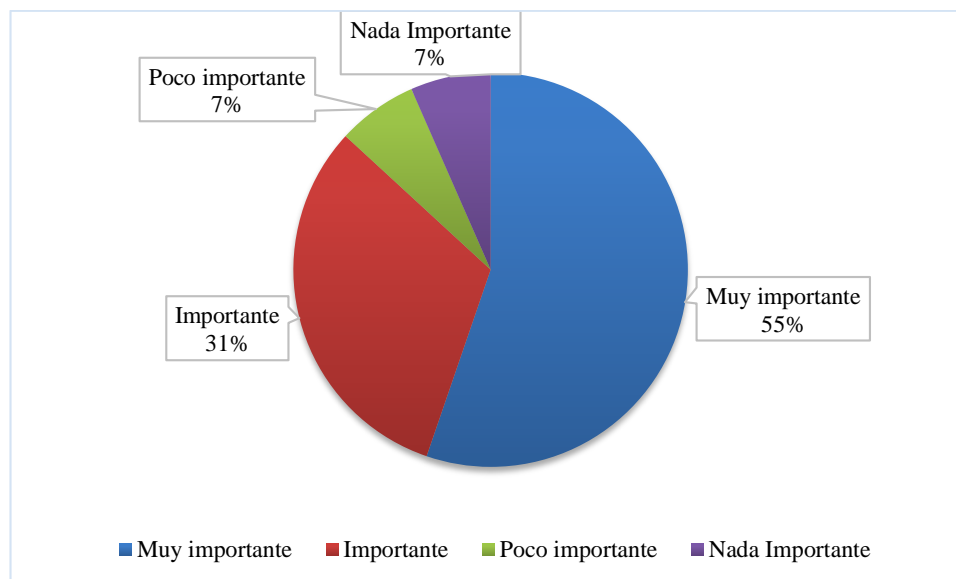


Figura 13. Qué tan importante es para ti comprar una bebida con envase biodegradable.

Análisis:

En la actualidad la tendencia de cuidar el medio ambiente va en aumento por lo cual el presente proyecto pretende usar material reciclable para su envase y de esta manera ayudar con el cuidado del medio ambiente.

¿Qué sabores de bebidas usted combinaría? Elija dos para su

¿Combinación?

Tabla 17

Qué sabores de bebidas usted combinaría.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Naranja con mora	8	3%
Frutilla con mora	35	13%
Mango con Naranja	6	2%
Piña con coco	10	4%
Maracuyá con frutilla	47	18%
Naranja con maracuyá	34	13%
Naranja con frutilla	122	47%
Total	262	100%

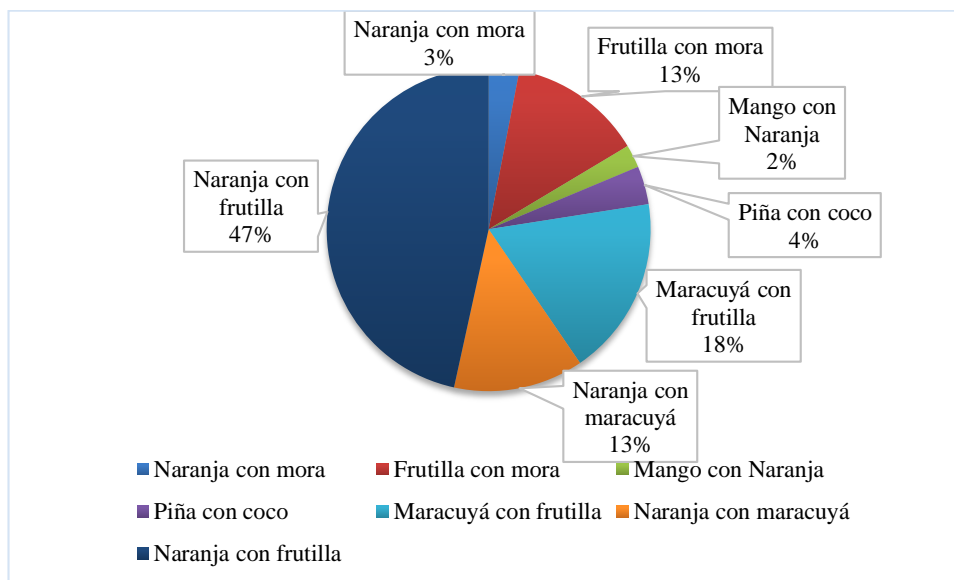


Figura 14. Qué sabores de bebidas usted combinaría.

Análisis:

Esta información se tomará como referencia para las posibles combinaciones de sabores frutales que se realizarán en la bebida Jugo Molecular.

¿Probaría una nueva combinación de bebida?

Tabla 18

Probaría una nueva combinación de bebida.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	150	99%
No	2	1%
Total	152	100%

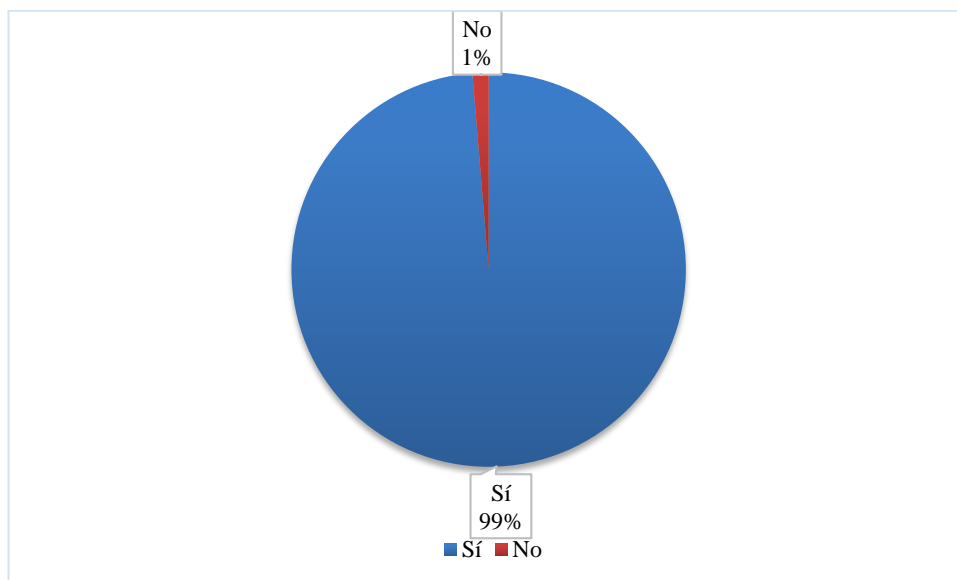


Figura 15. Probaría una nueva combinación de bebida.

Análisis:

Esto se presenta como una oportunidad para la bebida Jugo Molecular ya que al ser un producto innovador las personas deben estar dispuesta a probarlo, por lo tanto, la encuesta muestra que las personas tienen la curiosidad por descubrir cosas nuevas.

¿Cuál cree usted que es un precio recomendable según el tamaño para entrar al mercado?

Tabla 19

Cuál cree usted que es un precio recomendable según el tamaño para entrar al mercado.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
500 ML \$1.00	94	62%
1 L \$1.50	39	26%
1,5 L \$2.00	15	10%
2 L \$2.50	4	3%
Total	152	100%

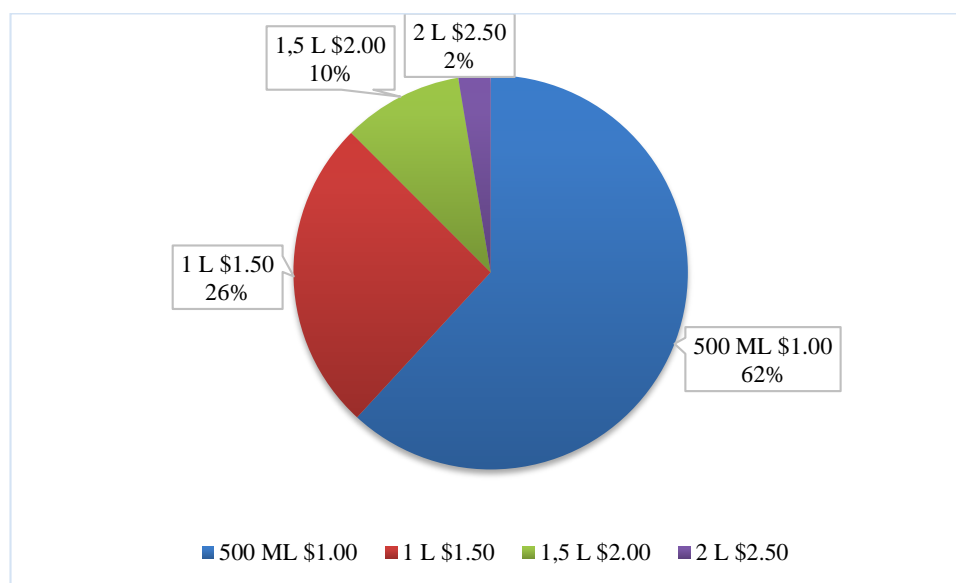


Figura 16. Cuál cree usted que es un precio recomendable según el tamaño para entrar al mercado.

Análisis:

Sabemos ahora cuál es el tamaño estándar y cuanto es el valor que el mercado le parece accesible pagar por el producto.

16 ¿Qué tamaño le gustaría la bebida?

Tabla 20

Qué tamaño le gustaría la bebida.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
200 MI	36	24%
350 MI	46	30%
1L	15	10%
500 ML	55	36%
Total	152	100%

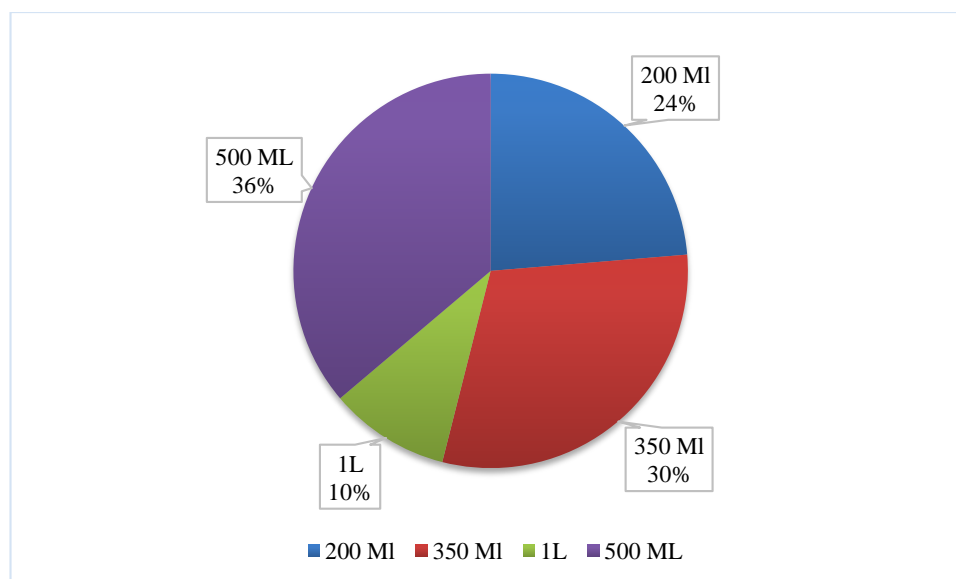


Figura 17. Qué tamaño le gustaría la bebida.

Análisis

Se observa que hay una preferencia notable en la bebida de 500 ML y es la que se tomara como referencia para la producción y envase del producto.

Análisis generales de la encuesta

La muestra de estudio de los 152 habitantes de la comunidad de la parroquia Tarqui indica que existe una gran oportunidad en el mercado de introducir una bebida nueva a base de frutas ya que se muestra en la actualidad preferencias a bebidas saludable y a su vez que tenga un buen sabor, características que intenta satisfacer la bebida Jugo Molecular, los principales lugares que acceden las bebidas que se ofrecen en el mercado son los abarrotes o tiendas, mini market y super market, por lo cual será factible distribuirla por este medio y llegar al consumidor. La aceptación de la fruta principal en este caso del maracuyá y naranja es muy buena, la bebida Jugo molecular será envasada en botella de plástico biodegradable o reciclable para el cuidado del medio ambiente, a precios accesibles para la comunidad, cada uno de estos detalles del producto son características que los resultados dan por la encuesta realizada y son de suma importancia para el proyecto.

Demanda

Dado los resultados se concluye que la mayor parte de los encuestados no conocen sobre bebidas moleculares, esto puede despertar la curiosidad del consumidor y sería una ventaja para lanzar y dar a conocer un nuevo producto al mercado. Fue evidente que son muchas las personas que suelen comprar bebidas en el sector ya que por su trabajo o estudios suelen tener un horario fuera del hogar.

Comercialización del producto

Con relación al producto, lo que se refiere a presentación, cantidad o tamaño se elaborará los dos sabores que logró mayor aceptación, los mismo que serán distribuidos como opción principal en restaurantes.

Precio

El precio establecido y que sería el que obtuvo mejor porcentaje de elección en las encuestas fue basado a su tamaño de 500ml por un valor de \$1,00 por cada bebida.

Entrevista

(Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013) definió la entrevista como: “una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar” (pág. 2). Se procedió a utilizar la herramienta entrevista para establecer datos concretos y relevantes a tres restaurantes que se los consideró como los más comunes y concurrentes en visita de la población, se procedió a entablar una conversación personal utilizando cinco preguntas iguales para cada dueño de los restaurantes entrevistados, esto permitió que se llegue al análisis de las cantidades de bebidas que se estimada vender por cada restaurante al día. A continuación, se detalla las tres entrevistas realizadas.

Entrevista 1

1. ¿Cuál es el nombre del restaurante?

Parrillada El Argentino.

2. ¿Cuánto tiempo ha funcionado el restaurante?

Aproximadamente 9 años.

3. ¿Cuántas personas acuden al restaurante al día?

100 personas de manera diaria aproximadamente.

4. ¿Qué bebidas ofrece en el restaurante?

Se ofrece bebidas naturales (jugos), gaseosas, agua natural, agua mineral, bebidas alcohólicas (cerveza y vinos).

5. ¿Cuáles son las bebidas más consumidas por sus comensales?

Las bebidas que más adquieren son las gaseosas y los jugos naturales.

6. ¿Permitiría dar a conocer a sus clientes una bebida nueva?

Sí.

Entrevista 2

1. ¿Cuál es el nombre del restaurante?

Picantería El Manabita.

2. ¿Cuánto tiempo ha funcionado el restaurante?

Aproximadamente 22 años.

3. ¿Cuántas personas acuden al restaurante al día?

El flujo de personas es 140 diarias, ya que nuestro horario de apertura es nocturno.

4. ¿Qué bebidas ofrece en el restaurante?

Se ofrece bebidas naturales (jugos), gaseosas, agua natural, Te helado.

5. ¿Cuáles son las bebidas más consumidas por sus comensales?

Las bebidas que más adquieren son las gaseosas y los jugos naturales.

6. ¿Permitiría dar a conocer a sus clientes una bebida nueva?

Sí.

Entrevista 3

1. ¿Cuál es el nombre del restaurante?

Comedor Isabel.

2. ¿Cuánto tiempo ha funcionado el restaurante?

Aproximadamente 2 años.

3. ¿Cuántas personas acuden al restaurante al día?

Diariamente se vende un promedio de 70 a 75 platos de comida, entre almuerzos y platos a la carta.

4. ¿Qué bebidas ofrece en el restaurante?

Se ofrece bebidas naturales (jugos), gaseosas, aguas.

5. ¿Cuáles son las bebidas más consumidas por sus comensales?

Las bebidas que más adquieren son los jugos naturales.

6. ¿Permitiría dar a conocer a sus clientes una bebida nueva?

Sí.

Análisis de los resultados de la entrevista

Se puede evidenciar que los tres restaurantes entrevistados tienen cosas en común como se analiza el número de personas que visitan su local está alrededor de 70 a 140 personas al día; y, los tipos de bebidas que ofrecen son la gaseosa, agua y jugos naturales, quiere decir que en estos negocios existe un gran porcentaje de personas que entre estas opciones de bebidas en su mayoría eligen jugos naturales según lo conversado con los dueños.

Otra de las preguntas y la más importante fue si el dueño del local permitiría que la bebida jugo molecular pueda ser dada a conocer en su local sin problema alguno y al tener la aceptación de cada dueño nos garantiza una oportunidad de tener nuestros primeros consumidores de la bebida a elaborar.

4.2. Estudio de Mercado

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Thompson, 2019, pág. 15)

“La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing” (Geoffrey, 2003, pág. 120).

Es decir, para poder comercializar una nueva bebida en el mercado es importante conocer todo lo referente al desplazamiento del negocio, ¿cómo se va a desarrollar?, ¿Qué tipo de personal se necesita?, ¿Que capacitaciones se necesitan realizar?, ¿Cuáles será todos los recursos que se necesitará?, todo esto con el fin de tener todo bien definido. Además, realizando estudios que analicen la oferta y la demanda, para poder conocer el movimiento y consumo de productos sustitutos en el mercado.

La producción de Jugo Molecular pretende satisfacer a los consumidores ofreciendo una bebida refrescante, nutritiva y saludable hecha a base de fruta natural, tratando de remplazar a las bebidas procesadas que actualmente se ofrecen en el mercado siendo muy perjudiciales para la salud a largo plazo.

No existe una cifra exacta de cuanto es la cantidad de bebidas procesadas, son adquiridas por el consumidor, pero podemos decir que es un producto de consumo masivo, ya que las personas lo disfrutan todos los días del año sin restricción de horario, Jugos Molecular desea captar toda esta demanda ofreciendo el producto a un buen precio, siendo más accesible para el consumidor obtener la bebida, y a su vez menos perjudicial para su salud, además de eso disfrutando de un producto de buena calidad. Dentro del proyecto se recolectará información del mercado, ya que será de gran aporte para la elaboración del producto por medio de las técnicas de recolección de datos.

El presente proyecto tiene como objetivo satisfacer la necesidad en el mercado con una bebida realizada a base de fruta natural, libre de productos químicos y a su vez que cumpla con todos los requisitos que demandan los consumidores, se establece como

estudio de mercado o investigación la demanda y la oferta de un producto para conocer a más profundidad las preferencias, necesidades, y características de un producto. Además conocer la viabilidad financiera del proyecto con relación a la producción de la bebida Jugo Molecular.

El estudio de mercado facilitara el reconocimiento de factores importantes como son las competencias que se mantiene en el mercado y categorizarlas a su respectivo caso directas e indirectas, toda la información recolectada ayuda a determinar una guía estructurada, es decir una directriz para seguir avanzando con el proyecto de prefactibilidad.

4.2.1. Microambiente

Al referirse del microambiente se habla de un contexto interno, identificar las fortalezas que servirán de beneficios para el desarrollo del proyecto, Se debe tomar en consideración que en el mercado ya existe diversos productos de esta línea y su vez diversas formas de la elaboración de la misma, elaborados a partir de frutas frescas y pasado por un proceso de producción hasta llegar al producto final, esto quiere decir que en el mercado ya existe variedad de productos entre ellos nuestra competencia directa en la producción de la bebida Jugo Molecular. El microambiente además de considerar a los competidores también embarca lo que son clientes y proveedores y es aquí donde se puede utilizar esa información para la toma de futuras decisiones con el fin de fortalecer el proyecto de prefactibilidad para la producción de Jugo Molecular.

4.2.2. Macroambiente

Es importante analizar el ambiente externo para saber quiénes forman parte de la competencia, conocer las políticas que se involucran para cumplir con los entes reguladores dentro de la parroquia Tarqui, provincia del Guayas, considerando aquellas amenazas que afectan de forma directa o indirecta al presente proyecto. El entorno que rodea son los factores que afectan de manera significativa y de las cuales la producción debe aprovechar las oportunidades que se presentan y a la vez tratar de contrarlar las amenazas dentro de un análisis ambiente, para conocerlas con exactitud se ha procedido a realizar un análisis Pest y poder establecer, planificar las estrategias.

4.2.3. Oferta

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento. La oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual. (De Jesús, 2008, pág. 300)

La oferta tiene que ver con relación a lo que la empresa desea ofrecer por medio de su producción y vender lo que producen. Al igual que la demanda la oferta se recolectan datos y se precisa la diferencia entre ofrecer y vender, ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente, la oferta recoge las intenciones de venta de los productos. (De Jesús, 2008, pág. 315)

El mercado no tiene mucha oferta con relación a las bebidas, en este sector del mercado cada marca se encuentra identificada a la perfección, de igual forma los consumidores han establecido sus preferencias, esto complica la entrada de un nuevo producto al mercado. El mercado de las bebidas en el Ecuador es muy amplio ya que existen de diferentes tipos comenzando por el agua natural, bebidas con gas

carbonatado, bebidas saborizadas, bebidas con pulpa de fruta, etc. Otro punto fundamental y a tener en cuenta sería el acceso a diferentes canales de distribución debido a que cada una de estas marcas diferentes de bebidas cuentan con canales previamente estructurados.

Los equipos y maquinarias son esencial en el proceso de elaboración de las bebidas, es importante verificar si las empresas que celebran la misma actividad económica estuviesen de acuerdo en realizar esta inversión. La materia prima que se utiliza para la producción de las diferentes bebidas puede provenir de mercado local como del extranjero, pero a su vez es este uno de los factores por el cual se ve afectado el precio al público, por lo que mejor realizar un producto donde se utilice como materia prima adquirida de manera local, con esto ser más competitivos en el mercado Ecuatoriano.

La industria de bebidas registra una fuerte competencia por razones de la gran variedad de productos que se ofrecen en el mercado, para conocer un poco más de la oferta de estos productos se realizó un estudio que se tomó como referencia las bebidas hidratantes, jugos de sabores.

Tabla 21

Bebida en el mercado.

Marca	Sabores	Tamaño de presentación	Tipo
Gatorade	Apple Ice		
	GatoradeFiece		
	Uva	Botella de cristal 473 ML	Isotónica
	Cool Blue		
	Mandarina		
	Tropical Fruit		
Sporade	Apple Ice		
	GatoradeFiece	Botella plástica con válvula de 500	
	Uva	ML	
	Cool Blue		Isotónica
	Mandarina	Botella plástica con rosca de 591	
	Tropical Fruit	ML	
Powerade	Manzana Clear		
	Frutas Tropicales	Botella de plastcio con rosca 350	
	Uva	ML	
	Naranja/		Isotónica
	Mandarina	Botella de plástico con válvula	
	Mora azul	600 ML Botella de plástico con Válvula	
Profit	Manzana Clear		
	Frutas Tropicales	Botella de plástico de 350 cm3	Isotónica
	Uva	Botella de plástico de 500cm3	

La tabla indica que existe gran variedad de bebidas hidratantes, en el mercado con gran variedad de sabores, todas cumplen el valor de ser consideradas isotónicas con diferentes presentaciones para preferencia del consumidor.

Tabla 22

Jugo de sabores.

Marca	Sabores	Tamaño	Tipo
	Naranja		
Liki	Maracuyá	Envase de cartón	Jugo fruta con fibra y proteína
	Néctar de durazno	200 ML	
Zumo	Naranja	Botella plástica	Jugo 100% a base de frutas
	Maracuyá	450 MI	
Jugo Squiz	Naranja	Botella plástica	Jugo a base de fruta con vitamina C
		355ML	
Natura	Naranja	Envase de cartón	Jugo de frutas con vitaminas
	Durazno	200 ML	
	Manzana		
Sunny	Naranja	Botella de vidrio	Jugo de frutas con vitaminas
	Pera	237ML	
	Durazno		

De igual manera en la siguiente tabla se muestra la variedad que existe en el mercado de jugos saborizados, la tabla resalta que el sabor más producido es la naranja por lo cual existe demasiada competencia en el mercado con marcas líderes, a diferencia del sabor maracuyá que al existir poca competencia es una gran oportunidad de introducirse en el mercado como producto nuevo e innovador, con una presentación de mayor tamaño y compitiendo en precios.

Mercado Competitivo

En la comunidad de la Parroquia Tarqui, provincia del Guayas, existen gran cantidad de negocios entre ellas microempresas (Tiendas de barrios, mini market, bazares, etc.), así mismo como PYMES y a su vez cadenas de supermercados en los cuales se caracterizan por abastecer de productos a la comunidad, entre esos productos bebidas procesadas tanto naturales como a base químicos.

Como primer factor sería que el proyecto se realizara en un propiedad de los participantes del proyecto por lo cual el gasto por alquiler será mínimo, optimizando recursos para fortalecer la producción y así tener un producto final más competitivo, otro factor relevante es la disponibilidad de la materia prima todo el año, por lo que es necesario evaluar y establecer relaciones con los proveedores para el proyecto y obtener el abastecimiento necesario para satisfacer la demanda de los consumidores.

Competencia

En el mercado existe gran variedad de bebidas procesadas a base de frutas, como a base de químicos. Los cuales ya tienen tiempo en el mercado y a su vez segmentado sus clientes. Esto son los productos distribuidos en los supermercados, autoservicios y tiendas que se toma como referencia a la competencia de mercado directa. Se determinará la oferta existente de bebidas hidratante en el mercado, donde se debe aclarar que para esto se toma como ofertas principales las bebidas hidratantes naturales.

Tabla 23

Bebidas naturales en el mercado.

Marca	Sabores	precio	Tipo
Liki	Naranja	\$ 0,39	Jugo fruta con fibra y proteína
	Maracuyá		
Zumoz	Néctar de durazno	\$ 0,68	Jugo 100% a base de frutas
	Naranja		
Jugo Squiz	Maracuyá	\$ 0,55	Jugo a base de fruta con vitamina C
	Naranja		
Natura	Durazno	\$ 0,50	Jugo de frutas con vitaminas
	Manzana		
Sunny	Naranja	\$ 0,60	Jugo de frutas con vitaminas
	Pera		
	Durazno		

Fuerzas de Porter

Este modelo define un marco para decretar el nivel de competencia que existe, así poder elaborar diferentes estrategias de negocio, este análisis se deriva en la respectiva articulación de las cinco fuerzas de Porter que determina la intensidad de competencia y rivalidad en la fábrica, y, por lo tanto, en cuan atrayente es esa fábrica en relación a oportunidades.

Las tres fuerzas de competencia horizontal como amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos entrantes o competidores en la industria, y la rivalidad entre competidores, y también comprende dos fuerzas de competencia vertical como, el poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los clientes.

En el mercado existe gran variedad de productos sustitutos a la bebida Jugo Molecular, el fin de este producto es satisfacer la necesidad de quitar la sed al consumidor dentro esto estas los jugos los cuales se indican en la tabla 14 que se deben considerar que el valor agregado del producto no existe en el mercado. La amenaza de nuevos competidores en el mercado es algo que debe estar presente siempre ya que el Ecuador se ha caracterizado por ser un país de emprendimiento, sin un número determinado de innovadores que podrían desarrollar productos semejantes con una mejor calidad.

El poder de la negociación con el cliente determina la competencia entre las empresas para enfrentarse. Poder de negociación de los proveedores en el Ecuador existe gran diversidad de proveedores de las frutas que podrían suministrar al presente proyecto para la producción de la bebida Jugo Molecular, por lo que se tiene la capacidad de negociar, elegir entre los diferentes la mejor opción para el respectivo

abastecimiento de la materia prima. La rivalidad entre competidores este punto hace referencia las empresas que compiten directamente con el producto Jugo Molecular, por el cual se puede comparar o adoptar estrategias competitivas para plantear nuevas propuestas para mejorar los procesos de la producción.

4.2.4. La demanda

Actualmente el consumo de bebidas gaseosas, energéticas, químicas, mantienen una gran demanda ya que hablando en términos generales es un producto de consumo masivo. El estudio va dirigido a los ciudadanos de la parroquia Tarqui en la ciudad de Guayaquil, las cuales se beneficiarán del producto Jugo Molecular. Es un producto que no tiene rango de edad para ser consumido, ya que es realizado a base de pulpa de fruta, esto proporciona propiedades vitamínicas y a su vez no perjudica tanto su organismo como se realiza con las bebidas procesadas que existen hoy en el mercado. Por lo tanto, la distribución del producto se realizará directamente al consumidor a través de restaurantes y puestos comerciales que existen en el sector (tiendas, super market, restaurantes, etc.), es el consumidor el que les da el valor agregado al producto. El consumidor ser el responsable de evaluar la calidad, el beneficio saludable que les proveerá el producto.

La segmentación del cliente a la cual será dirigido el producto es a las familias que habitan en dicho sector, ya que al ser un jugo a base de frutas naturales no mantiene un rango de edad para poder adquirirla o a su vez consumirla.

Mercado Potencial

Se ha considerado como clientes potenciales a un grupo de personas que comprenden en la una rango de edad promedio de 16 a 70 años de edad en la ciudad de Guayaquil, ya que en la actualidad la tendencia de consumir alimentos y bebidas saludables ha cogido mucha fuerza, lo cual está siendo de mucha influencia en esta generación, el producto a ofrecer Jugo Molecular es una bebida realizada a base de extracto de frutas, con partículas de sabor diferente al jugo base estas partículas también son elaboradas a base frutas, lo cual hace que el producto se considere atractivo, llamativo y a su vez sea natural, saludable y vitamínico, realizado con el fin de satisfacer al consumidor y sin perjudicar su salud.

Consumidor Individual

El consumidor individual es aquel que adquiere el producto “Jugo Molecular”, en su estado final, al terminar de producir y comercializar y su precio se determinará de acuerdo a la calidad y costos de procesos.

Se puede identificar como consumidor individual a los restaurantes, negocios de víveres donde las bebidas serán comercializadas para que llegue al público en general.

Cabe recalcar que dentro de la población establecida se consideran personas con un estilo de vida saludable, es decir realizan actividades físicas, levantamiento de pesas, gimnasia, caminatas, trotes. Su alimentación es sana es un proceso de cuidado de su cuerpo y su salud. Esto ha provocado o dicho de otra forma obligado a cambiar el mercado el concepto de los productos ofrecidos llevando un esquema, hoy en día en el cuidado de la salud, productos libres de grasa, de azúcares fomentando lo natural.

Tipos de mercado

Al referirse al tipo de mercado se puede determinar el entorno donde se desarrollará el presente proyecto, para esto es de suma relevancia tomar en cuenta las partes interesadas, todos aquellos que de alguna manera u otra significaran alguna influencia en el proyecto, o de efecto reciproco de esta forma se puede evaluar la potencialidad de la producción de la bebida en el mercado. Para poder elaborar el estudio de mercado, es preciso identificar el tipo de mercado en el cual se va a desarrollar el proyecto de pre factibilidad en la producción de la bebida Jugo Molecular. Es necesario identificar y analizar el tipo de negocio que se va a proponer en el proyecto, la presente investigación está desarrollado dentro de un mercado competitivo y oligopólico en el entorno local, se plantea el estudio del desarrollo dentro de este modelo de mercado competitivo porque se identifica todos aquellos mercados oferentes y demandantes, bajo un grado de diferenciación de producto, en el mercado oligopólico constituyen los canales de distribución, dado a la trayectoria previa registrada por entes como la Superintendencia del Control del Mercado y otros más de control al precio oficial de los productos de venta.

4.2.5. Demanda insatisfecha

La cantidad demandada de un bien o servicio es la cantidad de éste que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico. La cantidad demandada no necesariamente es la misma que se compra en realidad. Algunas veces esta cantidad excede al monto de los bienes disponibles, de modo que la cantidad adquirida es menor que la cantidad demandada. (Parking, 2009, pág. 61)

Los consumidores en el Ecuador tienen una gran variedad de elecciones de bebidas no alcohólicas con características muy similares entre las distintas marcas, con relación a sabores, tamaños, precios, esto permite al consumidor una libertad de elección del producto que desea beber según sus preferencias.

En el Ecuador existen una gran variedad de empresas dedicada a la fabricación de bebidas no alcohólicas (gaseosas y bebidas en general), pero en este punto es muy importante conocer al consumidor, estudiar su mentalidad de consumo ya que este rige sobre sus preferencias.

El presente proyecto va relacionado a la producción de la bebida que va categorizada como jugos naturales o jugos a base de néctar, las cuales presentan características muy semejantes a los jugos saborizados que existen actualmente en el Ecuador, pero difieren en el concentrado y la utilización de la pulpa de la fruta antes que los saborizantes. En el 2008 un estudio realizado por INSINGHT S.A indica que “El mercado de las bebidas generaron alrededor de \$ 600 millones de dólares.” Y según estudios del Banco Central del Ecuador indica que este sector industrial ha tenido un crecimiento constante en el tiempo.

Tabla 24

Variedad de bebidas.

Bebidas	2008	2009	valor porcentual
Carbonatadas	670,89	706,20	51.40%
Agua embotellada	427,50	450,00	32.76%
Bebidas funcionales	164,35	173,00	12.59%
Jugos de frutas	40,19	42,30	3.08%
Te preparados	2,09	2,20	0.16%
Concentrados	0,10	0,10	0.01%
Total	1305,11	1373,80	100.00%

Fuente. (Codificación de regulaciones del banco central del Ecuador, 2009)

Los datos presentados en la tabla indican el volumen de producción de millones de litros que se consumen donde se aprecia que existe 3.08% de consumo de jugo de frutas con relación al 2009, pero a lo largo de los años esto ha sido cambiando según el Universo (2019). Indica que, en un año, los ecuatorianos se toman unos 1.560 millones de litros de bebidas no alcohólicas (gaseosas, aguas, té, bebidas isotónicas). Sin embargo, la estructura del consumo cambió en los últimos tres años.

Un estudio indicó que a partir de un impuesto mayor a las bebidas azucaradas este se redujo. Mientras en 2016 la relación era del 91% de consumo de bebidas azucaradas frente al 9% de las de bajas calorías, para julio del 2018 esta relación cambió al 66% el consumo de azucaradas frente al 34% de las bajas en calorías. Es decir que las bebidas procesadas a base jugos naturales y con menos calorías mantiene una mayor demanda por parte del consumidor, son productos de consumo diario en la gran parte de los hogares ecuatorianos.

Las bebidas son consumidas durante todo el año en Ecuador, lo cual es importante, ya que esto indica que es un producto que va a tener demanda en todos los meses, si el producto tiene la aceptación esperada se podrá ampliar su rango de comercialización.

La demanda insatisfecha se basa en el conocimiento de la demanda proyectada para el año 2022, que es el tiempo aproximado en que el producto saldrá al mercado. Para ello se dio a conocer datos específicos de la población de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Guayaquil, el lugar establecido para distribuir y promocionar el nuevo producto, para luego diversificarse a otras parroquias cercanas de la ciudad.

Es necesario analizar y conocer la población Económicamente activa (PEA) de la parroquia Tarqui, se elegirá un rango entre 18 y 64 años, que en términos generales trabaja y posee ingresos económicos para consumir productos según sus necesidades que se encuentran disponibles en el mercado.

El resultado arrojado de dichos valores tendrá como función determinar con valores más específicos la demanda insatisfecha que existe sobre el presente proyecto.

Proyección de la demanda va con demanda insatisfecha

Según estudios realizados en el Ecuador la tendencia de consumir alimentos como bebidas que vayan más ligadas a productos saludables, nutritivos y vitamínicos han venido cogiendo fuerza a partir del año 2016. Se puede observar un gran cambio donde la sociedad busca cuidar su cuerpo para estar saludable y a su vez en forma, 2019 y 2020 esta tendencia está tomando rangos muy altos ya que la gran parte de las comunidades buscan cambiar su estilo de vida, mejorar su salud, mantener un buen estado físico por lo que el mercado ha estado obligado a cambiar o dicho de una mejor forma evolucionar, ofreciendo productos sin azúcar, productos sin gluten, productos light. Por lo que se observa que según las características que el mercado demanda en la actualidad es una gran oportunidad para ingresar al mercado para el presente proyecto.

4.2.6. Producto

Jugo Molecular es una bebida realizada a base de fruta natural en la categoría de las bebidas pertenece a los jugos de frutas, pertenece a los bienes de consumo ya que debe ser ingerida de forma inmediata, esta bebida se requiere desarrollar por un proceso productivo que esté compuesto por diferentes fases para culminar con el producto final. Jugo Molecular es una bebida innovadora la cual agrega un valor adicional trae las moléculas de extracto de frutas adicionales, lo cual tiene como fin tener una explosión de sabor en tu boca, estas partículas de frutas son realizadas con el extracto de la fruta respectiva combinada, con cloruro de calcio para agregar más fuentes vitamínicas y a su vez para lograr estas partículas se combinan con alginato (gelatina sin sabor).

Las partículas moleculares de frutas no son más que una gelificación de dicho extracto de fruta, para ser agregado en la bebida, estas partículas no son dañinas ni

perjudiciales, ya que al ingresar en la boca estas partículas explotan liberando el extracto de jugo incluidos en ellas lo que produce una explosión de sabores al degustar esta bebida. Jugo molecular se presentará como primera fase en botellas de 500 ml la cual será ofertada en los restaurantes ya que estas partículas se familiarizan con las comidas moleculares, lo cual puede despertar la curiosidad de las personas de degustar una bebida molecular, como segunda fase seria ingresar al mercado con una presentación adicional tamaño de 500ml con diferentes combinaciones de sabores en los jugos.

Jugo Molecular es un jugo natural, pero a diferencia del jugo convencional, es una bebida con más valores vitamínicos y con el valor agregado de las partículas moleculares de diferentes sabores de frutas.

Componentes de producto

Los ingredientes del que está compuesto la bebida Jugo Molecular no son perjudiciales para el consumo humano, dentro de los mismos contienen frutas y componentes que aportan un gran valor nutricional para el consumidor, la base de la bebida es el néctar extraído de la fruta maracuyá, frutilla, naranja la cual aporta con vitamina A y Vitamina C. Los ingredientes de la bebida Jugo Molecular son: Agua, Zumo de frutas a partir de concentrados, azúcar, acidulante: ácido cítrico, Cloruro de calcio, Alginato.

Tabla 25

Componentes y valores nutricionales jugo molecular.


Componentes y valores nutricionales Jugo Molecular	
Valor Energético	71 KJ/17 KCAL
Grasas/Lípidos	0
Carbonato Total /Azucares	6 g
Sodio	0.2 g
Proteínas	1g
Vitamina C	80 Mg
Vitamina A	60 Mg

Tamaño

En la encuesta realizada a los consumidores se destacó un tamaño en particular que será el escogido como presentación de los dos sabores de bebida Jugo Molecular, esta presentación es de 500 ML a continuación se detalla:

Tabla 26

Tamaño de bebida

Presentación	Descripción	Imagen
500 MI	Envase de plástico biodegradable, transparente, tapa tipo rosca.	

Valor agregado

El valor agregado de la bebida Jugo Molecular serán las partículas moleculares con sabor a frutilla, que tendrán una explosión de sabor a la hora de disfrutar el jugo natural a base del néctar del maracuyá y la naranja. A demás de eso se garantiza que la bebida es a base de la fruta sin químicos saborizantes que alteren el sabor. Esto permitirá al consumidor, de disfrutar una experiencia nueva, la explosión y combinación de sabores en una sola bebida.

Logotipo

Para identificar al producto de los demás, es necesario contar con una imagen propia, para esto se diseñó un logo donde se visualiza el nombre de la bebida “Jugo Molecular”, se añadió las siguientes características como el tipo de letra poppins900 con los colores rojo y naranja en representación de las frutas, en el slogan “Rico y Saludable” se utilizó un tipo de letra openSans800 y por último se añadió un icono en representación a la bebida molecular con los colores amarillo con rojo, el tamaño de la etiqueta es de 3.99 x 7.75 cm.



Figura 18. Imagotipo

Producto sustituto

Jugo Molecular al ser una bebida a base de frutas nuevas en el mercado debe competir con otras variedades de jugos tanto a base de frutas y saborizados con sabor a frutas, para lo cual se ha tomado como referencia para identificar el mercado sustituto de la bebida Jugo molecular entre ellas la siguientes:

Tabla 27

Bebidas sustitutas.

Marca	Sabores	Tipo
	Naranja	
Liki	Maracuyá	Jugo fruta con fibra y proteína
	Néctar de durazno	
Zumo	Naranja	Jugo 100% a base de frutas
	Maracuyá	
Jugo Squiz	Naranja	Jugo a base de fruta con vitamina C
	Naranja	
Natura	Durazno	Jugo de frutas con vitaminas
	Manzana	
	Naranja	
Sunny	pera	Jugo de frutas con vitaminas
	Durazno	

4.2.7. Precio

Según el estudio de mercado realizado arrojo como resultado que el precio el cual tendría una buena aceptación es \$ 1,00. por cada bebida, en una presentación de 500 ml, tomando en consideración que se realizarán dos tipos de sabores, sin embargo, antes de establecer un precio base es preferible sacar los respectivos cálculos del costo de producción de la bebida Jugo Molecular, para realizar dicho cálculo es necesario conocer todo el insumo necesario para su elaboración, conocer los precios de dichos insumos y calcular el costo del valor unitario de cada uno.

A demás de esto, calcular los costos directos e indirectos de la producción de la bebida Jugo Molecular ya que estos también son considerados gastos y se debe tomar como datos relevantes a la hora de establecer un precio de venta al público entre estos tenemos los siguientes:

Tabla 28

Proyección de costos por mano de obra directa

Proyección de costos por mano de obra directa							
mano de obra directa	sueldo	aporte patronal iess	décimo tercero	décimo cuarto	fondo reserva	total, mensual	total, anual 2021
Operario	\$ 400,00	\$ 45,40	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 545,40	\$ 6.544,80
Operario	\$ 400,00	\$ 45,40	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 545,40	\$ 6.544,80
Despachador	\$400,00	\$ 45,40	\$33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 545,40	\$ 6.544,80
total, mano de obra directa	\$ 1.200,00	\$ 136,20	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.636,20	\$ 19.634,40

Tabla 29

Costo unitario de producto en materia prima jugo molecular de maracuyá.

Costo unitario de producto en materia prima jugo molecular 500 ml					
Ítems	Medida	Cantidad unidades	Costo	Costo unitario	
Maracuyá	Saco	450	\$5,00	\$0,01	
Frutilla	Cajón	600	\$5,00	\$0,01	
Azúcar	Funda	500	\$1,95	\$0,00	
Cloruro de calcio	Saco	900	\$6,00	\$0,01	
Alginato	Saco	500	\$7,00	\$0,01	
Agua	M3	2000	\$0,48	\$0,00	
Electricidad	KWh	100	\$0,09	\$0,00	
Botella	Saco	100	\$10,00	\$0,10	
Etiqueta	Paquete	100	\$5,00	\$0,05	
Total, costo unitario por materia prima				\$ 0,19	

Tabla 30

Costo unitario de producto en materia prima jugo molecular de naranja.

Costo unitario de producto en materia prima jugo molecular 500 ml				
Ítems	Medida	Cantidad unidades	Costo	Costo unitario
Naranja	Saco	600	\$6,00	\$0,01
Frutilla	Cajón	600	\$5,00	\$0,01
Azúcar	Funda	500	\$1,95	\$0,00
Cloruro de calcio	Saco	900	\$6,00	\$0,01
Alginato	Saco	500	\$7,00	\$0,01
Agua	M3	2000	\$0,48	0,00
Electricidad	KWh	100	\$0,09	0,00
Botella	paca	100	\$10,00	\$0,10
Etiqueta	Saco	100	\$5,00	\$0,05
Total, costo unitario por materia prima				\$0,19

Tabla 31

Proyección de gastos.

Ítems	Medida	Cantidad unidades	Costo unitario	Gasto mensual	Gasto anual
Agua	m3	125	\$ 0,48	\$ 60,00	\$ 720,00
Electricidad	Kwh	667	\$ 0,09	\$ 60,03	\$ 720,36
Alquiler	Casa	1	\$ 350,00	\$350,00	\$ 4.200,00
Suministros de oficina	Insumos	1	\$35,00	\$ 35,00	\$ 420,00
Línea telefónica	Minuto	200	\$ 0,04	\$ 8,00	\$ 96,00
Gasolina	Galón	10	\$ 6,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Reparación de transporte	Kit	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Otros	Kit	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Total, de gastos				\$ 648,03	\$ 7.776,36

Tomando estos valores para poder establecer un precio de venta al público y competir en un mercado donde existe mucha variedad de marcas y productos que cumplen con las mismas funciones, se establecerá un ya común en el mercado, donde el consumidor esté dispuesto a pagar por la bebida de 500 ML el valor será de \$ 1. 00 según los resultados arrojados por la encuesta. Se tendría que vender en el mercado un total de 403 bebidas de jugo molecular diarias y un total de 8060 bebidas entre los dos sabores de 500ML al mes para cubrir todos los gastos con una ganancia de \$ 0.80 por unidad a partir de esa cantidad todos los valores entrantes serian ganancia.

4.2.8. Comercialización

En el caso de la bebida Jugo Molecular, la respectiva distribución se divide en dos fases la primera fase es ser distribuida en los restaurantes con la presentación de bebida personal, la cual es la bebida 500 ml, con el fin de despertar la curiosidad de los consumidores y que aprecien como un concepto el cual es más conocido en las comidas moleculares ahora en una bebida molecular. Como segunda opción se realizará mediante los mercados, minimarket, tiendas, en esta parte del mercado se comercializará de 500 ml siendo ellos intermediarios y el medio para poder llegar de una manera más accesible al consumidor final. La distribución también se encuentra relacionada con el traslado de los productos desde la planta de producción hasta los lugares de destino, se debe considerar los recursos disponibles para entregar los productos en lugares destinados para su venta y consumo.

El producto será distribuido a los establecimientos periódicamente de acuerdo a su rotación, Jugo molecular es una bebida que de preferencia debe permanecer en refrigeración para ser degustado de mejor manera por el consumidor, estas bebidas pueden ser transportadas a temperatura ambiente, el clima externo no ocasionara que el producto se dañe como canal tenemos:



Figura 19. Distribución de bebida.

4.2.9. Promoción

La bebida Jugo Molecular se pretende promocionar por medio de un plan compuesto de estrategias de marketing y publicidad como primer paso son los restaurantes dar a degustar el producto de manera gratuita y a su vez despertar dicha curiosidad de la bebida, el cual cambia un concepto de comida molecular a bebidas molecular. Campañas de publicidad por las redes sociales, dentro de las formas de promocionar el producto es ofertas por lanzamiento por la compra de uno lleva dos, diferentes islas donde se promoció el producto por medio de degustaciones y muestras gratis, así como gigantografías para poder pegar fuera de las tiendas y minimarkets.



Las degustaciones están organizadas para que se realicen en los primeros tres meses a partir de que el producto sea promocionado, así mismo se puede ofrecer la bebida Jugo Molecular en los mercados siendo estos sitios de concentración de personas con una impulsadora, regalos podría estipularse obsequios por compras mayores durante un año como camisetas, gorras, jarros y llaveros. Plantilla de presupuesto de promoción y publicidad.

Estrategia de mercadotecnia

Para la implementación de promoción y difusión de la existencia de la bebida Jugo Molecular se ha pensado estratégicamente en vía de comunicación que favorezca la marca, la imagen, para ello se ha determinado a los medios como las redes sociales para así alcanzar a los consumidores potenciales y a la constitución de una imagen positiva.

Tabla 32

Estrategias de comunicación para dar a conocer el producto.

Estrategia	Tarea	Detalle	Artículo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Entregar a dueño de la tienda y a sus colaboradores	Diseñar y entregar camisetas con el logo de Jugo Molecular	Camisetas con logotipo de Jugo Molecular, de algodón con cuello tipo polo con logo sublimado en parche termo adhesivo		150	\$ 12,00	\$ 1800,00
Visibilidad de la marca por medio de gorras con el logo de Jugo Molecular los colaboradores	Diseñar y entregar gorras	Gorras con logotipo de Jugo Molecular para los puntos de venta		300	\$ 5,00	\$ 1500,00

Entregar a los
consumidores
por compras
mayores en el
local

Diseñar y
entregar gorras

Llaveros de 5,5CM X
3,5cm rectangular
metálico



300

\$1,50 \$ 450,00

Entregar jarro
por volúmenes
de compra
mayores

Negociar con
el dueño del
establecimiento



Jarros de 11 onzas
con logo sublimado



200

\$ 5,40

\$ 1080,00

		Isla para degustaciòn,estructura			
		100% pvc, Medidas:			
		Frente 81X81 cm -			
		Laterales 38,6X81 cm			
		- Copete 81X31 cm -			
		Medida Neta 2mts		3	
Dar a conocer el producto	Diseñar la isla	Alto X 84cm Ancho X 40cm de fondo			
				\$ 250,00	\$ 750,00
Dar a conocer el producto a través de degustaciones	Contratar 3 impulsadoras por 6 horas	Pago a promotor		3	\$ 360,00 \$1.080,00

Crear presencia
en redes sociales Diseñar página Web



1 \$ 400,00

\$400,00

Fan page en Facebook



1 \$ 90,00 \$ 90,00

\$7.150,00

4.3. Estudio Técnico

En esta parte se analizan los elementos que tienen que ver con lo básico del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable el proyecto.

De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. (Lopez & Gonzales, 2008, pág. 2)

“El objetivo de un estudio técnico es verificar cuán posible es fabricar un producto o brindar un servicio, analizando el tamaño óptimo, localización más favorable, equipos a utilizar, instalaciones necesarias y la organización requerida para su ejecución” (Herrera & Lazo, 2014, pág. 5). La importancia de realizar el estudio técnico es de indicar la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos que serán necesarios.

4.3.1. Dimensiones y características

El proyecto está ubicado en la Ciudad de Guayaquil parroquia Tarqui en el sector de Mucho Lote II, el área del lugar tendrá una dimensión de 108m² de terreno y 70m² de construcción, cuenta con todos los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica adicional a esto internet (herramienta útil para la comunicación con los consumidores o clientes). Este sector tiene un alto crecimiento comercial y gastronómico, actualmente cuenta con un comisariato pequeño, pequeños negocios, una clínica y un plantel educativo, adicional a estos es un lugar muy transitado por lo que es

el considerado como el mejor y más factible. Dentro del lugar se podrá disponer de los materiales y productos que serán necesarios para la elaboración del jugo molecular, así como también con los electrodomésticos como son nevera, cocina, licuadora y demás accesorios importantes.

Se detalla a continuación la elección del local más adecuado considerando los siguientes factores en Parroquia Tarqui utilizando la fórmula de método de localización cualitativo Brown Gibson

Medida de preferencia de la localización MPL

$$MPL=K* (FO_i) + (1 - K) * (FS_i)$$

Tabla 33

Localización.

Localización	Mano de obra	Trasporte	Arriendo	C _i
Jardines del Río	200	150	250	600
Metropolis II	300	250	320	870
Mucho Lote II	400	350	375	1125

Aplicar la fórmula de Factores Objetivos:

$$FO_i = \frac{1/C_i}{\sum_{i=1}^n \frac{1}{C_i}}$$

Tabla 34

Localización factores objetivos.

Servicio	Costo	Factor
Localización	C_i	FO_i
Jardines del Río	600	0,4498449
Metropolis II	870	0,3102378
Mucho Lote II	1125	0,2399173
TOTAL	0,003705	1

Tabla 35

Localización (acceso y viabilidad).

Factor	Índice de importancia relativa (wj)
Acceso y viabilidades de Local	0,666666667
Seguridad	0,333333333
Número de competidores en el área de influencia	0
Total	1

Tabla 36

Mejor localización escogida

Localización		Wj
Jardines del Río	$0,75 * (0,449845) + (0,25) * (0,4761905)$	0,45643138
Metropolis II	$0,75 * (0,310238) + (0,25) * (0,3809524)$	0,3279166
Mucho Lote II	$0,75 * (0,239917) + (0,25) * (0,1428571)$	0,2156520

Tabla 37

Viabilidad de localizaciones según método brown.

Factor	Acceso y viabilidades de			Seguridad			Número de competidores en el		
	Local						área de influencia		
Localización	Comparación	Suma	Rij	Comparación	Suma	Rij	Comparación	Suma	Rij
Jardines del Río	1 0		0,5			0,4	1	2	0,40
Metropolis II	1 0		0,5			0,1	1	1	0,20
Mucho Lote II	0 0		0,			0,4	0	2	0,40
	Total		1,00	Total		1,00	5		1,00

Según método Brown and Gibson, considerando las variables y los factores de localización el mejor lugar de concentración es Mucho Lote II por lo cual será el lugar que más se considere al momento de realizar la distribución del producto.

4.3.2. Localización del proyecto

El objetivo del estudio de la localización de un proyecto es analizar las diferentes alternativas de ubicación espacial del proyecto. La localización tiene por objetivo, analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, buscando establecer un lugar que ofrece los máximos beneficios y los mejores costos. (Corrillo & Gutiérrez, 2016, pág. 29)

El estudio de localización se lleva a cabo mediante el análisis a las diferentes variables que determinen el lugar donde estará ubicado el proyecto, buscando así mejores utilidades y costos reducidos.

El presente proyecto estará ubicado en la Parroquia Tarqui donde se escogieron tres alternativas para identificar cual es el mejor lugar donde sería factible establecerse el proyecto, en cada sector de la parroquia cuenta con servicios básico, como agua potable, luz eléctrica, vía telefónica, acceso a centros de educación, farmacias, unidades educativas. A continuación, se mostrará la macro y micro localización del proyecto.

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Ciudad: Guayaquil Parroquia:

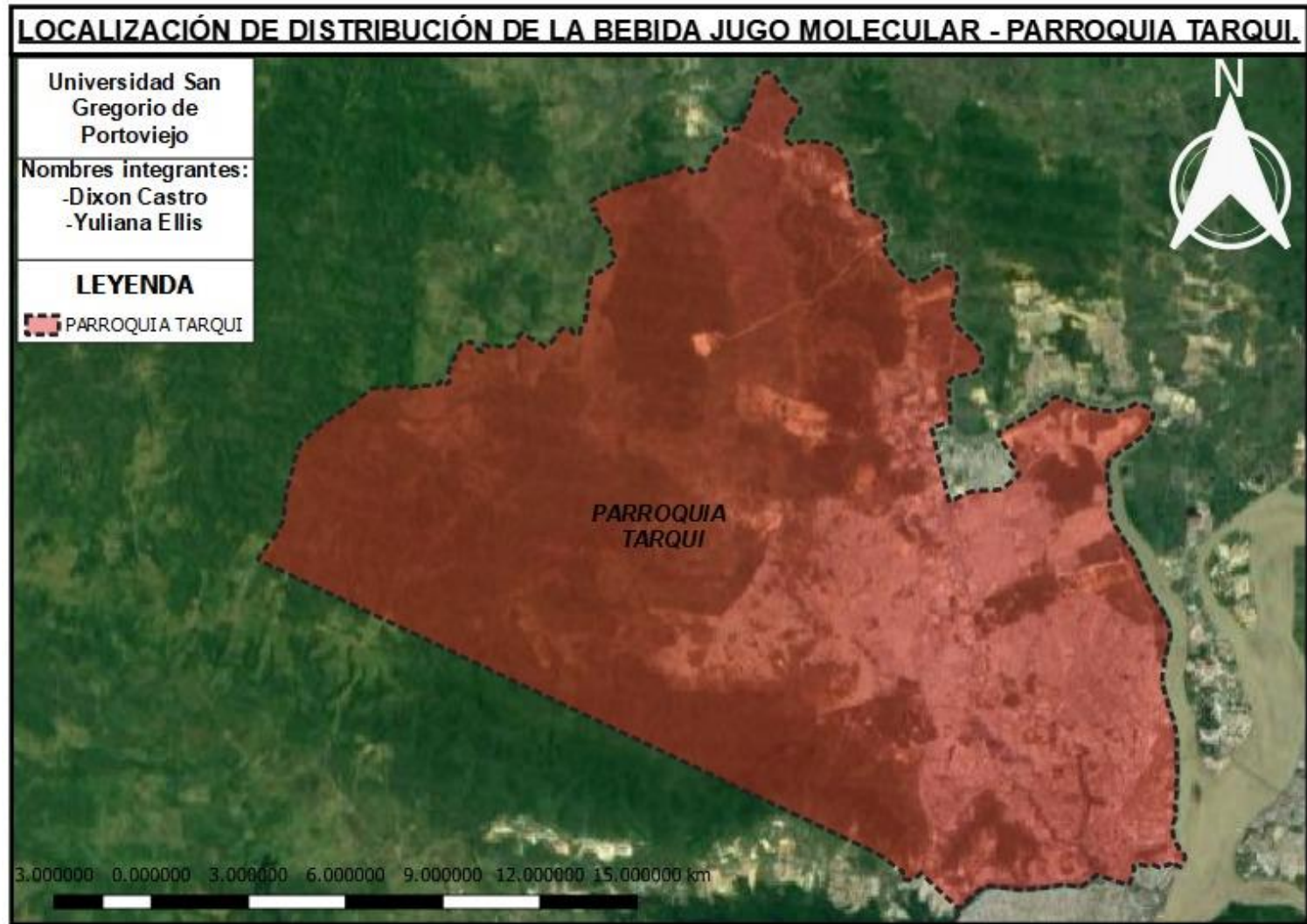


Figura 20. Localización de distribución bebida jugo molecular.

4.3.3. Tecnología del proceso productivo

Tabla 38

Tecnología del proceso productivo

Área	Puesto	Funciones	Actividades
Operario de producción	Gerente	Estratégicas y primarias.	Planificación. de oficina técnica, métodos y tiempos. La maquinaria y las instalaciones de la empresa, la investigación e innovación tecnológica y el diseño del producto.
Operario de distribución	Subgerente	Primarias	Planifica y distribuye los recorridos para los puntos de venta

Dentro del proceso productivo se deja establecido las tecnologías que serán útil para la producción de la nueva bebida Jugo Molecular, mediante técnicas empleadas y combinadas con la mano de obra, incluyendo a esto las maquinarias que forman parte del conjunto de operaciones dichos recursos de una u otra manera están inmersos en el proceso de transformar la materia prima en un producto terminado, A continuación, detalla el fundamento teórico de los principales procesos involucrados en la elaboración del producto.

Personal encargado de la producción del jugo molecular

En este caso para la elaboración de la bebida jugo molecular compuesta por el sumo de maracuyá y de naranja y sus partículas de moléculas elaboradas a base de la fruta frutilla es necesario una gran cantidad de operaciones individuales que a continuación se detallan:

Tabla 39

Operaciones individuales para la elaboración del producto.

Equipo de trabajo	Mejor competencia	Aporte de valor agregado	Redacción ampliada	Redacción simplificada
	Capacidad de organizar y dirigir el emprendimiento (idea negocio)	Área Administrativa, Financiera y mecánicas	Capaz de desarrollar una correcta planificación, organización y dirección y control de un emprendimiento, llegando a cumplir las metas y pronósticos dados dentro de un proyecto o idea dada	Organizar, planificar, dirigir, controlar y evaluar.
Gerente	Planeación y toma decisiones			
	Organización, dirección y guía del personal			
Operario	Conocimiento del		Encargado en la elección de materia prima y	

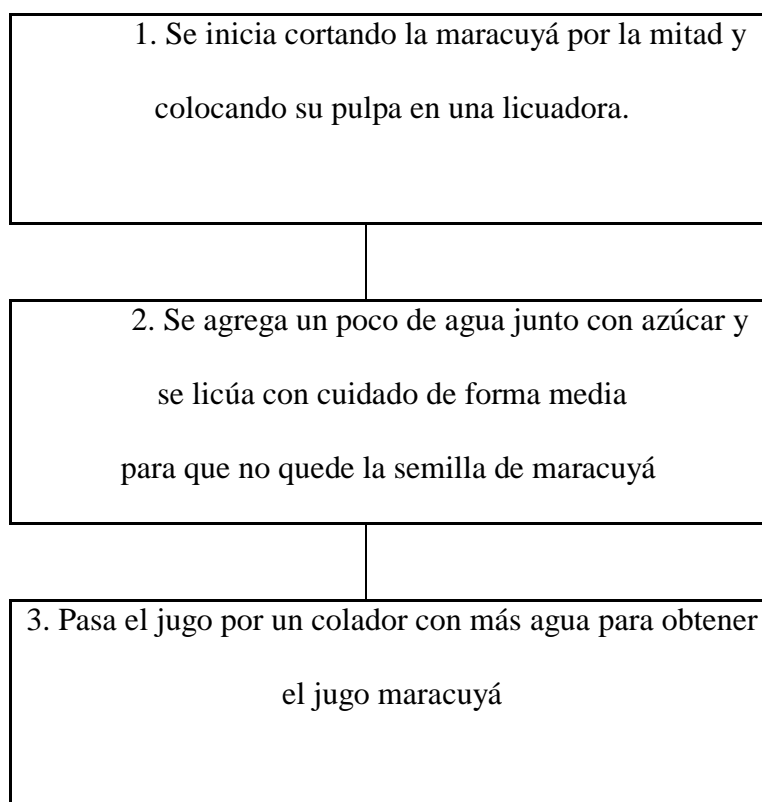
	funcionamiento de maquinaria	Área de tecnología y mecánica	herramientas para la producción de la materia prima	Define, elección, Operaciones
	Selección de materia prima para el proceso de producción			
	Conocimiento de la logística y distribución		Planificación y la gestión del flujo de materiales de la	
Distribuidor	Correcta Comercialización del producto	Área de venta y negociación Logística	manera más eficaz entre nuestros proveedores y nuestros clientes	Planifica, crea e implementa sistemas de mejora.
			finales, incluyendo la creación e implementación de sistemas de control y mejora.	

Redacción consolidada: Al poner en marcha el negocio, será necesario contar con un equipo de trabajo base para poder funcionar de manera organizada y planificada, cada área estará al mando de los dos integrantes del proyecto quienes tienen el conocimiento de cada acción y proceso a realizarse. Esperando que las funciones y trabajos de cada integrante sea de provecho.

Obtención los dos sabores de bebida

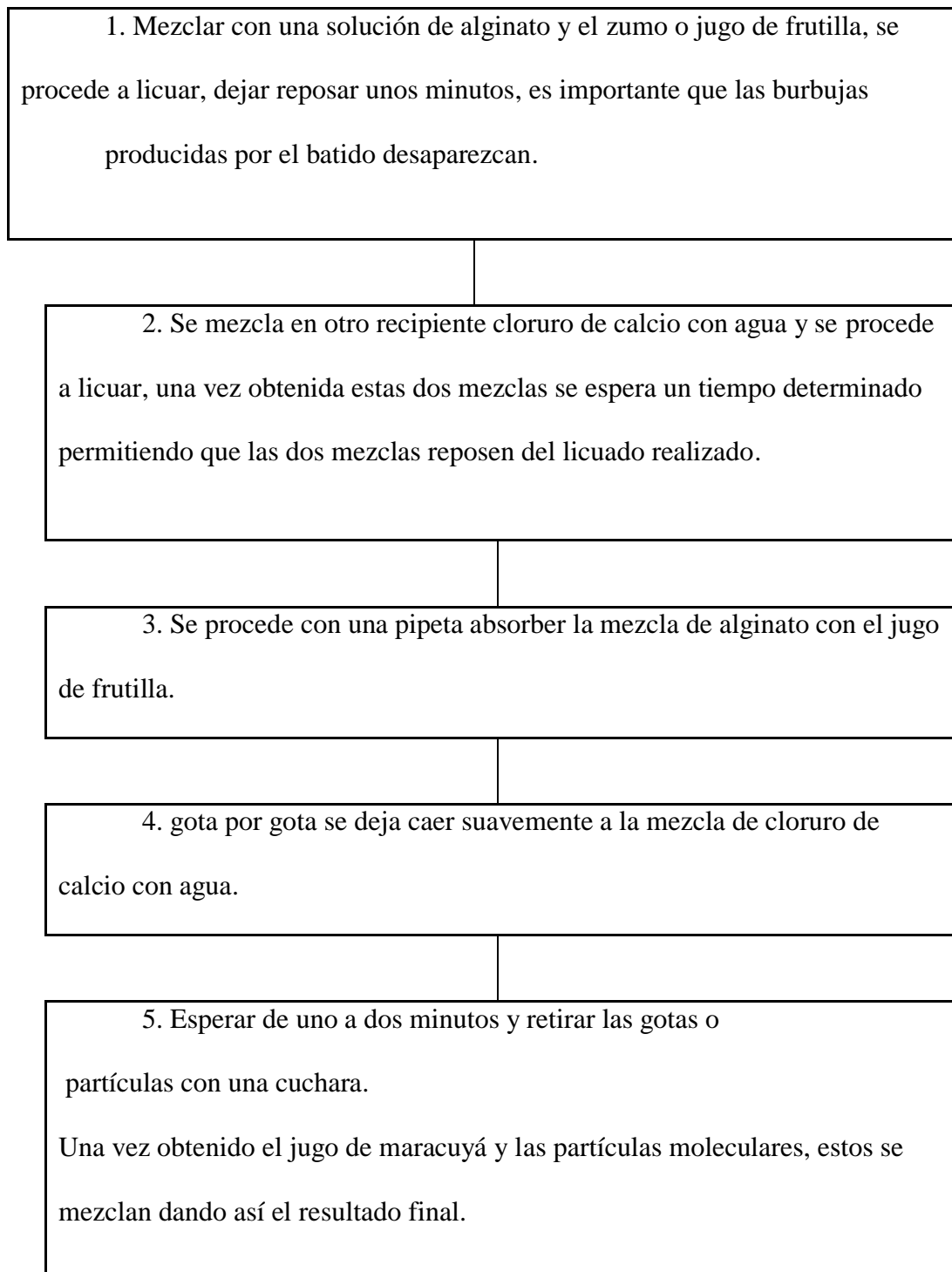
En esta etapa se tiene como materia prima la fruta maracuyá, frutilla y naranja. El objetivo en esta fase es transformar cada una de estas frutas en jugo como base de la bebida a elaborar.

Obtención de jugo molecular sabor a maracuyá



Obtención de la frutilla partículas moleculares para jugo de maracuyá

El objetivo de esta etapa es convertir esta fruta en partículas de moléculas comestibles, así pueda ser mezclado con el jugo maracuyá.



Obtención de jugo molecular sabor a naranja

1. Se inicia cortando la naranja por la mitad y se exprime con la ayuda de un exprimidor.

2. Se agrega un poco de agua al zumo de naranja junto con azúcar y se mezcla completamente.

3. Pasa el jugo por un colador para evitar las semillas y grumos y estará listo el jugo.

Obtención de la frutilla partículas moleculares para jugo sabor naranja

El objetivo de esta etapa es convertir esta fruta en partículas de moléculas comestibles, así pueda ser mezclado con el jugo naranja.

1. Mezclar con una solución de alginato y el zumo o jugo de frutilla se procede a licuar, dejar reposar unos minutos es importante que las burbujas producidas por el batido desaparezcan para que la

2. Se mezcla en otro recipiente cloruro de calcio con agua y se procede a licuar una vez obtenida estas dos mezclas se espera un tiempo determinado permitiendo que las dos mezclas reposen del licuado realizado

3. Se procede con una pipeta absorber la mezcla de alginato con el jugo de frutilla.

4. gota por gota se deja caer suavemente a la mezcla de cloruro de calcio con agua

5. Esperar de uno a dos minutos y retirar las gotas o partículas con una cuchara

Una vez obtenido el jugo de naranja y las partículas moleculares, estos se mezclan dando así el resultado final.

Proceso de embotellado

En este proceso se envasa la bebida debidamente obtenida, de acuerdo a las normas preestablecidas. La bebida se obtiene de la mezcla realizada ya con el producto terminado.

Las maquinarias y utensilios que se utilizarían en el proceso productivo que es la serie de técnicas empleadas y combinadas con la mano de obra, más las maquinarias que forman parte del conjunto de operaciones mediante estos recursos que de una u otra forma están inmerso en el proceso de transformar la materia prima en producto terminado.

En el proceso de embotellado también se procede a etiquetar y almacenar en cajas de cartón corrugado para su apilamiento. Finalmente, una vez listas las cajas se procede hacer los despachos a los puntos de ventas.

Estrategia de distribución

El objetivo de la cadena de distribución es permitir que el producto esté al alcance del consumidor antes de ingresar al mercado y sea comercializado por medio de puntos de venta como tiendas, mercados y supermercados, este producto será distribuido en los restaurantes la entrega del producto se realizara según lo solicitado por cada establecimiento por medio del vehículo de la empresa, una vez el producto alcance el reconocimiento y aceptación esperada ingresara a los puntos de ventas como tiendas, mercados y supermercados con esto se garantiza que el producto sea accesible para todos los clientes otro de los objetivos es lograr presencia en perchas de supermercados, que a más de generar ventas generan recordación de marca en los consumidores.

Dado a que es un producto innovador y se necesita llegar a los clientes como una bebida casera natural contando con los requisitos de ley, se debe trabajar específicamente con tiendas de barrios y con mayoristas, así podemos comunicar y dar a conocer la bebida.

Mayoristas

Los mayoristas en la ciudad de Guayaquil, son parte del centro de ventas, a estos mayoristas acuden los dueños de pequeños locales o tiendas y una gran cantidad de restaurantes ubicados en el sector y a su alrededor de la parroquia Tarqui para adquirir productos que expenderán durante su día a día.

Inversiones en activos

A continuación, describimos algunos de los elementos que no deben faltar y son de mucha utilidad para la elaboración de la bebida.

Tabla 40

Elementos para la producción.

Equipo	Descripción
<p>Batidora eléctrica o licuadora</p> 	<p>Este es un equipo eléctrico fundamental para realizar las mezclas de la materia prima y demás ingredientes a usar en el proceso de elaboración del jugo</p>
<p>Envase Mezclador</p> 	<p>Se necesita de recipientes que permitan retener las mezclas realizadas, es necesario tener uno por cada mezcla a realizar, en este caso son cuatro los sabores a utilizarse y el jugo principal que es el de maracuyá, adicional se necesita una para la mezcla de agua con cloruro de calcio.</p>
<p>Cucharon</p> 	<p>Se trata de una cuchara de metal con un mango fino y largo que puede ser utilizado para mezclar y recolectar las partículas de moléculas hechas.</p>
<p>Colador</p> 	<p>El colador servirá como cernidor al jugo y los zumos que se realizarán para evitar que los mismo vallan con semillas o pepas de la fruta.</p>

Medidor



El medidor es indispensable esto ayudará a que las proporciones de bebidas sean exactas, al igual que sus ingredientes. Se encuentran por lo general contruidos como un cono doble con diferentes medidas en ambos extremos.

Pipeta



Con la pipeta un instrumento muy útil que nos permitirá hacer las gotas de moléculas con medidas exactas.

4.3.4. Ingeniería del proyecto

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, es en esta parte que se elaborará el flujo del proceso de mayor importancia dentro de los demás, identificar quiénes están involucrados al momento de realizar el producto que es el jugo molecular.

Tabla 41

Flujo de procesos.

Orden de proceso	Involucrados
Inicio	Materia prima, Maracuyá, frutilla, naranja Insumos (agua, azúcar, envase, Cloruro de calcio, Alginato) Maquinaria Tecnología Mano de Obra Servicios básicos Elaboración del jugo molecular Selección de proveedores Mantenimiento de equipos y maquinarias
Proceso	Limpieza y desinfección de la materia prima Elaboración y Comercialización del jugo Contratación de personal.
Fin	Jugo molecular

4.3.5. Maquinarias y equipos


A continuación, describimos algunos de los elementos que no deben faltar y son de mucha utilidad para la elaboración de la bebida.

Tecnología de proceso

La tecnología se encarga de resolver los problemas prácticos del ser humano. Lo hace mediante el diseño y construcción de productos tecnológicos aplicando, para ello, un conjunto de conocimientos científicos y habilidades. No solo será necesario contar con los utensilios de preparación del producto sino también con equipos tecnológicos de gran utilidad dentro del proyecto. (Macías & Esparza, 2020, pág. 6)

Tabla 42

Tecnología de proceso.

Equipo	Características	Función
 <p data-bbox="316 399 430 430">Teléfono</p>	<p data-bbox="917 399 1096 430">Teléfono Fijo</p> <p data-bbox="836 472 1112 504">para Oficina, Pantalla</p> <p data-bbox="836 535 1063 567">LCD de 3 Líneas,</p> <p data-bbox="836 619 1039 651">Identificador de</p> <p data-bbox="836 682 1136 714">llamadas, 50 nombres y</p> <p data-bbox="836 756 1128 787">Números, Radial de 20</p> <p data-bbox="836 829 1112 861">Números, Restricción</p> <p data-bbox="836 903 998 934">de llamadas,</p> <p data-bbox="836 976 998 1008">Remarcación</p> <p data-bbox="836 1050 1079 1081">automática, Tono /</p> <p data-bbox="836 1123 1112 1155">Pulsos Manos Libres.</p> <p data-bbox="836 1197 1120 1228">Compacto Híbrido IP-</p> <p data-bbox="836 1270 1136 1302">PBX Legacy Panasonic</p> <p data-bbox="836 1344 1104 1375">KX-HTS32. Pantalla</p> <p data-bbox="836 1417 1063 1449">LCD: 3 líneas (16</p> <p data-bbox="836 1491 1144 1522">caracteres y 16 dígitos y</p> <p data-bbox="836 1564 1031 1596">fecha / imagen)</p> <p data-bbox="836 1638 1096 1669">Contraste de LCD: 4</p> <p data-bbox="836 1711 1136 1743">niveles Identificador de</p> <p data-bbox="836 1785 990 1816">llamadas: Sí</p>	<p data-bbox="1177 682 1307 714">Un equipo</p> <p data-bbox="1177 756 1404 787">importante para la</p> <p data-bbox="1177 829 1380 861">comunicación y</p> <p data-bbox="1177 903 1315 934">atención al</p> <p data-bbox="1177 976 1347 1008">consumidor o</p> <p data-bbox="1177 1050 1258 1081">cliente</p>

Lapto

Procesador: Intel Core i3-2310M 2.1ghz,
 Memoria RAM: 2GB DDR3, Disco Duro: 500GB
 5400RPM,
 Pantalla: LED 14" HD,
 Otros: DVD \pm RW, HDMI, Bluetooth 3.0
 Intel® Core™ i3-8130U (frecuencia base de 2,2 ghz, hasta 3,4 ghz con tecnología Intel® Turbo Boost, 4 MB de caché y 2 núcleos)

Siempre se debe contar con un equipo donde se puedan realizar procesos que surgen dentro del proyecto, teniendo en cuenta que es también muy útil para obtener información y podernos comunicar.

Impresora

Sistema de tanque de tinta de súper alta capacidad y economía - imprime hasta 7.500 páginas a color y 4.500 páginas a color, costo de

Nos permitirá producir los documentos que sean necesarios de forma física.



impresión ultra bajo
 - un set de botellas de
 tinta de reemplazo
 equivale a 35 juegos de
 cartuchos de tinta y un
 ahorro de hasta 90 por
 ciento.

4.4. Estudio Administrativo

El estudio administrativo es aquel que permite identificar la misión y visión de la empresa consolidada, en este caso Jugo Molecular, realizando la planeación adecuada, la organización, control y evaluaciones correspondientes a todas las actividades de la empresa para la producción de la bebida Jugo Molecular, con el fin de crear una estructura acorde y orientada a la producción. El estudio administrativo permitirá conocer sobre todos los procesos que se desarrollan dentro de la misma, así mismo como su estructura organizacional y los procesos que deben realizar los colaboradores. Permitirá conocer el paso a paso de la producción y los procesos administrativos.

Considerando que la empresa iniciará sus acciones con una inversión es necesario analizar las herramientas y pasos que direccionará y la guiará a través de los elementos administrativos como la planeación que defina el fin, el propósito, los componentes a tener en cuenta y las tareas. Los elementos de este estudio administrativo para el desarrollo de la producción de la bebida jugo molecular, en el cantón Guayaquil, es un proyecto de inversión que identificará hacia dónde va la empresa, su crecimiento, según las tendencias del mercado, economía y sociedad.

4.4.1. Análisis Situacional

Esta empresa se basa en poder cumplir y a su vez satisfacer las necesidades del mercado, a través de la producción y distribución de la bebida Jugo molecular cumpliendo con los estándares establecidos y entregando un producto final de calidad que aporte valor nutricional, dirigido al bienestar de la comunidad.

Misión

Somos una empresa legalmente constituida y reconocida por su excelencia, otorgando nuestro producto Jugo molecular con la selección de la materia prima de la más alta calidad, siendo responsables del cuidado de la comunidad, así como con el desarrollo del medio ambiente.

Visión

Ser una productora de bebidas reconocida por su excelencia y calidad, proyectados en los próximos cinco años liderar las ventas de las bebidas de jugos naturales en la parroquia Tarqui, cantón Guayaquil, provincia del Guayas.

Valores institucionales

Se determina y se destaca que las personas que componen una empresa, necesitan contar con valores que contribuyan a su conducta ética y por tanto cumplan con los requisitos de su entorno empresarial. Comprendan cómo funciona cada miembro.

- Responsabilidad
- Calidad
- Integridad
- Honestidad
- Trabajo en equipo

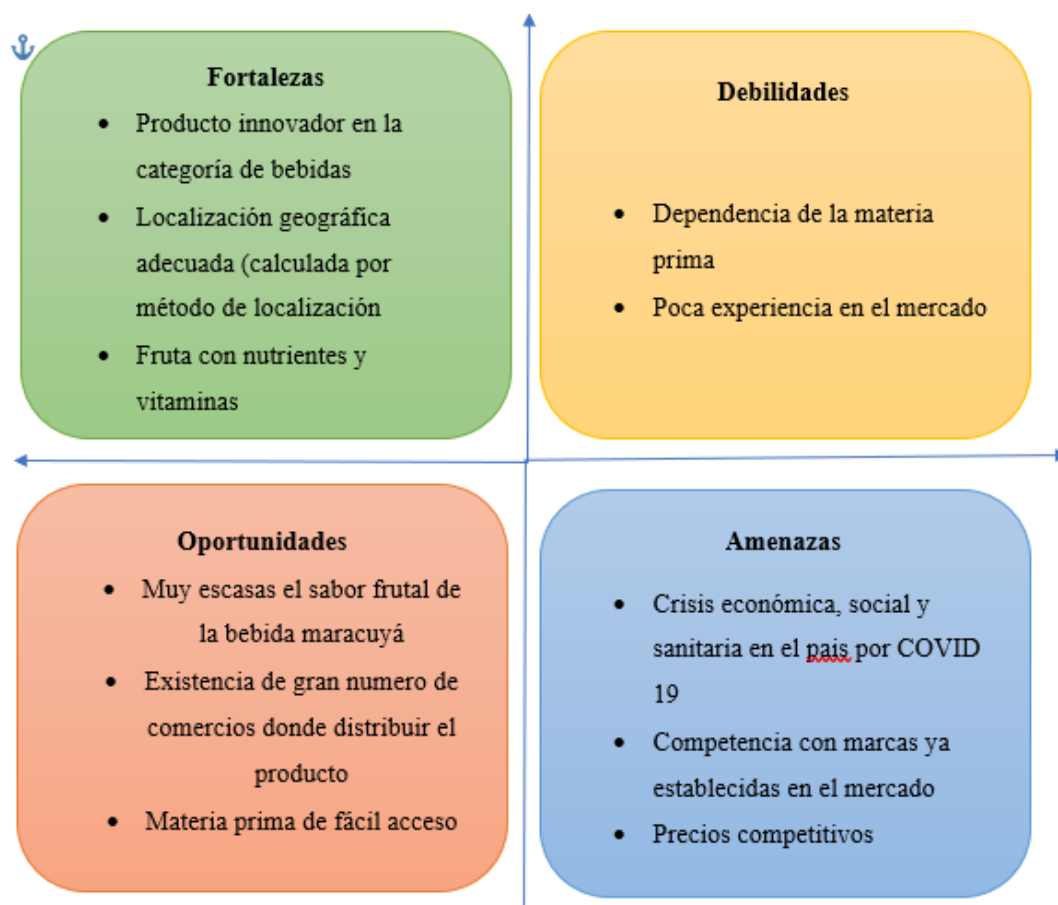


Figura 21. Análisis FODA.

Análisis FODA o DAFO


Análisis PEST

El análisis Pest (también conocido como PESTLE) es un instrumento que facilita la investigación y que ayuda a las empresas a definir su entorno, analizando varios factores cuyas iniciales son sus siglas Pest. Se trata de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos y se le añade a esto otros dos factores, los ecológicos y los legales. (Martín, 2017, pág. 1)

Factores políticos.

Los factores políticos tienen que ver con la vida política en todos los aspectos local, regional, nacional e internacional que puedan afectar a la actividad de una empresa en el futuro, la manera como se maneja las instituciones puede generar conflicto de poder por competencia de diversos organismos del estado. (Trenza, 2020, pág. 1)

Ecuador es un país democrático que mantiene un poder descentralizado mediante los gobiernos autónomos descentralizados, durante el gobierno actual vemos que el país mantiene una estabilidad política, El Gobierno ecuatoriano reconoce que el actual modelo de crecimiento basado en la explotación de los recursos naturales como el petróleo, no es sostenible a largo plazo. Por lo anterior y basado en medidas de carácter fiscal se lleva a cabo la expansión del gasto público para aumentar la demanda del Gobierno y del sector privado e impulsar con ello la actividad económica del país, generar empleo e ingresos, al producir una nueva bebida innovadora se relaciona y se acepta en su parte política dado a que las ventas en el sector privado deben estar en crecimiento y que los costos de producción deben ser bajos para que de esta forma las empresas y los consumidores puedan continuar generando dinero.



Resumen Una visión general de los indicadores laborales

Indicadores Nacionales (en % respecto a la PEA)	mar-19	jun-19	sep-19	dic-19	sep-20*
Tasa de participación global	66,5	66,8	67,8	65,3	62,8
Tasa de empleo adecuado	37,9	37,9	38,5	38,8	32,1
Tasa de subempleo	18,7	20,3	19,7	17,8	23,4
Tasa de desempleo	4,6	4,4	4,9	3,8	6,6

*La metodología de levantamiento de la ENEMDU de septiembre 2020 fue 98,9% con encuestas cara a cara y 1,1% mediante llamada telefónica.

Figura 22. Tasa de desempleo en el Ecuador – diciembre 2019.

Fuente. Políticas contables vigentes en el Ecuador (INEC, 2020)

Considerando las políticas vigentes que se deben tener en cuenta para la producción de una bebida tenemos lo siguiente:

Mensuales.

- Declaración mensual de impuestos al SRI retenidos en fuente.
- Impuestos al valor agregado IVA.
- Preparación y declaración mensual de Anexo Transaccional.
- Anuales.
- Preparación y declaración de 1.5 por mil del impuesto municipal sobre los activos.
- Preparación y declaración del impuesto a la patente.
- Análisis de cálculos y registros de la provisión de impuesto a la renta y del anticipo del impuesto a la renta por el año posterior a dicha declaración.

- Elaboración y transmisión de informes al Ministerio de Relaciones Laborales
- Elaboración Impuesto a la Renta.

Según los deberes contemplados en el código de trabajo si deseamos empezar nuestro negocio y contar con empleados debemos tomar en cuenta el manejo de nómina cumpliendo con lo siguiente:

- Aviso de Entrada y Salida Seguro Social IESS.
- Pago de obligaciones patronales.
- Elaboración y entrega de Rol de pagos.
- Preparación de formulario 107. “Comprobantes de retención en la fuente del Impuesto a la Renta, por ingresos de trabajo en relación de dependencia”.
- Elaboración Anexo de Relación de dependencia (RDEP).
- Presentación de informes al Ministerio de Relaciones Laborales: Décima tercera remuneración, décima cuarta remuneración e informe de participación sobre utilidades.

Factores económicos.

En el factor económico se identifica los indicadores que pueden llegar a influir en lo positivo o negativo dentro de los objetivos del proyecto, la demanda y la oferta, los costos de la materia prima, la mano de obra, condiciones de crédito que se logren obtener, la recesión podría ser uno de los obstáculos para la viabilidad del proyecto también se identifican en este factor, situación económica local, tendencias en economía local, asuntos generales de impuestos e impuestos específicos de los productos y servicios.

La crisis económica mundial y en el país conlleva al cambio con nuevas estrategias. La dependencia del petróleo como la mayor fuente de ingresos más otra de menor, no es un ingreso fue un ingreso estable para este año, pues las consecuencias fueron, por una parte, las políticas de restricción y recaudación impuestos; por otra, la limita actuación del sector privado para la inversión y la elevada ola de desempleo. La inflación mensual en enero 2020, respecto a diciembre 2019, fue de 0,23%.

La inflación anual de precios de enero de 2020, respecto a enero de 2019, alcanzó - 0,30%; como referencia, en enero de 2019 fue del 0,54%. Finalmente, en enero de 2020 el costo de la Canasta Familiar Básica (CFB) se ubicó en USD 716,14, mientras que, el ingreso familiar mensual de un hogar tipo fue de USD 746,67, lo cual representa el 104,26% del costo de la CFB.

Factores sociales.

El control de circulación de venta al público es legitimado por la Agencia Nacional de Regulación Control y vigilancia Sanitaria. Los componentes de los alimentos preparados requieren de aprobación pues esta entidad controla las ofertas de consumo dañinas para el ser humano; parte de la formulación del producto.

La población, la estructura familiar en permanente cambio de solteros y casados, la población con mejor instrucción académica, mayor diversidad cultural y étnica (racial, discapacidad, cultural, tradición, opción sexual, religión), cambios en los gustos o en las modas que repercutan en el nivel de consumo y en cuanto al sector de la industria alimenticia en el que se encontrará la elaboración y producción del jugo molecular, así cumplir lo propuesto.

Factores tecnológicos

La tecnología que se utilice para la producción de jugos tiene un rol determinante pues ayuda a preservar las valiosas sustancias naturales que contienen las frutas, así mismo las herramientas tecnológicas que se implementarán nos servirán de ayuda en la elaboración del jugo, la innovación tecnológica como el comercio virtual, redes sociales serán las fuentes de publicidad y comunicación para dar a conocer nuestro producto y así poder llegar a más locales de la parroquia Tarqui, durante todo este proceso el proyecto se adaptará a las nuevas tecnologías para ser competitivos esto incrementaría la eficiencia y nos dará como resultado beneficios varios.

Factores ecológicos.

Se corresponde a los escenarios que pudieran presentarse en relación a la probabilidad de escasez de materias primas y aumento de la contaminación, es necesario en este sentido dar importancia y conciencia social ecológica actual y futura.

Una de las alternativas al momento de la producción de la bebida es que su presentación sea en botellas plásticas reciclables con el único fin de crear conciencia en la comunidad sobre la importancia de precautelar nuestro medio ambiente.

Dando la consideración como producto o materia prima principal que serán las frutas, es necesario abordar el plan actual que tendrán los proveedores para enfrentar la actual crisis sanitaria, social y económica producida por los efectos de la pandemia Covid 19. La propuesta del presente trabajo se enlaza a las teorías de las tres R que son reusar, reciclar y reducir, en los ámbitos administrativos y logísticos.

Factores legales.

De acuerdo a las leyes Ecuatorianas sobre el empleo, los derechos de propiedad intelectual, las leyes de salud, seguridad laboral, leyes de protección medioambiental, regulación sobre el consumo de energía, el reciclaje de residuos, leyes anti-monopolio, certificaciones, acreditaciones necesarias para ejercer, estándares nacionales e internacionales y la privacidad de los usuarios, son respaldos y beneficios que se dan al proyecto donde permite sin problema alguno la elaboración y producción de la bebida.

Con este nuevo producto natural elaborado con frutas se desea contribuir a la salud de consumidor, se sustenta en la ley del consumidor el poderlo realizar estableciendo como norma, la visualización de los precios oficiales del producto en los lugares donde serán distribuidos.

4.4.2. Organigrama

El organigrama es una representación gráfica de la empresa, donde se presenta a cada uno de los colaboradores y a quienes se reportan directamente, cada uno de ellos tienen sus funciones, de esta manera todo se mantiene organizado.

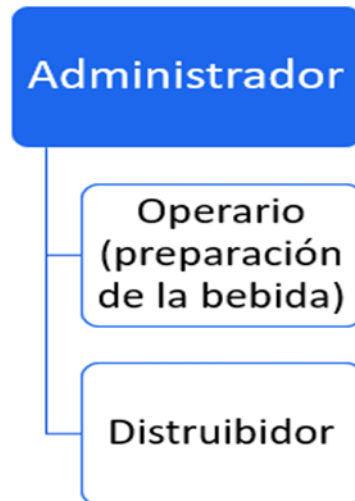


Figura 23. Organigrama.

4.4.3. Funciones del talento humano

Se realiza una previa selección de proveedores de materia prima, para evaluar características diferentes, tales como: precio, cantidad, calidad, tamaño, etc., así mismo cumplir con ciertos estándares que cumplan los requisitos para una preparación de calidad.

El administrador es el encargado de acercarse a los proveedores para poder evaluar la materia prima correspondiente y en base a su criterio de evaluación según los estándares planteados escoger la mejor opción. Una vez escogido el proveedor se procede a realizar las respectivas negociaciones para establecer el contrato y abastecer de materia prima.

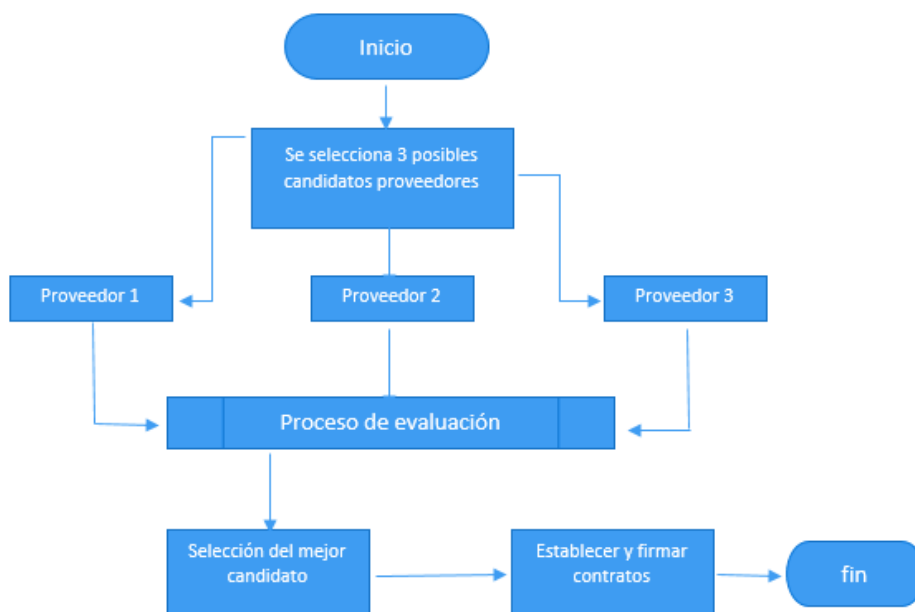


Figura 25. Elección de proveedor.

Proceso de Abastecimiento

El proceso de abastecimiento es uno de los más importante ya que por medio del mismo se establece una buena producción de la bebida Jugo Molecular, las bodegas deben estar abastecidas para poder cubrir la producción que demanda el mercado. Para lograr una buena gestión del control de abastecimiento se debe tomar en cuenta que la materia prima que ingrese sea dirigida hasta la bodega y colocada en el lugar específico de las misma, con esto se logra mantener el orden y así un flujo de manera más efectiva dentro de la bodega, llevar el control semanal de cuanto inventario se mantiene en bodegas para saber cuándo volver abastecerse y evitar pérdidas en la producción, en caso de que aún se mantenga stock de materia prima en bodegas se clasifica en cual se desecha y cual se la procesa.

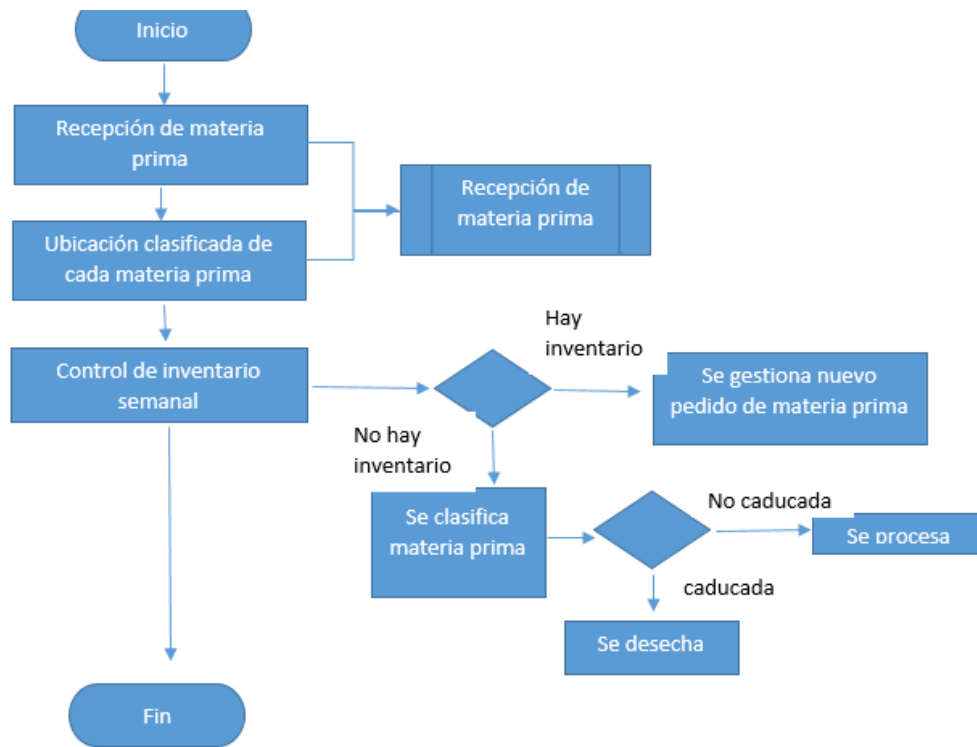


Figura 26. Proceso de abastecimiento.

Proceso de Producción

Se procede a realizar la clasificación de la materia prima en este caso las más destacadas dentro del proceso es la maracuyá, naranja y frutilla, para la extracción de la pulpa de la fruta, cada una con su respectivo manejo adecuado, una vez realizado este paso, se cuele para retirar los restos de la fruta y quedar con todo el extracto líquido de las frutas. Luego se mantiene en refrigeración mientras se procede a realizar el jugo de maracuyá y naranja, se le integra agua y azúcar, realizado esto se procede a ser guardado en refrigeración y a su vez se procesa el extracto de mora, este se mezcla con alginato y luego con cloruro de calcio para integrar vitaminas a las partículas, con ayuda de una pipeta se extrae el extracto y se procede a realizar esferas de frutilla, sumergirla en agua por un minuto para que la molécula de frutilla se solidifique, una vez pasado el minuto estas esferas se retiran del agua y se integran al jugo de maracuyá y naranja en sus respectivos envases para la comercialización.

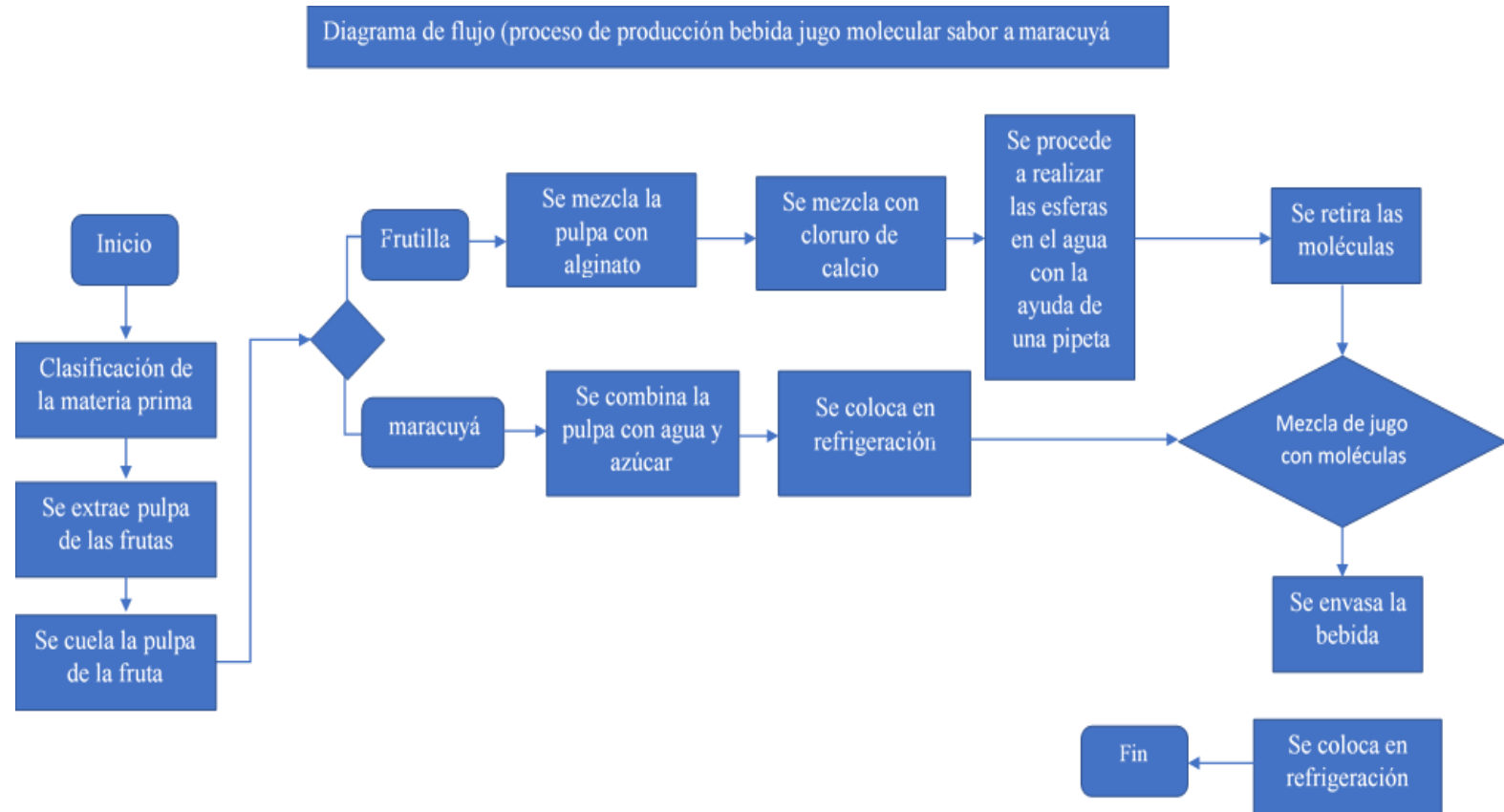


Figura 27. Diagrama de flujo/ proceso de producción bebida jugo molecular sabor a maracuyá.

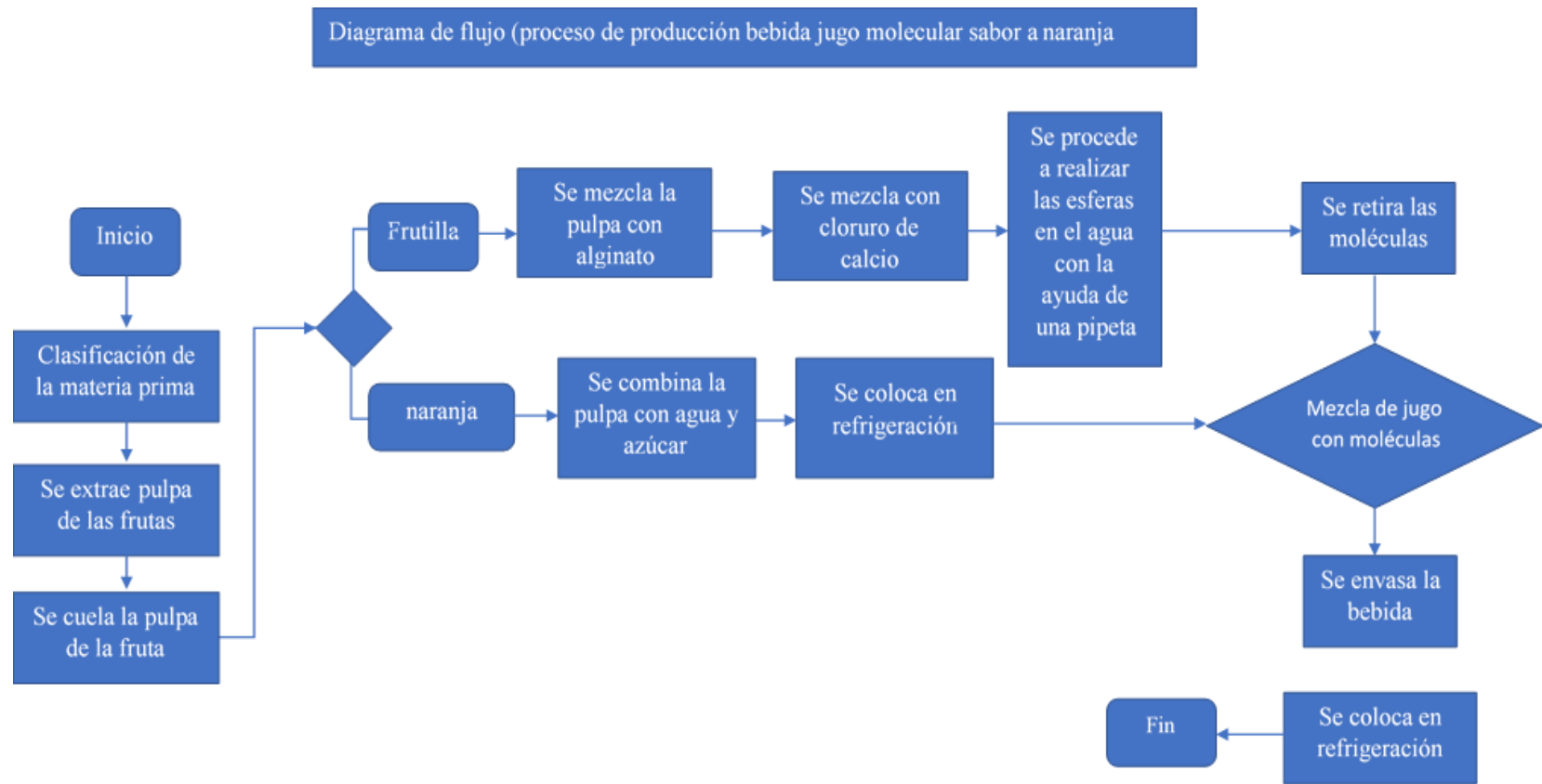


Figura 28. Diagrama de flujo/ proceso de bebida jugo molecular sabor a naranja.

Manual de Funciones Generalidades

El equipo de trabajo debe tomar todas las acciones debidas para garantizar un producto de calidad que cumpla con las necesidades del mercado, cumpliendo con las responsabilidades que mantiene cada uno de los colaboradores.

Políticas

La empresa tiene el deber de otorgarles un lugar de trabajo con un ambiente armónico y limpio para desarrollar sus actividades de la mejor forma, tienen derecho a todos los implementos necesarios para entregar un producto de calidad y que cumpla con todas normas sanitarias exigidas.

Los colaboradores tienen derecho a su tiempo de descanso dentro de la jornada laboral, los resultados obtenidos de la producción y distribución de la bebida jugo molecular son de conocimientos de toda la compañía.

Objetivo General

Producción y distribución de la bebida jugo molecular cumpliendo con todos los estándares exigidos y a su vez satisfacer la necesidad del mercado.

Puestos de trabajos administrador general

Es el jefe directo del emprendimiento, es la máxima autoridad, no se reporta directamente con nadie, es aquel encargado de gestionar los procesos de negociaciones, compras, controlar que todo esté funcionando según los establecido.

Objetivo

Establecer un orden en las operaciones y funciones que se realizan dentro de la organización manteniendo un ambiente sano y armónico para los colaboradores.

Responsabilidad

- Encargado de establecer las negociaciones con los proveedores de materia prima.
- Realizar las compras necesarias de materia.
- Planificar estrategias de ventas y marketing.
- Gestionar negociaciones con el cliente externo.
- Administrar los procesos de la empresa.
- Controlar y evaluar el desempeño de los colaboradores.
- Encargado de la contabilidad de la empresa.

Requisitos del Cargo

- Título de tercer nivel en áreas de Administración de empresas, CPA, Ingeniero comercial o carreras afines
- Conocimiento intermedio de Excel, Power BI.
- Poseer buenas relaciones interpersonales
- Trabajar bajo presión, orientado al cumplimiento de los objetivos.

Funciones

- Dirección de las funciones de las demás operaciones de la empresa
- Controlar y evaluar las operaciones de la empresa
- Realizar negociaciones con proveedores
- Realizar negociaciones con los clientes externos
- Realizar informes de producción mensual
- Llevar registros contables de manera mensual, semestral y anual
- Realizar contabilidad de la empresa.

Encargado de Operaciones

El personal de operaciones de la empresa se reporta directamente al Administrador, este se encarga de realizar los procesos necesarios para terminar el producto final que será distribuido en el mercado.

Objetivo

Producción de la bebida Jugo Molecular con una alta calidad que cumpla con todos los estándares exigidos.

Responsabilidad

- Seleccionar la materia prima indicada para la producción.
- Encargada de realizar el producto final.
- Tomar todas las medidas de higiene para realizar la bebida.
- Dar el uso adecuado a la materia prima.
- Usar todos los implementos establecidos para la producción.
- Realizar la bebida según lo establecido en el proceso de producción.

Requisitos del cargo

- Ser mayor de 18 años.
Haber culminado estudios académicos de segundo nivel (Bachiller).
- Tener buena comunicación.
- Trabajar bajo presión, orientado al cumplimiento de los objetivos.

Funciones

- Producción de la bebida jugo molecular.
- Aseo de implementos y su área de trabajo.
- Registro diario de consumo de materia prima.
- Almacenar producción

Despachador (Distribuidor)

El distribuidor de la empresa se reporta directamente al Administrador, este se encarga de realizar los procesos de logística necesarios para la entrega del producto final en el mercado.

Objetivo

Realizar la logística según lo establecido en los procesos para la entrega del producto final en los establecimientos donde serán comercializados para consumo del cliente final.

Responsabilidad

- Receptar el producto final.
- Entregar el producto final hacia su destino.
- Uso responsable del activo de la empresa (Vehículo)
- Manejo apropiado de mercadería.
- Receptar cobro de pedido en caso de que sea pago en efectivo.
- Entrega de factura de pedido.

Requisitos del Cargo

- Tener licencia de conducir tipo C.
- Experiencia en manejo de camiones o camionetas al menos 1 año.
- Conocimiento de mecánica.
- Buena presencia.
- Facilidad de comunicación.
- Trabajar bajo presión, orientado al cumplimiento de los objetivos.

Funciones del cargo

- Encargado de la logística de la mercadería.
- Entrega de facturación al intermediario.
- Recepción de pagos por pedidos.
- Entrega de mercaderías a todos los puntos de distribución.

4.5. Estudio Legal

El estudio legal corresponde a los aspectos que antes de iniciar algún proyecto se deben evaluar a la hora de poner en marcha algún proyecto de inversión. En la república del Ecuador es obligatorio y necesario acogerse a todas las regulaciones y normativas resueltas por el estado, las cuales regulan todas las actividades de ejecución y operación para de esta manera funcionar de manera legal. Para el presente proyecto de la empresa Jugo Molecular el primer paso para comenzar con sus operaciones de producción debe considerar obtener todos los permisos de funcionamiento establecidos por las regulaciones del estado ecuatoriano.

De acuerdo a la Ley de Compañía todo trámites y procedimientos relacionada con actividades y operaciones productivas deben realizarse en las instituciones públicas y los gobiernos autónomos descentralizados que ejercen la potestad de conceder permisos o autorizaciones en el artículo dos establece las cinco especies de compañías de comercio.

Tabla 43

Especies de compañía.

Tipo	Miembros	Capital Mínimo
Nombre colectivo	A partir de 2 miembros	\$ -
Responsabilidad Limitada	A partir de 3 hasta 15 miembros	\$ 400,00
Compañía Anónima	A partir de 2 miembros	\$ 800,00
De Economía Mixta	A partir de 2 miembros	\$ 800,00
En Comandita Simple	A partir de 2 miembros	\$ -
En Comandita por acciones	A partir de 2 miembros	\$ 800,00

4.5.1. Tipo de empresa

Para la constitución de la empresa Jugo Molecular se escogerá una Sociedad Anónima, la cual esta compuestas por dos miembros accionistas, cumpliendo con lo establecido de los miembros según el registro mercantil a la Ley de Compañías. Para poder establecer esta sociedad se debe conocer los requisitos necesarios.

- Mínimo dos personas para su constitución
- Legalmente capaces con consentimiento libre y espontáneo.

USD. 800.00 para capital mínimo requerido, debe ser integrado en un 25% en una cuenta de integración de capital (banco) y el 75% se lo podrá pagar a dos años.

El capital se divide en acciones, que son títulos negociables en el mercado, sin que pueda establecerse limitación alguna a este respecto.

- La responsabilidad de los accionistas es limitada.
- Actúan bajo una denominación objetiva que constituye su propiedad.
- Se administra por mandatario, con mandato revocable en cualquier momento.

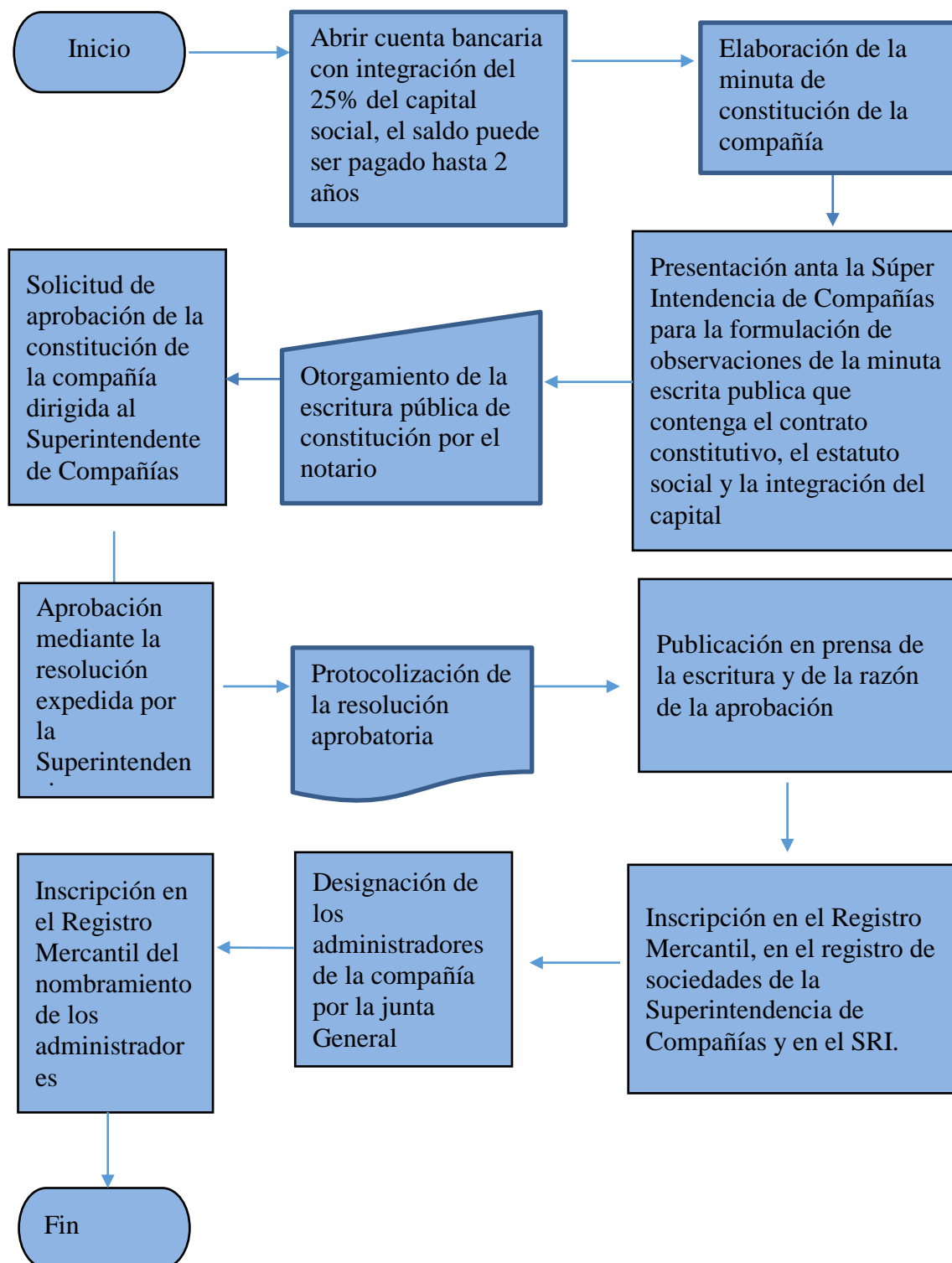
Tramite a seguir

Figura 29. Diagrama de flujo / trámite para apertura de negocio.

Permisos de funcionamiento

Toda persona ya sea jurídica o natural necesita los permisos necesarios para realizar sus actividades comerciales y poder ejercer según las normativas establecidas en la república del Ecuador. Jugo Molecular debe obtener los permisos necesarios que son emitidos por entes públicos, es importante conocer cuáles son los permisos y normativas que se deben adquirir para la producción. Cabe indicar que en el caso de incumplimiento puede existir sanciones que fortalezca a las leyes establecidas y de acuerdo a lo manifestado por ARCSA en el artículo 254 será sancionado con una multa de cinco salarios básicos unificados del trabajador en general, el incumplimiento a lo dispuesto.

Antes de acercarse a emitir cualquier permiso de funcionamientos realizados por las instituciones públicas es necesario tener la siguiente documentación:

- Copia de cedula o pasaporte del propietario del negocio.
- Copia del certificado de votación del propietario del negocio.

Requisitos para solicitar El Registro Único de Contribuyente (RUC)

- Escritura de constitución, nombramiento de representante legal o agente de retención.
- Presentar el original y entregar copia de la cedula o pasaporte del representante legal.
- Presentar original y entregar copia del certificado de votación del último proceso electoral de votación.
- Entregar copia de documento que certifique la dirección del domicilio fiscal o nombre del sujeto pasivo.

Requisitos para obtención del Registro Sanitario (ARCSA)

Llenar formulario de solicitud, análisis de laboratorio autorizado del producto, descripción del proceso de producción, diseño de etiqueta, tiempo de vida útil, especificaciones físicas y químicas del material de envase, código de lote

Pagar valor de \$104.54 dólares americanos para el trámite.

Requisitos para solicitar certificado otorgado por el cuerpo de bomberos

Copia del Registro Único al Contribuyente (RUC).

Llenar solicitud para inspección de las instalaciones, costo de \$ 5.00 dólares americanos.

Con estos documentos el representante legal deberá acercarse a las Oficinas del Cuerpo de Bomberos donde le entregarán la orden de pago para solicitar el certificado, el costo depende del tamaño de la planta.

Requisitos para registro de Patente Municipal.

- Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y/o financieras está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal, los requisitos son los siguientes.
- Llenar Formulario para el registro de patente.
- Presentar original y entregar copia de la cedula de ciudadanía o pasaporte del representante legal
- Presentar original y entregar copia de certificado de votación del último proceso electoral.
- Copia del Registro Único al Contribuyente (RUC).

- Presentar original y entregar copia del certificado de seguridad (Permisos otorgados por el cuerpo de bomberos).
- Pagar un valor de \$ 50.00 dólares americanos para el trámite.

Requisitos para el registro de la marca (IEPI).

- Adquirir formato para la búsqueda del nombre que quiera poner a su producto.
- Pagar un valor de \$ 8.00 dólares americanos, para la búsqueda del nombre que desee para el producto
- Esperar 72 horas para recibir respuesta.
- Si el nombre no está registrado, deberá presentar la solicitud del mismo.
- Formato original del nombre y adicional tres copias.
- Pagar el valor de \$ 54.00 dólares americanos para publicar el nombre requerido en la Gaceta de la Propiedad Intelectual (IEPI).
- Se concede 30 días laborales para presentar reclamos u oposiciones.
- Pagar el valor de \$ 28.00 dólares americanos.

Requisitos para obtención de los permisos municipales

Para la obtención de la tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios otorgada por el Municipio, se deben tramitar previamente los siguientes documentos.

- Tasa única de trámite de tasa de habilitación.
- Solicitud para habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.
- Copia de cédula de ciudadanía.
- Copia de certificado de votación del último periodo electoral.
- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC).

- Carta de autorización para la persona que realiza el trámite.
- Copia del certificado de patente del año a tramitar.
- Certificado de seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Conclusiones

De acuerdo a cada punto planteado dentro del capítulo cuatro y de acuerdo a los resultados obtenidos a través de la entrevista y la encuesta se llega a concluir que el proyecto tiene una gran probabilidad de aceptación por habitantes del sector parroquia Tarqui, también gracias a estas dos herramientas de investigación se pudo llegar a analizar y entender acerca de la bebida deseada por los consumidores como es el tipo de sabores, tamaño, precio y entre otras características que se prefiere en el mercado, de esta forma lograr un posicionamiento desde el inicio de la puesta en marcha del proyecto.

- En la parte de estudio de mercado se identificó el nivel de aceptación que tendría la elaboración y producción de la bebida jugo molecular, tales como aceptación en preferencias, presentación de la bebida, estrategias, comercialización, distribución, publicidad, slogan y logotipo del producto, cada detalle cuenta como fundamental para que sobresalte el producto en el mercado.
- En el estudio técnico, se detalló cada instrumento, maquinarias y utensilio a utilizar para un correcto proceso del negocio. En la parte de localización se logró identificar cual es el lugar apropiado donde se va a producir las unidades de bebidas moleculares. Con el fin de tener lo necesario al momento de poner en marcha el proyecto.

- En el estudio administrativo se analizó detalladamente los cargos y cada una de sus funciones al momento de preparación y comercialización, esto ayudará a una buena distribución del trabajo y correcto orden administrativo.
- Se tiene también el estudio legal donde se llegó a tomar la decisión de constituir una vez puesta en marcha el proyecto, como sociedad anónima, dentro del mismo se detallan cada una de las obligaciones, requisitos y trámites a seguir para la apertura del negocio, cada uno de estos requisitos serán obligatorios cumplirlos según la ley.
- En el estudio financiero se desarrolló los resultados del VAN, tanto económico como financiero,

Recomendaciones

- Es recomendable que cada tema y punto desarrollado dentro de este capítulo sean puesto en práctica para obtener los resultados deseados, así se podrá cumplir con los objetivos y metas que se desean cuando el producto sea puesto en distribución a los lugares establecidos.
- Dar seguimiento continuo a las actividades que realizará cada persona con el fin de corregir en el caso de que algo este fuera de lo ya acordado, esto permitirá la conservación respectiva del proceso y se logrará mantener una adecuada distribución.
- Se debe cumplir el nivel jerárquico que ya ha sido establecido, ya que es importante que el funcionamiento dado a cada puesto se realice sin problemas, se debe respetar los reglamentos y tareas ya repartidas.

- Poner en marcha el proyecto de producción jugo molecular de acuerdo a los análisis que se realizó en base a los resultados y así obtener con éxito la viabilidad de la presente investigación.

Capítulo V

5. Propuesta

5.1. Título de la propuesta

Propuesta de un estudio de prefactibilidad para la producción de la bebida “Jugo Molecular” en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil.

5.2. Autores de la propuesta

- Castro Suárez Dixon.
- Ellis Carreño Yuliana.

5.3. Empresas auspiciantes

- Ninguna.

5.4. Área que cubre la propuesta

La propuesta para la producción de la bebida Jugo Molecular está destinada hacer distribuida en los restaurantes y establecimientos de comida ubicados en la parroquia Tarqui, cantón de Guayaquil, posteriormente con el crecimiento debido poder distribuir el producto en puntos de ventas como tienda de barrio, mini market y cadenas de supermercados.

5.5. Fecha de presentación

2 de julio 2021.

5.6. Fecha de terminación

Según cronograma.

5.7. Duración del proyecto

El tiempo del proyecto tiene duración de cinco años y este podrá seguir ejerciendo sus actividades laborales según la oferta y demanda del mercado.

5.8. Participantes del proyecto

Autores del proyecto, proveedores de materia prima e insumos, población objetiva.

5.9. Objetivo general de la propuesta

Determinar la estimación económica de la producción y distribución de la bebida Jugo Molecular para evaluar su rentabilidad financiera en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil.

5.10. Objetivos específicos

- Determinar el valor de inversión total requerida para conocer el financiamiento total del proyecto y el aporte que los accionistas deban realizar.
- Identificar el presupuesto estimado de los ingresos y egresos según el mercado para poder conocer la producción y la demanda del mismo en el mercado.
- Analizar la rentabilidad financiera del proyecto y si es sostenible en el tiempo.

5.11. Beneficiarios directos

- Castro Suarez Dixon.
- Ellis Carreño Yuliana.

5.12. Beneficiarios indirectos

- Proveedores de materia prima e insumos.
- Población objetiva.

5.13. Impacto de la propuesta

La bebida Jugo Molecular tiene la posibilidad de ser comercializada en el mercado y que tenga una buena acogida, ya que en la actualidad la inclinación por consumir productos naturales y saludables está en aumento, es donde entra dicha bebida Jugo Molecular que está realizada a base de zumo de frutas, con propiedades vitamínicas, con un valor agregado que la diferencia de los demás productos de la competencia y son sus partículas o moléculas de sabores que explotan en la boca dando una experiencia nueva y deliciosa al consumidor.

5.14. Descripción de la propuesta

La propuesta del estudio de prefactibilidad para la producción de la bebida Jugo Molecular en la parroquia Tarqui, del cantón Guayaquil está enfocado a la comercialización por medio de restaurantes que pertenecen a este sector, con la finalidad de satisfacer la necesidad de consumo de los clientes y a su vez tener una nueva experiencia a la hora de hacerlo. La población objetiva fue calculada por medio de los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

Tabla 44

Datos del emprendimiento.

Nombre del emprendimiento	Jugo Molecular
Tasa de crecimiento producción	5%
Tasa de crecimiento del PVP	5%
Tasa de inflación	-1.47%

El proyecto presentado por los autores, se realizó en base a la comercialización de la bebida Jugo Molecular en el Cantón Guayaquil, donde se investigó en el Instituto Nacional de Estadística y Censo del año 2020, la tasa de crecimiento de la producción registrando un 5%; el crecimiento del PVP (Precio de Venta al Público) de 5% y una tasa de inflación del -1.47%, lo cual nos permite identificar que es un mercado productivo, que tiene suficiente demanda para invertir, así mismo la inflación en el tiempo nos refleja el existe un menor costo en la materia prima a invertir lo cual se presenta como una oportunidad para el proyecto.

5.14.1. Ingresos

Tabla 45

Producción de unidades de ventas.

Productos	Proyección de unidades de ventas				
	2021	2022	2023	2024	2025
Jugo molecular 500 ml	58,500	61,425	64,496	67,721	71,107
Jugo molecular 500 ml	58,500	61,425	64,496	67,721	71,107
Total	117,000	122,850	128,993	135,442	142,214

En la tabla 45 se puede observar la producción anual de Jugo Molecular durante los primeros cinco años, lo que permite conocer la cantidad de productos que se debe elaborar en el tiempo establecido, lo cual permitirá al proyecto ser rentable en el tiempo.

Tabla 46

Proyección de ingresos estimados.

Productos	Proyección de ingresos				
	2021	2022	2023	2024	2025
Jugo molecular 500 ml	\$58,500.00	\$61,425.00	\$ 64,496.25	\$70,429.91	\$76,909.46
Jugo molecular 500 ml	\$58,500.00	\$61,425.00	\$ 64,496.25	\$70,429.91	\$76,909.46
Total	\$117,000	\$122,850	\$128,992.50	\$40,859.81	\$153,818.91

En la Tabla 46 se encuentra la proyección de ingresos estimados de los primeros cinco años, que debe tener la producción de la bebida Jugo Molecular. De este modo se conocen las posibles proyecciones de crecimiento para tener una perspectiva hacia dónde dirigir la empresa y que ajustes van a ser necesarios.

5.14.2. Costo de materiales directos

La materia prima es fundamental para la producción de la bebida Jugo Molecular en la siguiente tabla se puede apreciar el costo de cada uno de la materia prima que se va a utilizar para la elaboración del producto el cual está dividido en dos sabores diferentes.

Tabla 47

Jugo molecular sabor maracuyá, con partículas de frutilla.

Costo unitario de producto en materia prima Jugo Molecular 500 ML				
Ítems	Medida	Cantidad unidades	Costo	Costo unitario
Maracuyá	Saco	450	\$ 5.00	\$ 0.01
Frutilla	Cajón	600	\$ 5.00	\$ 0.01
Azúcar	Funda	500	\$ 1.95	\$ 0.004
Cloruro de calcio	Saco	900	\$ 6.00	\$ 0.01
Alginato	Saco	500	\$ 7.00	\$ 0.01
Agua	M3	2000	\$ 0.48	\$ 0.0002
Electricidad	KWh	100	\$ 0.09	\$ 0.001
Botella	Saco	100	\$10.00	\$ 0.10
Etiqueta	Paquete	100	\$ 5.00	\$ 0.05
Total, costo unitario por materia prima				\$ 0.20

Tabla 48

Jugo molecular sabor naranja, con partículas de frutilla.

Costo unitario de producto en materia prima Jugo Molecular 500 ML				
Ítems	Medida	Cantidad unidades	Costo	Costo unitario
Naranja	Saco	600	\$6.00	\$0.01
Frutilla	Cajón	600	\$5.00	\$0.01
Azúcar	Funda	500	\$1.95	\$0.004
Cloruro de calcio	Saco	900	\$6.00	\$0.01
Alginato	Saco	500	\$7.00	\$0.01
Agua	M3	2000	\$0.48	\$0.0002
Electricidad	KWh	100	\$0.09	\$0,001
Botella	paca	100	\$10.00	\$0.10
Etiqueta	Saco	100	\$5.00	\$0.05
Total, costo unitario por materia prima				\$0.19

Jugo Molecular contará con dos sabores para ingresar al mercado los cuales en las tablas se detalla los costos de producción que se tiene por cada uno, tomando como referencia todo lo necesario para obtener como resultado el producto final.

Jugo Molecular contara con los siguientes colaboradores de acuerdo al organigrama y se consideran los siguientes gastos de sueldos y salarios del personal mostrado en la tabla 49, también se muestra en la tabla 50 con la mano de obra directa e indirecta y por otro lado la proyección de otros gastos.

Tabla 49

Sueldos y salarios colaboradores.

Proyección de sueldos y salarios							
Administrar	\$500.00	\$56.75	\$41.67	\$41.67	\$41.67	\$681.75	\$8,181.00
Operario	\$400.00	\$45.40	\$33.33	\$33.33	\$33.33	\$545.40	\$6,544.80
Operario	\$400.00	\$45.40	\$33.33	\$33.33	\$33.33	\$545.40	\$6,544.80
Despachador	\$400.00	\$45.40	\$33.33	\$33.33	\$33.33	\$545.40	\$6,544.80
TOTAL	\$ 1,700.00	\$ 192.95	\$ 141.67	\$ 141.67	\$ 141.67	\$ 2,317.95	\$27,815.40

Tabla 50

Gastos mensuales por mano de obra directa e indirecta.

Tipo de mano de obra.	Valor
Mano de obra directa	\$1,636.20
Mano de obra indirecta	\$681.75
Total	\$2,317.95

Se especifica todos los valores que cuesta cada colaborador de una forma mensual, así como anual. Se procedió a separar los costos directos de producción (operarios y despachador), como los costos indirectos de producción (administrador). Con lo cual se puede tener un presupuesto claro de los valores de cada uno de los colaboradores, pagando todos los beneficios de ley y así sacar el costo beneficio de cada uno de ellos.

Tabla 51

Gastos varios del proyecto.

Proyección de gastos					
Ítems	Medida	Cantidad unidades	Costo unitario	Gasto mensual	Gasto anual
Agua	m3	125	\$ 0.48	\$ 60.00	\$ 720.00
Electricidad	KWH	667	\$ 0.09	\$ 60.03	\$ 720.36
Alquiler	Casa	1	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 4,200.00
Suministros de oficina	Insumos	1	\$ 35.00	\$35.00	\$ 420.00
Línea telefónica	Minuto	200	\$ 0.04	\$ 8.00	\$ 96.00
Gasolina	Galón	10	\$ 6.00	\$ 60.00	\$ 720.00
Reparación de transporte	Kit	1	\$25.00	\$ 25.00	\$ 300.00
Otros	Kit	1	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 600.00
Total, de gastos				\$648.03	\$ 7,776.36

Para poder cumplir con todas las actividades que demanda la empresa es necesario más gastos, los cuales serán utilizados para la producción de Jugo Molecular, por lo cual es necesario realizar una proyección de los mismo y conocer los valores que se necesita para financiarlos.

En la siguiente tabla se explica los activos necesarios en los que se invertirá para adecuación de instalaciones así mismo como activos que permitan realizar la actividad laboral de manera más eficiente, as mismo se ha realizado la tabla donde se especifica la depreciación y amortización que incurre en cada uno de estos.

Tabla 52

Proyección de activos fijos.

Ítems	Inversión de activos fijos				
	2020	2021	2022	2023	2024
Maquinarias	\$1,560.00				
Muebles de oficina	\$ 1,500.00				
Vehículo	\$15,000.00				
Equipo de computación	\$1,675.00		\$1,000.00		
Total, activos fijos	\$19,735.00	\$ -	\$ 1,000.00	\$ -	\$ -

Tabla 53

Proyección de activos nominales.

Ítems	Inversión de activos nominales				
	2020	2021	2022	2023	2024
Permisos	\$565.76				
Gastos legales	\$ 200.00				
Total, activos nominales	\$ 765.76	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Se detalla el valor de todos los activos necesarios para el proyecto, con su respectiva cotización, de esta manera se evita que la producción sea detenida por la falta de algún activo fijo o algún activo nominal, el cual no haya sido incluido en las inversiones del proyecto.

Tabla 54

Proyección de depreciación de activos fijos.

Depreciación de activos fijos						
Ítems	%Depreciación	2021	2022	2023	2024	2025
Maquinarias	20%	\$ 312.00	\$ 312.00	\$ 312.00	\$ 312.00	\$ 312.00
Vehículo	20%	-\$3,000.00	-\$3,000.00	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00	-\$ 3,000.00
Equipo de computación	33%	-\$ 552.75	-\$ 552.75	-\$552.75	\$ -	\$ -
Total, depreciación		-\$ 3,240.75	-\$ 3,240.75	-\$ 3,240.75	-\$ 2,688.00	-\$ 2,688.00

Tabla 55

Proyección de depreciación de activos fijos.

Amortización en activos nominales						
Ítem	%Amortización	2021	2022	2023	2024	2025
Permisos	20%	-\$ 113.15	-\$ 113.15	-\$ 113.15	-\$113.15	-\$ 113.15
Gastos legales	20%	-\$ 40.00	-\$ 40.00	-\$ 40.00	-\$ 40.00	-\$ 40.00
Total, depreciación		-\$ 153.15	-\$ 153.15	-\$ 153.15	-\$ 153.15	-\$ 153.15

5.14.3. Préstamo del proyecto

Tabla 56

Proyección de amortización del financiamiento.

Periodo	Saldo inicial	Interés	Cuota fija	Amortización
0	\$48,291.66			
1	\$47,687.58	\$450.72	\$1,054.80	\$604.08
2	\$47,077.86	\$445.08	\$1,054.80	\$609.72
3	\$46,462.46	\$439.39	\$1,054.80	\$615.41
4	\$45,841.31	\$433.65	\$1,054.80	\$621.15
5	\$45,214.36	\$427.85	\$1,054.80	\$626.95
6	\$44,581.56	\$422.00	\$1,054.80	\$632.80
7	\$43,942.85	\$416.09	\$1,054.80	\$638.71
8	\$43,298.18	\$410.13	\$1,054.80	\$644.67
9	\$42,647.50	\$404.12	\$1,054.80	\$650.68
10	\$41,990.74	\$398.04	\$1,054.80	\$656.76
11	\$41,327.85	\$391.91	\$1,054.80	\$662.89
12	\$40,658.78	\$385.73	\$1,054.80	\$669.07
13	\$39,983.46	\$379.48	\$1,054.80	\$675.32
14	\$39,301.84	\$373.18	\$1,054.80	\$681.62
15	\$38,613.86	\$366.82	\$1,054.80	\$687.98
16	\$37,919.45	\$360.40	\$1,054.80	\$694.40
17	\$37,218.56	\$353.91	\$1,054.80	\$700.89
18	\$36,511.14	\$347.37	\$1,054.80	\$707.43

19	\$35,797.11	\$340.77	\$1,054.80	\$714.03
20	\$35,076.41	\$334.11	\$1,054.80	\$720.69
21	\$34,348.99	\$327.38	\$1,054.80	\$727.42
22	\$33,614.78	\$320.59	\$1,054.80	\$734.21
23	\$32,873.72	\$313.74	\$1,054.80	\$741.06
24	\$32,125.74	\$306.82	\$1,054.80	\$747.98
25	\$31,370.78	\$299.84	\$1,054.80	\$754.96
26	\$30,608.77	\$292.79	\$1,054.80	\$762.01
27	\$29,839.65	\$285.68	\$1,054.80	\$769.12
28	\$29,063.36	\$278.50	\$1,054.80	\$776.30
29	\$28,279.81	\$271.26	\$1,054.80	\$783.54
30	\$27,488.96	\$263.94	\$1,054.80	\$790.86
31	\$26,690.72	\$256.56	\$1,054.80	\$798.24
32	\$25,885.03	\$249.11	\$1,054.80	\$805.69
33	\$25,071.82	\$241.59	\$1,054.80	\$813.21
34	\$24,251.03	\$234.00	\$1,054.80	\$820.80
35	\$23,422.57	\$226.34	\$1,054.80	\$828.46
36	\$22,586.38	\$218.61	\$1,054.80	\$836.19
37	\$21,742.39	\$210.81	\$1,054.80	\$843.99
38	\$20,890.51	\$202.93	\$1,054.80	\$851.87
39	\$20,030.69	\$194.98	\$1,054.80	\$859.82
40	\$19,162.84	\$186.95	\$1,054.80	\$867.85
41	\$18,286.90	\$178.85	\$1,054.80	\$875.95

42	\$17,402.77	\$170.68	\$1,054.80	\$884.12
43	\$16,510.40	\$162.43	\$1,054.80	\$892.37
44	\$15,609.69	\$154.10	\$1,054.80	\$900.70
45	\$14,700.58	\$145.69	\$1,054.80	\$909.11
46	\$13,782.99	\$137.21	\$1,054.80	\$917.60
47	\$12,856.83	\$128.64	\$1,054.80	\$926.16
48	\$11,922.02	\$120.00	\$1,054.80	\$934.80
49	\$10,978.50	\$111.27	\$1,054.80	\$943.53
50	\$10,026.16	\$102.47	\$1,054.80	\$952.33
51	\$9,064.94	\$93.58	\$1,054.80	\$961.22
52	\$8,094.74	\$84.61	\$1,054.80	\$970.19
53	\$7,115.49	\$75.55	\$1,054.80	\$979.25
54	\$6,127.10	\$66.41	\$1,054.80	\$988.39
55	\$5,129.49	\$57.19	\$1,054.80	\$997.61
56	\$4,122.56	\$47.88	\$1,054.80	\$1,006.93
57	\$3,106.24	\$38.48	\$1,054.80	\$1,016.32
58	\$2,080.43	\$28.99	\$1,054.80	\$1,025.81
59	\$1,045.05	\$19.42	\$1,054.80	\$1,035.38
60	\$0.00	\$9.75	\$1,054.80	\$1,045.05

La tabla de amortización se detalla la simulación del crédito tipo francesa en la institución financiera Ban Ecuador, se puede observar el valor solicitado es de \$ 48,291.66 a 60 meses de plazo cancelando un interés de 11.20% como préstamo a emprendedor, y de producción cuyo valor final a pagar es de \$ 14,996.39 por el plazo mencionado, la cual la empresa debe cancelar cuotas mensuales fijas por un valor establecido de \$1,054.80.

5.14.4. Estados financieros

Tabla 57

Estado de resultados Jugo Molecular.

Partida	2021	2022	2023	2024	2025
Jugo Molecular 500		\$			
Ml.	\$ 58,500.00	61,425.00	\$ 64,496.25	\$70,429.91	\$76,909.46
Jugo Molecular 500		\$			
Ml.	\$ 58,500.00	61,425.00	\$ 64,496.25	\$70,429.91	\$ 76,909.46
	\$	\$			
Total, de ingresos	117,000.00	122,850.00	\$ 128,992.50	\$ 140,859.81	\$ 153,818.91
Jugo Molecular 500		-\$			
Ml.	-\$31,050.74	32,101.04	-\$ 33,247.97	-\$ 34,500.42	-\$ 35,868.10
Jugo Molecular 500	-\$	-\$			
Ml.	30,985.74	32,030.06	-\$ 33,170.46	-\$ 34,415.78	-\$ 35,775.67
Total, de costo	-\$62,036.48	-\$64,131.11	-\$66,418.44	-\$68,916.21	-\$71,643.77
		-\$			
Gastos por sueldos	-\$27,815.40	28,928.02	-\$ 30,085.14	-\$ 31,288.54	-\$ 32,540.08
Agua	-\$ 720.00	-\$ 748.80	-\$ 778.75	-\$ 809.90	-\$ 842.30
Electricidad	-\$ 720.36	-\$ 749.17	-\$ 779.14	-\$ 810.31	-\$ 842.72
Alquiler	-\$ 4,200.00	-\$ 4,200.00	-\$4,200.00	-\$ 4,200.00	-\$ 4,200.00
Suministro de oficina	-\$ 420.00	-\$ 436.80	-\$ 454.27	-\$ 472.44	-\$ 491.34
Línea Telefónica	-\$ 96.00	-\$ 99.84	-\$ 103.83	-\$ 107.99	-\$ 112.31

Gasolina	-\$ 720.00	-\$ 748.80	-\$ 778.75	-\$ 809.90	-\$ 842.30
Reparación de					
vehículo	-\$ 300.00	-\$ 312.00	-\$ 324.48	-\$ 337.46	-\$ 350.96
Permisos	-\$ 565.76	-\$ 588.39	-\$ 611.93	-\$ 636.40	-\$ 661.86
Otros	-\$ 600.00	-\$ 624.00	-\$ 648.96	-\$ 674.92	-\$ 701.92
Depreciación	\$ 3,240.75	\$3,240.75	\$ 3,240.75	\$ 2,688.00	\$ 2,688.00
Amortización	-\$ 153.15	-\$ 153.15	-\$ 153.15	-\$ 153.15	-\$ 153.15
Interés	-\$ 5,024.73	-\$4,124.57	-\$ 3,118.25	-\$ 1,993.25	-\$ 735.59
Total, de gastos	-\$38,094.65	-\$38,472.79	-\$38,795.91	-\$39,606.27	-\$39,786.52
Total, de egresos	-\$	-\$			
	100,131.13	102,603.90	-\$ 105,214.34	-\$ 108,522.48	-\$ 111,430.28
Utilidad antes de participación e impuesto a la renta	\$16,868.87	\$ 20,246.10	\$ 23,778.16	\$ 32,337.33	\$ 42,388.63
Participación empleados 15%	-\$ 2,530.33	-\$ 3,036.92	-\$ 3,566.72	-\$ 4,850.60	-\$ 6,358.29
Utilidad antes del impuesto a la renta	\$14,338.54	\$17,209.19	\$	\$	\$
Impuesto a la renta 25%	-\$ 3,584.63	-\$ 4,302.30	20,211.43	27,486.73	36,030.34
			-\$	-\$	-\$
			5,052.86	6,871.68	9,007.58
Utilidad después de participación e impuesto a la renta	\$	\$	\$	\$	\$
	10,753.90	12,906.89	15,158.57	20,615.05	27,022.75

Se puede observar que, a pesar de todos los gastos y costos proyectados, existe un margen de utilidad con un crecimiento en el transcurso de los años, lo cual nos permite conocer un estimado de las ganancias que podría generar el proyecto. Para detallar más a detalle la tabla se la explica de la siguiente forma las ventas del año uno al cinco fue incrementando, por la cantidad de \$ 117,000.00 año uno y \$ 153,818.91 año

cinco y se obtuvo un promedio de crecimiento de 1.05% por año. Sin embargo, los gastos operativos que se registra en el año uno al cinco es de \$ 100,131.13 al \$ 111,430.28, todas estas cantidades calculadas y planteadas abarcan los diferentes gastos que realizará en Jugo molecular en un periodo establecido de cinco años. La utilidad operativa del ejercicio entre el año uno y el cinco, se incrementa en más del 100%.

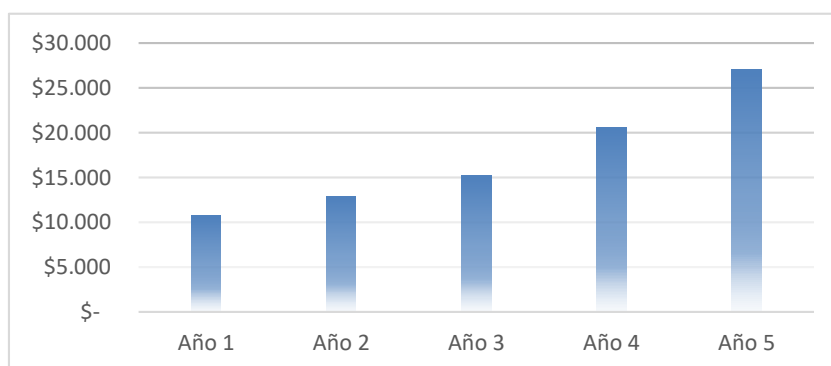


Figura 30. Utilidad/perdida del ejercicio anual.

5.14.5. Flujo de caja

Tabla 58

Flujo de fondos proyectados.

Partida	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Jugo Molecular 500 ML.	\$58,500.00	\$61,425.00	\$64,496.25	\$70,429.91	\$76,909.46	\$76,909.46
Jugo Molecular 500 ML.	\$58,500.00	\$61,425.00	\$64,496.25	\$70,429.91	\$76,909.46	\$76,909.46
Total, de ingresos	\$117,000.00	\$122,850.00	\$128,992.50	\$140,859.81	\$153,818.91	\$153,818.91
Jugo Molecular 500 ML.	\$31,050.74	\$32,101.04	-\$33,247.97	-\$34,500.42	-\$35,868.10	-\$35,868.10
Jugo Molecular 500 ML.	\$30,985.74	\$32,030.06	-\$33,170.46	-\$34,415.78	-\$35,775.67	-\$35,775.67
Gastos por sueldos	\$27,815.40	-\$28,928.02	-\$30,085.14	-\$31,288.54	-\$32,540.08	-\$32,540.08
Agua	-\$720.00	-\$748.80	-\$778.75	-\$809.90	-\$842.30	-\$842.30
Electricidad	-\$720.36	-\$749.17	-\$779.14	-\$810.31	-\$842.72	-\$842.72
Alquiler	-\$4,200.00	-\$4,200.00	-\$4,200.00	-\$4,200.00	-\$4,200.00	-\$4,200.00
Suministro de oficina	-\$420.00	-\$436.80	-\$454.27	-\$472.44	-\$491.34	-\$491.34
Línea Telefónica	-\$96.00	-\$99.84	-\$103.83	-\$107.99	-\$112.31	-\$112.31
Gasolina	-\$720.00	-\$748.80	-\$778.75	-\$809.90	-\$842.30	-\$842.30
Reparación de vehículo	-\$300.00	-\$312.00	-\$324.48	-\$337.46	-\$350.96	-\$350.96
Permisos	-\$565.76	-\$588.39	-\$611.93	-\$636.40	-\$661.86	-\$661.86
Otros	-\$600.00	-\$624.00	-\$648.96	-\$674.92	-\$701.92	-\$701.92
Interés	-\$5,024.73	-\$4,124.57	-\$3,118.25	-\$1,993.25	-\$735.59	-\$735.59
Total, de egresos	\$103,218.73	\$105,691.50	\$108,301.94	\$111,057.32	\$113,965.13	\$113,965.13
Utilidad antes de participación e impuesto a la renta	\$13,781.27	\$17,158.50	\$20,690.56	\$29,802.49	\$39,853.78	\$39,853.78
Participación empleados 15%	-\$2,067.19	-\$2,573.78	-\$3,103.58	-\$4,470.37	-\$5,978.07	-\$5,978.07

Utilidad antes del impuesto a la renta		\$11,714.08	\$14,584.63	\$17,586.97	\$25,332.11	\$33,875.71
Impuesto a la renta 25%		-\$2,928.52	-\$3,646.18	-\$4,396.74	-\$6,333.03	-\$8,468.93
Utilidad después de participación e impuesto a la renta		\$8,785.56	\$10,938.55	\$13,190.23	\$18,999.09	\$25,406.79
Interés		\$5,024.73	\$4,124.57	\$3,118.25	\$1,993.25	\$735.59
Activos fijos	\$19,735.00	-	-\$1,000.00	\$0.00		
Capital de trabajo	\$32,731.33	-				
Activos nominales	-\$765.76					
Flujo de caja proyectado	\$53,232.09	\$13,810.29	\$14,063.12	\$16,308.48	\$20,992.34	\$26,142.37

La tabla nos muestra que el año cero existe un flujo de caja negativo por motivo de las inversiones que se realizan en el año, pero con el pasar del tiempo se observa que existe una rentabilidad, y los flujos de efectivo del proyecto incrementan a través de los años llegando al año cinco a los \$25,223.49 USD.

5.14.6. Evaluación financiera

Tabla 59

Flujo de fondos Proyectados.

Jugo molecular						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de caja	-					
actualizado	53,232.09	13,810.29	14,063.12	16,308.48	20,992.34	26,142.37

Tabla 60

Indicador financiero.

Indicadores financieros	
Tipo	Valor
VAN	\$5,133.50
TIR	18.55%
Razón beneficio costo	\$1.10
Recuperación del capital	4 AÑOS Y 2 MESES

Se puede observar que, según los cálculos realizados con los respectivos indicadores financieros, se llega a la conclusión que el proyecto es viable y sostenible en el tiempo, Todo el capital se recupera a partir del segundo mes del quinto año, por lo cual todo lo que se produzca después de eso será utilidad para los socios.

5.14.7. Relación beneficio costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se invierte en el proyecto. La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad. (Anailys, 2017, pág. 4)

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (Q1 + Q2 + Q3 + Q4 + Q5))}{-A}$$

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (12,691.09 + 12,943.86 + 15,189.23 + 20,073.46 + 25,223.49))}{-53,232.09}$$

$$\frac{\text{VNA(Tasa de Descuento; } (86,121.07))}{-53,232.09}$$

$$\frac{B}{C} = 1.10R$$

5.14.8. Análisis de sensibilidad

Tabla 61

Ratios financieras del proyecto Jugo Molecular.

Evaluación económica del proyecto						
Índices de rentabilidad	Formulas	2021	2022	2023	2024	2025
	Utilidad neta / Total					
ROA	activo	17.19%	22.98%	30.99%	48.53%	76.21%
	Utilidad neta / Total					
ROE	patrimonio	131.66%	158.01%	185.58%	252.38%	330.83%
Margen de venta	Utilidad neta / Total ingresos	9.19%	10.51%	11.75%	14.64%	17.57%
Índice de liquidez						
Razón corriente	Activos corrientes / Pasivos corrientes	84%	87%	93%	100%	109%
Prueba acida	(Activos corrientes- Inventario) / Pasivos corrientes	83%	85%	90%	96%	104%
Índice de endeudamiento						
Solvencia	Total de pasivos / Total de activos	86.9%	85.46%	83.30%	80.77%	76.96%
Índice de gestión						

Rotación de inventario	Total de ingresos/ Total de inventarios	123.33	118.59	114.03	114.03	114.03
Rotación de activos fijos	Total de ingresos / Total de activos fijos	5.93	5.92	6.22	6.79	7.42
Rotación de activos totales	Total de ingresos / Total de activos totales	1.87	2.19	2.64	3.32	4.34
Rotación de cuentas por cobrar	Total de ingresos / Total de cuentas por cobrar	12.00	12.00	12.00	12.00	37.18
Rotación de cobros de día	Cuentas por cobrar / (Ventas a crédito/360)	30.00	30.00	30.00	30.00	9.68

5.14.9. Importancia

El presente proyecto va dirigido a la comunidad de la parroquia Tarqui, cantón Guayaquil, lo que busca es cambiar esos malos hábitos de consumir bebidas procesadas a bases de colorantes, saborizantes artificiales, químicos los cuales perjudican a la salud de las personas, por bebidas producidas a base de fruta natural con propiedades vitamínicas, que aportan grandes propiedades a la salud de cada consumidor, así mismo aporta al desarrollo socio económico de la república del Ecuador a través de adquisición de la materia prima a los agricultores ecuatorianos, así mismo como los productos necesarios para realizar la bebida Jugo Molecular, abriendo una pequeña plaza de empleos para ocupar los puestos necesarios y se beneficien familias ecuatorianas.

5.14.10. Metas del proyecto

- Obtener el financiamiento del proyecto por medio de la entidad financiera Ban Ecuador para darle comienzo al proyecto.
- Mejorar los hábitos de consumir bebidas procesadas a base de químicos que perjudican la salud.
- Ofrecer un producto de calidad, que cumpla con todas las medidas y estándares establecidos con relación a las normas y reglamentos de bioseguridad que satisfaga al consumidor.
- Innovar el mercado de bebidas naturales del mercado, implantando las moléculas de jugos en las bebidas y brindarle una experiencia nueva al cliente.
- Obtener el crecimiento esperado con la finalidad de agrandar el proyecto y abrir muchas plazas de empleos y fomentar el consumo de productos nacionales.

5.14.11. Finalidad de la propuesta

Garantizar la viabilidad del proyecto a través de las proyecciones realizadas de todos los costos y gastos necesarios, así como la transparencia de los EEFF y flujo de efectivo, respaldado por los indicadores financieros, los cuales muestran la rentabilidad del proyecto, con el fin de obtener la financiación necesaria para dar inicio al proyecto; adicional poner en práctica todas las estrategias comerciales necesarias para fortalecer el desarrollo del proyecto de prefactibilidad. Cambiar hábitos en la comunidad de consumir productos a base de materia prima natural con lo cual cuidar su salud y así contribuir al desarrollo socioeconómico del país.

Referencias

- A. A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Universidad de la Habana*, 11(2).
- Aguirre, E., & Sánchez, L. (2011). Plan de negocio para la producción y comercialización de bebidas naturales, saludables y nutritivas a base de frutas tropicales a implementarse en la ciudad de guayaquila partir del año 2011. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana :
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1704/13/UPS-GT000164.pdf>
- Allaire, Y., & Firsirotu, M. (1985). How to implement radical strategies in large organizations. *Sloan Managemen review*.
- Asamblea Nacional . (2014). Ley de modernización a la ley de compañías. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Benavides, C., & Llunitaxi, E. (2009). " Diseño de un plan estrategico, basado en la metodologíá del balanced Scorecard e implementación de un sistema para los principales indicadores del area de ventas de una importadora y distribución de calzado de la ciudad de Guayaquil. Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/19210/5/TESIS%20EVELYN%20LLUNITAXI-CANDY%20BENAVIDES.pdf>
- Burgos, C., Cortés, J., Martínez, D., & Navarro, A. (2019). Un modelo de oferta y demanda con incertidumbre. *Universitat Politècnica de valencia*, 111.
- Carbajal, Á. (2013). Manual de nutrición y dietética. Obtenido de Departamento de Nutrición Facultad de Farmacia Universidad Complutense de Madrid:

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/22755/1/Manual-nutricion-dietetica-CARBAJAL.pdf>

Cerda, H. (2000). La evolución como experiencia total. Santa fé de Bogota: Magisterio.

Chapman, A. (2004). Análisis DOFA y análisis PEST. Obtenido de degerencia.com:
https://degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest/

Chase, R., Jabobs, R., & Aquilano, N. (2009). Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros. México: McGraw-Hill.

Codificación de regulaciones del banco central del Ecuador. (2009). Obtenido de
<https://www.bce.fin.ec/documents/pdf/general/LibroIII.pdf>

Corrillo, F., & Gutiérrez, M. (2016). Estudio de la localización de un proyecto. Venta científica, 7(11).

Corvo, H. (2020). Estudio de prefactibilidad: para qué sirve, cómo se hace, ejemplo. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/estudio-de-prefactibilidad/>

De Jesús, J. (2008). Análisis de la oferta y la demanda del servicio de internet. Ra Ximhai, 295-309.

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Obtenido de Investigación en Educación médica:
<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

Espinosa, R. (2021). Marketing Mix : las 4Ps. Obtenido de
<https://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2>

- Espinoza, S. (2007). Los Proyectos de inversión. Costa Rica: Editorial Tecnológico de Costa Rica.
- Fernández, S. (2010). Los proyectos de inversión. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Figuroa, M., Toala, S., & Quiñonez, M. (2020). El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes. Polo del conocimiento, 5(12), 309-324.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2004). Mercadotecnia. Mexico: McGRAW-HILL.
- García, J., Arias, S., & Bermeo, J. (2018). Marketing aplicado en el sector empresarial. Machala : Utmach.
- Geoffrey, R. (2003). Principios de Marketing. Thompson Editores Sapin .
- Gonzales, G. (2017). Fuentes primarias: características y ejemplos. Obtenido de Lidefer.com: <https://www.lifeder.com/fuentes-primarias-secundarias/>
- González, G., & Pérez, M. (2007). Factores sociales como mediadores de la salud pública. Salud Uninorte. Barranquilla, 23(2), 193-203.
- Gorgas, J., Cardiel, N., & Zamorano, J. (2011). Estadísticas basicas para estudiantes de ciencias. Obtenido de Universidad Complutense de Madrid: https://webs.ucm.es/info/Astrof/users/jaz/ESTADISTICA/libro_GCZ2009.pdf
- Hernández, R., & Fernández, C. (2014). Metodología de la Investigación Sexta Edición. Mexico D.F.: Mcgraw- Hill 7 Interamericana Editores, S.A.

- Herrera, V., & Lazo, J. (2014). "Estudio de factibilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de jeans "Fashions Jeans", en la ciudad de Cuenca, Tesis. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana, sede Cuenca. : <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6944/1/UPS-CT003599.pdf>
- INEC. (2020). Instituto Nacional de Estadística y Censo. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-septiembre-2020/>
- Jervis, T. (2019). Lidefer. Obtenido de Lidefer.com: <https://www.lifeder.com/fuentes-primarias-secundarias/>
- Lara, A. (2014). Curso básico de cocteleria y mixiología. Obtenido de Bartenders www.pomanazono.jimdo.co:file:///C:/Users/hp/Downloads/BARTENDERS%20Y%20COCTELER%C3%8DA%20MIXOLOG%C3%8DA.pdf
- Ley de compañías. (s.f.). Obtenido de Lexis Finder: https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Lopez, E., & Gonzales, N. (2008). Estudio técnico, elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión . Obtenido de Instituto tecnológico de Sonora: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudiotecnico.pdf>
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. Punto cero, 09(08).
- Ludizaca, D., & Robles, M. (2018). "Propuesta de aplicación de técnicas de cocteleria clásica y molecular en frutas en el azuay: chamburo, durazno, pera y reyna claudia. Obtenido de Universidad de Cuenca:

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29890/1/Proyecto%20de%20Intervencion.pdf>

M.Rosenberg, J. (1994). Diccionarios de administración y finanzas. En J. M.Rosenberg. Barcelona: Ocean.

Macías, E., & Esparza, J. (2020). Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en la contabilidad empresarial. Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, 5(18), 3-15.

Martín, J. (2017). Estudia tu entorno con un Pest. Obtenido de Cerem International Business School: <https://www.cerem.es/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>

Martínez, V. (2013). Métodos, técnicas e instrumentos de investigación. Obtenido de Manual de multimedia para el desarrollo de trabajo de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica.:
file:///C:/Users/hp/Downloads/Metodos_tecnicas_e_instrumentos_de_inves.pdf

Mercado, R. (2012). Inocuidad de los alimentos. Obtenido de https://www.wpsa-aeca.es/aeca_imgs_docs/wpsa1233316004a.pdf

Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramienta para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia, 7(7), 67-85.

Ministerio del Ambiente. (2018). Código Orgánico del Ambiente. Obtenido de https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf

Montoya, A., & Marco, M. (2012). Proceso de producción. Obtenido de Universidad de Alicante: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf

Montoyo, A., & Marco, M. (2012). Tema 4: proceso de producción. Obtenido de Universidad de Alicante: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf

Muñoz, J. (2010). Las bebidas alcohólicas Las bebidas alcohólicas. Obtenido de Medigraphic.org.mx: <https://www.medigraphic.com/pdfs/aapaunam/pa-2010/pae101i.pdf>

Nahmias, E. (2012). Análisis de la producción y las operaciones. México: McGraw-Hill Interamericana.

Parking, M. (2009). Economía Octava Edición Patkin. Naucalpan de Juarez: Camara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.

Pereda, C., & Ibérica, F. (2014). La comercialización de productos de Comercio Justo en el Estado español en 2014. Obtenido de Comercio Justo: <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2015/09/articulo-ventas.pdf>

Pinazo, R. (1999). La forma jurídica de la empresa: criterios para una colección óptima. Obtenido de Esic Market: https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/060130_213829_E.pdf

Pineda, E., Alvarado, E., & Canales, F. (1994). Metodología de la investigación. Obtenido de Manual para el desarrollo de personal de Salud: <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodologia%20de%20la%20Investigacion>

%20Manual%20para%20el%20Desarrollo%20de%20Personal%20de%20Salud.
pdf

Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de inversión en diversas organizaciones . Enseñanza e investigación en Psicología.

Ramírez, O. (2017). Factores sociales, políticos y económicos que incidieron en la evolución de la tasa de ganancia en Colombia. Obtenido de Universidad Nacional de Colombia: <http://bdigital.unal.edu.co/57318/1/3176751.2017.pdf>

Rivera Marisol, G. M. (2015). Fuentes de información. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo:
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Rivera, H., & Malaver, M. (2011). ¿Qué estudia la estrategia? Obtenido de Facultad de administración: <file:///C:/Users/hp/Downloads/Dialnet-FormaDeHacerUnDiagnosticoEnLaInvestigacionCientifi-3700944.pdf>

Rodríguez, F. (2012). Estudio técnico (proyecto inversión). Obtenido de Universidad autónoma de mexico:
https://feparunsa.files.wordpress.com/2012/07/et_unam_1.pdf

Rodriguez, P., Durán, A., Ruíz, E., Valero, T., Ávila, J., & Gregorio, V. (2015). Datos actuales sobre el consumo de zumo de frutas en España y sus propiedades nutricionales. Obtenido de Fundación española de la nutrición:
https://www.fen.org.es/storage/app/media/pdf/FEN_DOSSIER_VF.pdf

- Sampedro, J. I., & Sequeiros, S. (2002). El mercado y la globalización (Vol. 103). Madrid: Destino.
- Sandrea, M., Boscán, M., & Borré, J. (2006). Factores económico-financieros determinantes de las decisiones de inversión privada en el sector confección. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 8(2), 321-338.
- Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Obtenido de *Contribuciones a la economía*:
<https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Superintendencia de compañías, valores y seguros. (2020). Superintendencia de compañías, valores y seguros. Obtenido de Portal constitución electrónica:
<https://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Taillacq, D., & Álvarez, H. (2016). Procedimiento para la evaluación de la calidad percibida de los servicios de restauración no estatales contratados por la agencia Havanatur S. A. *Universidad de Cienfuegos*, 8(2), 20-32. Obtenido de
<http://scielo.sld.cu/img/revistas/rus/v8n2/t0102216.jpg>
- This, H. (2002). *Gastronomía molecular: exploración de la ciencia del sabor*. Colombia.
- Thompson, I. (2019). El Estudio de mercado. Obtenido de *Promonegocios*:
<https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Trenza, A. (2020). Análisis Pest que es y para que sirve. Obtenido de AT AnaTrenza Miss Finanzas: <https://anatreza.com/analisis-pestel/>
- Vallejos, A. (2008). Forma de hacer un diagnóstico en la investigación científica. *Teoría y praxis investigativa*, 3(2), 11-22.

Valverde, A. (2018). Producción de bebidas azucaradas a partir de la ley orgánica para el equilibrio de las finanzas públicas. Obtenido de Institutos de los altos estudios nacionales Universidad de "Posgrado del Estado:
<https://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/4852/1/ART%3%8DCULO%20CIENT%3%8DFICO%20Valverde%20Obando%20Adri%3%A1n%20Alexander.pdf>

Apéndice

Formato de encuesta

1. ¿Sabe usted que es una bebida molecular?

Si **No**

2. ¿Ha probado una bebida molecular?

Si **No**

3. ¿Qué tipo de bebidas suele consumir con regularidad?

Jugos naturales

Jugos procesados

Té helado

Bebidas gaseosas

No tomo jugos

4. ¿Cambiarías las bebidas procesadas por jugos naturales a base de frutas?

Si **No**

5. ¿Cuál de los siguientes motivos es el que lo lleva a consumir una bebida?

Para hidratarse

Por placer

Por costumbre

Por precio

6. ¿En qué horario del día prefiere una bebida?

Mañana Tarde Noche

7. ¿Qué sabor de fruta en bebidas naturales es de su preferencia elija dos?

Durazno
Maracuyá
Mango
Manzana
Mora
Piña
Uva
Otro

8. Por lo general, ¿compra usted las bebidas que consume o las prepara en casa?

Compró Preparo en casa

9. Con que frecuencia consume jugos en la calle?

Todos los días
Cada tres días
Cada siete días
Cada quince días
Cada 30 días
Más de treinta días

10. ¿En qué lugares suele comprar bebidas?

Supermercados
Mini mercados
Abarroterías
Restaurantes

Panaderías

Otros

11. ¿En qué envase prefiere la presentación de una bebida?

Botella de plástico

Botella de vidrio

Vaso de plástico

12. ¿Qué tan importante es para ti comprar una bebida con envase biodegradable?

Muy importante

Importante

Poco importante

Nada importante

12. ¿Qué sabores de bebidas usted combinaría? Elija cinco para su combinación

Naranja con mora

Frutilla con mora

Mango con naranja

Piña con coco

Maracuyá con frutilla

Naranja con maracuyá

Naranja con frutilla

13. ¿Probaría una nueva combinación de bebida?

Si

No

14. ¿Qué tamaño le gustaría la bebida?

1.5 ML

500 ML

2 L

1 L

15. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una nueva bebida?

1 L \$1,50

500 ML \$1,00

1.5 ML \$2,00

2 L \$2,50