

Julio 2019 - ISSN: 1696-8352

TÍTULO:
**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
MERMELADA DE PITAHAYA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

Autores:

Kevin Jhosepi Anchundia Sedamanos

Email: kjas_kev7@hotmail.com

Estudiante Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Katherine Lisbeth Vaque Zambrano

Email: katty.vaque2@gmail.com

Estudiante Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

M.B.A. Fernando Dávila Medina

Email: fdavilam@ulvr.edu.ec

Profesor Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Kevin Jhosepi Anchundia Sedamanos, Katherine Lisbeth Vaque Zambrano y Fernando Dávila Medina (2019): "Plan de negocios para la elaboración y comercialización de mermelada de pitahaya en la ciudad de Guayaquil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (julio 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/comercializacion-mermelada-guayaquil.html>

Resumen:

Nuestro proyecto está impulsado a la creación de una mermelada a base de pitahaya de una manera más técnica usando maquinaria para la elaboración de la misma y de esta manera optimizando su elaboración a grandes masas para proceder con su comercialización a diferentes puntos de distribución llegando así a varios tipos de mercado. Siendo la pitahaya una fruta de poca comercialización dentro del mercado guayaquileño con este proyecto buscamos difundir la existencia de dicha fruta dando a conocer al consumidor todos sus beneficios para de esta manera incentivar en las personas el consumo de la misma llegando a convertir a nuestro producto en un mediano plazo en uno de los sabores de mermelada más pedidos por el consumidor y que las personas lo consuman como una alternativa para la prevención de problemas digestivos debido al mal hábito alimenticio que estas llevan. Queremos llegar a posicionarnos en el mercado siendo principal competencia de las más reconocidas marcas de mermelada que actualmente se comercializan, explotando al máximo los beneficios de nuestra fruta para de esta manera poder ofrecer un gran producto de calidad a nuestros clientes. Vamos a iniciar nuestro proyecto como un plan que se

pondrá a prueba en un principio en la ciudad de Guayaquil debido a que es una de las ciudades más pobladas del país y con un alto índice de problemas digestivos en sus habitantes tomando en cuenta este último detalle como nuestra principal carta de presentación para generar una aceptación del consumidor hacia nuestro producto.

Abstract:

Our project is driven to the creation of a jam based on pitahaya in a more technical way using machinery for the elaboration of the same and in this way optimizing its elaboration to large masses to proceed with its commercialization at different points of distribution thus reaching various types of market. Being the pitahaya a fruit of little commercialization within the Guayaquil market, with this project we seek to spread the existence of this fruit by informing the consumer of all its benefits in order to encourage people to consume it, converting our product into a medium term in one of the jam flavors most requested by the consumer and that people consume it as an alternative for the prevention of digestive problems due to the bad eating habits they carry. We want to get to position ourselves in the market being the main competition of the most recognized marmalade brands that are currently marketed, exploiting to the maximum the benefits of our fruit in order to offer a great quality product to our customers. We will start our project as a plan that will be tested in the beginning in the city of Guayaquil because it is one of the most populated cities in the country and with a high rate of digestive problems in its inhabitants taking into account this last detail as our main letter of introduction to generate a consumer acceptance towards our product.

Introducción:

Los países de América Latina en la actualidad son observados por las economías internacionales como países en vía de desarrollo debido a que la región se ha especializado en exportar bienes primarios, es decir, todos aquellos que provienen de la tierra. Así mismo, esto indica el poco índice de especialización e industrialización que existe en cada país. En el caso de Ecuador desde el gobierno de la revolución ciudadana, que arrancó en el 2007, se ha hablado de hacer cambios en las industrias y convertirlas en competitivas a través de la matriz productiva. Para ello se estipula que Ecuador debe ser competitivo con los productos internos y no basar su producción final en bienes primarios.

De esa forma, es necesario que se redefina la producción que tiene el país y se observe cuáles son aquellos productos que no están siendo explotados para sacar un mejor provecho. Un ejemplo muy claro de ello es la pitahaya, esta es una fruta que cuenta con altos beneficios para el cuerpo humano; mismo que a través de diferentes procesos de industrialización logrará convertirse en una fuente de ingresos para el país. Es por ello, que mediante el siguiente plan de negocios se realizará un estudio de mercado para conocer la demanda que tendría el producto que se espera vender. Esta investigación pretende evaluar la posibilidad de crear mermelada a partir de la pitahaya ofreciendo así un artículo novedoso para el mercado ecuatoriano. Esta idea nace debido a las preferencias actuales del consumidor por alimentarse de productos naturales con altos beneficios para el bienestar humano.

Planteamiento del problema:

Perspectiva teórica, dentro del mercado nacional la pitahaya no es una fruta que se consume de manera abundante en el Ecuador; generalmente las frutas más apetecidas son el banano, naranja, manzana; entre otras (INEC , 2017). Lamentablemente en los índices de consumo la pitahaya no se encuentra entre las más consumidas por los habitantes y esto se debe a la falta de conocimiento sobre las propiedades que tiene este fruto y hace que no se incentive su consumo. También, se ha observado que los habitantes se enfrentan a problemas relacionados a su salud por la mala alimentación; inclusive el Ministerio de Estadísticas y Censos (2016) indica que la principal causa de muerte en los hombres y mujeres es relacionada a enfermedades isquémicas del corazón, seguido de diabetes mellitus y enfermedades cerebrovasculares. Estos indicadores muestran la necesidad que tienen los consumidores por mejorar su alimentación y corregir sus hábitos alimenticios para evitar que enfermedades como la diabetes afecten su calidad de vida. Es por ello, que existe la oportunidad de ofrecer un producto diferente a los consumidores a través de la mermelada de pitahaya la cual tiene una variedad de características positivas para el organismo del ser humano. Otro aspecto importante es que, en la provincia de Morona Santiago, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca se encarga de realizar asistencia técnica a los agricultores de pitahaya para asegurar que la fruta está siendo cultivada de manera correcta; esto se debe a que la fruta es exportada a mercados internacionales porque en Ecuador el mercado local no apuesta por esta fruta. Los agricultores prefieren enviar sus cultivos al extranjero y no enviar su producción al mercado local por la baja demanda en la economía local y que los agricultores puedan tener mejores fuentes de ingresos. Si se aprovechara las bondades del fruto, el consumo local de pitahaya se incrementaría, aportando ingresos sustanciales para la economía ecuatoriana. De esta forma se incentiva a que los cultivadores sean parte de la cadena de abastecimiento de la mermelada de pitahaya, generando un mercado potencial para esta fruta (Lara, 2015).

Ecuador en la actualidad tiene un reto y es el de reformar el sistema de producción y la industrialización en los diferentes sectores a través de la implementación de la matriz productiva. En este sentido el gobierno tiene un compromiso con los negocios para otorgar financiamiento a todos aquellos que ofrezcan ideas innovadoras que vayan a poner el nombre de Ecuador muy en lo alto. Estos nuevos negocios deben de basar sus procesos productivos en la producción de mercancías que no sean bienes primarios y así generar nuevas fuentes de empleo. En una economía de libre mercado como la de Ecuador las empresas se ven obligadas a incrementar sus beneficios a través de la innovación para de esa manera estar en el mismo nivel de la competencia (Arévalo, 2014, págs. 109-134).

Así mismo Palacios & Reyes (2016, págs. 418-431) comentan que el producir bienes primarios a largo plazo no representa un incremento de la rentabilidad de una nación, es por ello que es indispensable que Ecuador plantee nuevos modelos donde sus procesos internos de comercialización no sean principalmente de bienes primarios. De este concepto principalmente nace la reforma de la matriz productiva.

Por su parte Villena (2015, pág. 1) menciona que el desarrollo de la matriz productiva le permite a Ecuador generar valor agregado en sus productos y esto se debe a la reputación que ha conseguido a lo largo de los años con la exportación de por ejemplo banano, el país puede ser capaz de utilizar el tallo de este fruto para elaborar sombreros y de esa forma los mismos se puedan exportar bajo una marca ecuatoriana dando alto reconocimiento al banano en Ecuador. Los consumidores observarán que se trata de producto de calidad y por ende realizarán la compra.

Cada negocio debe ser capaz de adaptarse a las necesidades de sus consumidores para así evolucionar y contestar a las necesidades de su entorno. Según Ray (2017) un plan de comercialización debe estar desarrollado bajo un plan de marketing, el mismo que tenga como objetivo el de conocer el perfil del cliente para de esa forma re direccionar publicidad atractiva para los mismos. Es por ello, que es indispensable desarrollar estudios de mercado, entre los más importantes se encuentran: plan de mercado, negocio, estratégicos, comercialización.

Particularmente, al implementar este tipo de negocios se obtiene beneficios sociales para los habitantes ya que se generan nuevas fuentes de empleo que apoyan a las políticas de economía popular y solidaria. Así mismo, este estudio busca responder a tres tipos de problemas los cuales son la generación de nuevas fuentes de empleo, la habilidad del individuo de crear su propio negocio para tener mejores ingresos y solventar las necesidades básicas para el entorno familiar y comunitario. Entonces, hacer que los individuos sepan aprovechar sus recursos y emprendan sus propios negocios permite que la sociedad tome un rumbo diferente donde los ciudadanos son los actores más importantes para el desarrollo de la economía.

Formulación del Problema:

¿Cuál es el instrumento necesario para la introducción al mercado guayaquileño de la mermelada de pitahaya?

Sistematización del Problema:

- ✓ ¿Cuáles son las tendencias de consumo de la población guayaquileña?
- ✓ ¿Cuál es el proceso productivo de la mermelada de pitahaya?
- ✓ ¿Cuáles serán las estrategias de mercado para determinar los clientes potenciales del producto?
- ✓ ¿Cuál será la factibilidad financiera y rentabilidad de comercializar mermelada de pitahaya en la ciudad de Guayaquil?

Objetivo General de la Investigación:

Elaborar un plan de negocios para la elaboración y comercialización de mermelada de pitahaya en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos de la Investigación:

- ✓ Realizar un estudio situacional acerca del mercado potencial de la mermelada de pitahaya.
- ✓ Establecer los procesos de producción de la mermelada de pitahaya y sus requerimientos de insumos, materia prima y herramientas a utilizar para el buen funcionamiento del negocio.
- ✓ Elaborar un estudio de mercado para conocer los clientes potenciales.
- ✓ Realizar una evaluación para demostrar la rentabilidad que tendrá el negocio en el mediano plazo.

Justificación de la Investigación:

Las tendencias del consumidor varían de acuerdo a la época y en la actualidad se puede observar que las personas están más interesadas hacia los estilos de vida saludable y a comprar productos nacionales para potenciar la economía del país. En Ecuador, gracias a la biodiversidad, su clima y los beneficios territoriales al contar con cuatro regiones se puede obtener a través de su tierra un sin número de frutos con altos nutrientes, los cuales son los preferidos en los mercados internacionales (Zurita, 2018).

Es por ello, que a través de este plan de negocios se desea impulsar a la pitahaya a causa de su gran porcentaje nutricional. A lo largo de esta investigación no sólo se presentará la importancia económica de la mermelada de pitahaya si no, además, los beneficios que ofrecerá a todo quien lo consuma.

Adicional a ello se prevé aportar al desarrollo de las marcas ecuatorianas y a impulsar la matriz productiva; donde la premisa principal es industrializar el país a través del uso de bienes primarios

que pasen por procesos para convertirlos en diferentes productos que satisfagan las necesidades del mercado.

También esta investigación permitirá ampliar conocimientos sobre la elaboración, producción y comercialización de la mermelada de pitahaya, integrando así varios actores sociales, mejorando los niveles de ingresos económicos de un sector de la población que se ve afectado por los embates de la crisis económica y para que los habitantes tengan mejores alternativas para ingerir alimentos más saludables y con altos contenidos vitamínicos.

Así con lo expuesto previamente, el presente trabajo muestra un plan de negocio que, en un corto y mediano plazo promueva la elaboración y comercialización de mermelada de pitahaya, teniendo así relación directa con el Plan Nacional de Desarrollo, concretamente en los objetivos 3 y 10 que pone en manifiesto el enfoque de mejorar la calidad de vida de la población y de impulsar la matriz productiva. Para de esa forma llevar un producto nuevo al mercado dando valor agregado con la pitahaya y dejar a un lado el consumo de las mermeladas tradicionales procesadas.

Delimitación y Alcance de la Investigación:

Campo: Proyecto de producción de mermelada de pitahaya

Área: Negocios

Tema: Plan de negocios para la elaboración y comercialización de mermelada de pitahaya.

Delimitación geográfica: Provincia del Guayas

Delimitación espacial: Ciudad de Guayaquil

Limitación de la Investigación:

Una de las principales limitaciones que encontramos al momento de implementar la investigación fue la falta de conocimiento de las personas en su gran mayoría de los beneficios de la fruta y su poca comercialización en el mercado guayaquileño, por otro lado otra limitante que nos encontramos se podría decir que es el lugar de producción de la fruta ya que esta se cultiva en su gran mayoría en la región Sierra teniendo que traer nuestra materia prima desde ese punto.

Idea a defender/hipótesis:

Si se elabora un plan de negocios para la producción y elaboración de mermelada de pitahaya, entonces se mejorará la calidad de vida de la población guayaquileña y se contribuirá con la transformación de la matriz productiva del país.

Fundamentación Teórica:

Una de las investigaciones más destacadas utilizadas para realizar este plan de negocios es la tesis denominada "Análisis de factibilidad para la elaboración y comercialización de mermelada hecha a base de pitahaya para la ciudad de Guayaquil" elaborada por los autores De La Rosa & Reyes (2016, pág. 2) la misma que tiene como objetivo principal determinar la factibilidad para la elaboración y comercialización de mermelada hecha a base de pitahaya para la ciudad de Guayaquil. De esta forma a través de esta investigación se busca incentivar esta fruta debido a los altos beneficios

nutritivos que tiene para el ser humano. Este estudio ha sido utilizado para poder desarrollar la fundamentación teórica sobre las características de la pitahaya y los beneficios que tiene. Esta investigación es exploratoria, descriptiva y con enfoque cuantitativo y cualitativo. Para encontrar los resultados fue necesario realizar encuestas y entrevistas; en los resultados encontrados se pudo determinar que de la población del Ecuador más de la 52% consumen frecuentemente mermelada. Finalmente, se concluye que el negocio debe elaborar la mermelada a base de pitahaya con procesos eficientes aprovechando las oportunidades del mercado actual y así satisfacer a la demanda existente la cual es superior a la oferta de las mismas.

Por otro lado está el estudio de Aguayo (2012, pág. 51) que se titula “Plan de Negocios para la creación de una empresa dedicada a la Producción y Exportación de Pitahaya Amarilla Orgánica hacia Alemania” en donde el objetivo principal es llevar este producto a mercados internacionales, de esa forma se da a conocer las marcas ecuatorianas. También el autor recalca que desea exportar productos de calidad internacional para que así se pueda incrementar el volumen de exportación paulatinamente. La metodología que tiene la investigación está centrada en emplear un enfoque mixto, el cual analiza cuantitativa y cualitativamente los aspectos que conciernen al estudio del mercado objetivo. Así mismo, a través de entrevistas se pudieron obtener como resultado que es necesario contar con una parcela para poder plantar la fruta y conocer los procesos de cosecha de forma exacta. Se concluye que debido a la alta demanda que este producto pueda tener con el tiempo se va a hacer imposible el poder satisfacer a la demanda especialmente con los países de Europa.

No obstante, también se ha recopilado información de investigaciones que busquen exportar hacia otros países productos como la pitahaya para así tener perspectivas de enfoques internacionales y la importancia que tiene la matriz productiva. Tal es el caso de Chauca (2015, pág. 4) quien en su investigación titulada “La exportación de la pitahaya hacia la Unión Europea” comenta los beneficios que tiene la fruta y destaca la importancia de hacer reformas en la matriz productiva para así poco a poco ir llevando el nombre del Ecuador en lo más alto.

Luego, Molina (2010, pág. 62) expone su trabajo de titulación para conseguir la mención en Negocios Internacionales que se titula “Plan de Negocios para la elaboración y comercialización de mermelada de pitahaya en la ciudad de Quito” dicho trabajo identifica los factores internos y externos que la empresa debe de tomar como referencia para evitar cualquier inconveniente en su gestión, a través del análisis PESTEL y de Porter establecen las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades del negocio. Adicional el autor conlleva una investigación de tipo cuantitativa y cualitativa profundizando en el mercado de la ciudad de Quito. De la misma manera se postulan planes estratégicos para la comercialización del producto, planteando así estrategias de marketing.

Lara (2015, pág. 5) realiza como trabajo de titulación “Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de jalea de pitahaya en la ciudad de Guayaquil” que tiene como objetivo determinar la factibilidad para crear un negocio que produzca y comercialice jalea de pitahaya en la ciudad de Guayaquil, esta es una investigación donde se desarrolla un plan de marketing para ingresar al mercado guayaquileño, sin duda alguna esta investigación da apertura a que se pueda conocer más sobre los gustos y preferencias que tiene este sector. Finalmente se

concluye que hay un mercado potencial en Guayaquil ya que el producto a ofrecer genera novedad entre los consumidores y tiene altas probabilidades de que el mismo sea consumido por un gran porcentaje de individuos.

En el mercado nacional ecuatoriano la pitahaya es un producto que no tiene un alto consumo o preferencia por los consumidores, es por ello que se cree que la misma debe de tener un impulso de manera local. Según Saltos (2017) el futuro de la pitahaya es prometedor pero aún falta un impulso por parte de las autoridades ecuatorianas, hasta el año 2017 se conocía que los países asiáticos son los que preferían la fruta pero se debe entrar con fuerza a ese mercado y al europeo. El reciente acuerdo con la Unión Europea le da a Ecuador una ventaja para poder incrementar su producción y tener como destino de exportación esta zona.

Como se comentó en la sección anterior, la pitahaya tiene altos nutrientes como el hierro y contienen más porcentaje de agua que la hace ser más jugosa y fácil de preparar. De acuerdo a Saltos (2017) la pitahaya puede servir al ser humano para lo siguiente:

- Facilita la digestión ya que sirve como laxante
- Evita el estreñimiento
- Controla la acidez estomacal
- Controla ciertos desórdenes orgánicos por el nivel de fibra que contiene
- Aporta antioxidantes
- Alto en vitamina C

De hecho, la Organización Panamericana de la Salud (2016, pág. 40) ha comunicado que la enfermedades que más se padecen en Ecuador son: diabetes, cáncer, enfermedades respiratorias, según su estudio entre 1997 a 2013 se evidenció un incremento por mortalidad por diabetes e hipertensión. De la misma manera, las enfermedades cardiovasculares están entre las primeras de la lista. Esto indicaría la necesidad que tiene el país por incorporar entre los alimentos aquellos que sirvan para prevenir estas enfermedades (De La Rosa & Reyes, 2016).

Enfoque Metodológico de la Investigación:

Para Gómez (2006) argumentan que a lo largo de la historia investigativa las diversas corrientes del pensamiento crítico han desarrollado dos tipos de enfoque los cuales son el enfoque cuantitativo y cualitativo. Así mismo, después de años de estudios se ha podido concluir que ambos enfoques se complementan entre sí y enriquecen el nivel de investigación; es por ello, que en este estudio se emplean ambos enfoques para contar con más sustentos de la viabilidad del proyecto.

Esto se debe a que el enfoque permite observar y medir fenómenos a través de trabajo de campo, establecer suposiciones a partir de la observación en las cuales se pueden generar hipótesis, demostrar con fundamentos si las suposiciones son ciertas, revisar las suposiciones a través de un análisis de toda la información que ha sido recopilada, otorgan que se generen nuevas observaciones a partir de la información recopilada y se evalúan para modificar dichas suposiciones.

Investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa se la va a desarrollar en esta investigación para obtener la viabilidad del proyecto, es decir si este es rentable y va a generar flujos de efectivo para que el negocio mantenga

su giro a través del tiempo. Así mismo, se van a plantear tres escenarios para que el lector pueda evidenciar la rentabilidad que se espera obtener a partir de diversos escenarios.

Investigación cualitativa

Como este proyecto que se plantea es un plan de negocios es necesario hacer uso de ambos enfoques el cualitativo y cuantitativo. Por medio del enfoque cuantitativo se va a encontrar características del mercado como la posible demanda, el volumen de clientes, las proyecciones de ingresos y gastos, a través de datos numéricos como la evaluación financiera del proyecto se podrá conocer si la comercialización y producción de mermelada de pitahaya es un negocio viable. Es por ello, que para responder a este enfoque será necesario utilizar herramientas financieras (estudio de estados financieros).

Por otro lado, con el enfoque cualitativo se busca conocer los gustos y preferencias de los consumidores a través de una encuesta. También será necesario realizar entrevistas a expertos en el tema de nutrición y de la fruta. De esta forma se podrá plantear un correcto plan de marketing que le permita a esta nueva marca posicionarse en el mercado. Cabe mencionar que el enfoque cualitativo es aquel que permitirá conocer las características del mercado, competidores actuales, posicionamiento de marcas, entre otros aspectos.

Tipo de investigación

Según Beltrán & Cavagnaro (2014, pág. 28) manifiesta que el enfoque descriptivo es aquel que requiere analizar fenómenos en donde se busca principalmente identificar las características de cada uno de los grupos, comunidades, personas mismas que deben ser medidas para proceder a describirlas. Este enfoque resulta primordial aplicarlo ya que permitirá conocer los gustos y preferencias de la población guayaquileña. De la misma forma, se lo elige en la presente investigación ya que a través de la encuesta se podrá conocer la opinión de los habitantes de la ciudad de Guayaquil referente a la introducción de una mermelada de pitahaya.

Es así como en este estudio se busca describir las siguientes características:

- Preferencias de los consumidores
- Características del mercado
- Tendencias del mercado
- Potencial demanda

Entrevista Estructurada

Para un trabajo de investigación la entrevista es uno de los mejores elementos a utilizar porque permite conocer la perspectiva de un experto en el tema o simplemente desde un sujeto que se encuentra en el área de interés para el investigador. Es por ello, que para la entrevista aplicada se tienen dos objetivos que son: conocer los datos relevantes en cuanto a los problemas de alimentación de la población de Guayaquil e información de producción de la pitahaya.

De esa manera, la entrevista se presenta como un soporte para la obtención de resultados en donde se dirige la misma a dos expertos que podrán dar bases teóricas para el plan de negocios de comercialización y producción de pitahaya.

Encuesta

La encuesta fue direccionada para los futuros clientes de la mermelada de pitahaya, el tipo de recopilación de datos que se realizó responde a obtención de información cualitativa en donde se busca conocer los gustos y preferencias del consumidor de Guayaquil. Es así como la encuesta busca recopilar información sobre:

- Tendencias del consumidor actual
- Potencial demanda y oferta
- Precios del producto
- Canales de distribución
- Canales de comunicación
- Medios publicitarios eficientes

Para el desarrollo de la encuesta se la realiza a través de un cuestionario, previamente revisado que tiene preguntas cerradas. La forma de recopilación se la hizo a través de medios digitales y también entregando formularios físicos a clientes que realizaban sus compras en supermercados de la ciudad de Guayaquil. Para conocer cuáles fueron las preguntas que se plantearon por favor revisar los anexos de la investigación.

La población se encuentra determinada por los habitantes de la ciudad de Guayaquil, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la población de Guayaquil es de 2'291.158 personas aproximadamente. Es así como en la presente investigación se aplicará un tipo de muestreo probabilístico, puesto que la población a observar consta de un número significativo de personas. De la misma manera con la aplicación de este tipo de muestreo se escogerán a personas bajo la misma probabilidad de ser seleccionada y con las mismas características representativas a estudiar con un grado de confianza del 97%.

Al determinar el tamaño de la muestra, se procedió a concluir que se trata de una muestra de población infinita, pues pese a conocer el número aproximado de habitantes de la ciudad de Guayaquil, no existe un estudio que cuantifique las personas comprendidas entre 21 a 45 años, el cual es el público objetivo para esta investigación. Por lo tanto, para el cálculo de la muestra se aplicará la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Porcentaje de fiabilidad (1.97)

p = Probabilidad de ocurrencia (0.50)

q = Probabilidad de no ocurrencias (0.50)

e = Error Máximo admisible (0.05)

$$n = \frac{(1.97)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0,970225}{0,0025} \quad n = 388$$

Resultados y Análisis:

La siguiente investigación ayudará al estudio para que se pueda identificar las opiniones que tienen los consumidores del mercado guayaquileño y de esa manera poder realizar un análisis de mercado antes de lanzar el producto. Para ello, fue necesario realizar una encuesta con nueve interrogantes las cuales buscan dar respuesta a la siguiente investigación.

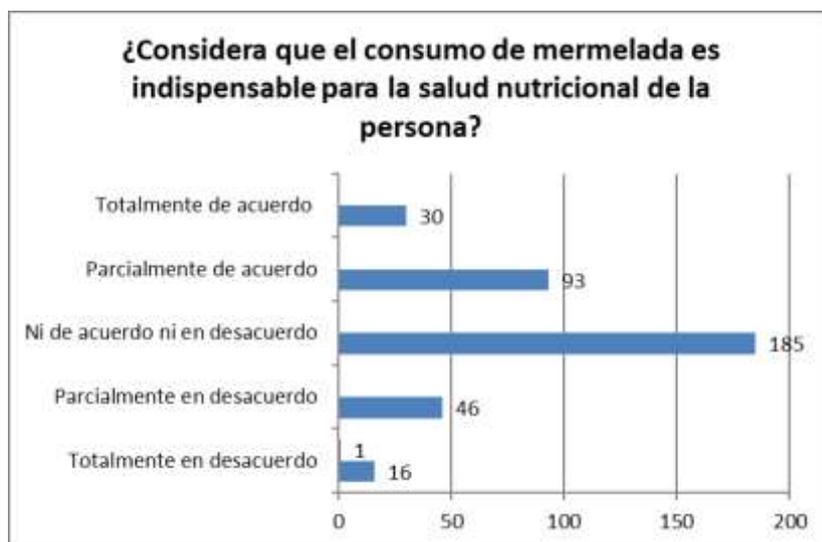


Figura 1. Considera indispensable el consumo de mermelada para su salud nutricional
Elaborado por los autores

Con esta interrogante se busca identificar cuántas personas consideran indispensable el consumo de mermelada y se encontró que al menos 185 de los 370 encuestados se encontraban en una media es decir no estaban de acuerdo ni en desacuerdo en dicha pregunta. Así mismo, otro dato relevante es que 16 personas están en total desacuerdo con esta pregunta, es por ello que a través de esta recopilación de datos se puede concluir que si existe una oportunidad de mercado en donde se pueda demostrar a los ciudadanos de Guayaquil la importancia de incluir dentro de su alimentación a la mermelada.

Por medio de la siguiente encuesta se pudo encontrar primeramente que del total de encuestado el 59% de las personas eran de sexo femenino, así mismo el porcentaje restante 41% correspondía al sexo masculino. De la misma manera, se observó que la concentración en términos de edad de las personas encuestadas oscilaba entre los 25 a 45 años de edad, en donde se puede inferir que se encuentran el grupo de amas de casa que son las encargadas de realizar las compras en el hogar.

Sin embargo, se compró a través de la encuesta que el consumidor si está dispuesto a aceptar un nuevo producto en el mercado que vaya a tener altos porcentajes nutricionales y así mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Se evidencia un alto porcentaje de individuos interesados por la mermelada de pitahaya donde se concluye que este producto tendría una alta aceptación en el mercado guayaquileño.

Por otro lado, los consumidores potenciales han indicado que consideran apropiado que la publicidad de este nuevo producto se la realice a través de medios digitales y la degustación en los

supermercados. En todo caso una de las preguntas más importantes fue la que indicaba cuántas personas comprarían la mermelada de pitahaya y se obtuvo que el 64% estaría dispuesto a consumirla. Así mismo, cabe indicar que el precio de venta que tendrá el frasco de mermelada será de \$3.

Análisis de las entrevistas:

Comerciante: Al tener una mermelada natural como lo es la pitahaya que es una fruta que no se encuentra todos los 12 meses del año, es por ello que se puede considerar que el precio de la misma debe estar por encima de los \$3. Este experto ha comentado que el consumidor actual tiene un perfil más saludable y está en busca de productos que no estén procesados con tantos químicos, es por ello que se debe de sacar nuevos productos al mercado que sean bajos en conservantes.

Nutricionista: La nutricionista ha confirmado que una buena alimentación es la base para que el organismo del ser humano pueda funcionar de manera correcta, de la misma manera confirma que en la ciudad de Guayaquil los habitantes están acostumbrados a tener malos hábitos alimenticios. Esto se debe a que en los sitios de gran concurrencia los productos que se ofertan contienen altos químicos que son dañinos y pueden incentivar la probabilidad de padecer de alguna enfermedad.

Propuesta Emergente de la Investigación:

Queremos producir y comercializar con altos estándares de calidad mermelada de pitahaya para satisfacer las necesidades del consumidor e influir en la generación de empleo, para de esta manera liderar el mercado guayaquileño mediante la creación de una marca nutritiva de mermelada de pitahaya, asegurando una producción de calidad para satisfacer a la demanda del producto y contribuyendo en el desarrollo de la matriz productiva, utilizando insumos naturales, para evitar que pasen por procesos químicos de transformación. Esto brinda a la población una opción más saludable para poder alimentarse. En la actualidad se pueden observar varias opciones de mermeladas en los supermercados, pero cuando se echa un vistazo a los ingredientes utilizados se puede encontrar con un sin número de insumos procesados.

En el desarrollo de este proyecto se tiene muy en claro las barreras que tendrá la marca debido a la alta competencia y exigencias que tiene el mercado en la actualidad. Sin embargo, Nutri Jam nace como una respuesta hacia los consumidores para que puedan consumir productos más naturales y así mejorar la calidad de vida de la sociedad. Es así como se espera en mediano plazo ser una marca reconocida en la ciudad de Guayaquil, cabe mencionar que entre las principales barreras de ingreso se encuentran las siguientes:

- Posicionamiento de las empresas actuales en el mercado incidiendo en la preferencia de los consumidores
- Altos montos de inversión
- Falta de alianzas con supermercados para vender el producto en sus perchas
- Industrialización del producto ya que en la actualidad se procederá produciéndolo de manera casera
- Inversiones en maquinaria para disminuir los procesos

El producto tiene diversos elementos que lo diferenciarán de nuestra posible competencia, los cuales son detallados a continuación.

Características: Las características que marcan un punto de diferenciación a Nutri Jam por su producto y la fruta empleada son las siguientes:

- Mermelada producida a base de una fruta exótica y única como la pitahaya.
- Presentación eco-amigable, lo cual lo hace llamativo a las generaciones jóvenes.
- Producto elaborado con una fruta que no se ha explotado en el país.
- Alto contenido nutricional del producto.
- La pitahaya tiene aplicaciones medicinales.
- La pitahaya contiene en un 87% agua y en un 13% azúcar.

Propiedades nutricionales: La pitahaya tiene un bajo contenido calórico, alta concentración de vitamina C y hierro. Brinda proteína y grasas buenas a la dieta de la persona que la consume, adicionalmente aporta 0.7 gramos de fibra por cada 100 gramos consumidos. Se puede mencionar inclusive su aportación de potasio, sodio y vitamina A.

Como se ha indicado previamente, Nutri Jam busca adquirir la fruta de la pitahaya para transformarla en una mermelada sin químicos adheridos, brindando una opción nutricional para suplementar el desayuno. De esta forma, la empresa busca tomar ventaja de la tendencia existente de consumir más productos saludables con menos químicos y azúcares añadidas.

Beneficios médicos: De acuerdo a diversos estudios e investigaciones académicas, además de la experiencia de sus consumidores, se puede mencionar que la pitahaya puede tener atributos que ayudan al tratamiento y prevención de diversas enfermedades y desórdenes alimenticios, así como beneficios medicinales:

- Tiene función laxante, lo que mejora la digestión.
- Controla la acidez estomacal.
- Evita el estreñimiento.
- Aporta antioxidantes necesarios para la digestión.
- Brinda vitamina A y C, que ayuda a las defensas del organismo.
- Controla ciertos desordenes orgánicos al tener un alto contenido de fibra.

A pesar del incremento en conciencia de lo que las personas ingieren en su alimentación, la pitahaya dentro del mercado ecuatoriano no está posicionada como un alimento saludable. Por otro lado, en países asiáticos es apetecida por sus valores nutricionales y su sabor único. Por ende, se opta por comercializar una mermelada con base a esta fruta por el éxito que ha tenido en mercados internacionales.

La venta de mermelada de pitahaya propone un producto novedoso en el mercado, por su diferencia en el sabor y sus beneficios nutricionales. Puede ser promocionado como complemento de una dieta alta en fibra y baja en carbohidratos. Además, es un producto que forma parte del desayuno de los ecuatorianos, por lo que la demanda por un producto con un sabor nuevo puede ser potencialmente representativa.

Conclusiones:

Finalmente, luego de una evaluación de los diferentes factores (internos y externos) que se presentaron en el plan de negocios se puede indicar que la mermelada de pitahaya es un producto nutritivo que va a salir al mercado a responder las necesidades de un grupo de personas que está buscando artículos saludables que puedan ser encontrados en diferentes tiendas de la ciudad de Guayaquil. Así mismo, se puede concluir en términos financieros que este es un negocio rentable en donde a partir del tercer año de operaciones se podrá evidenciar utilidades del ejercicio.

Los principales centros de distribución serán los supermercados y las tiendas de conveniencia, así como también se podrá dar atención individualizada por medio de las redes sociales, donde el cliente podrá recibir su producto en un periodo de 24 horas. Se espera que a medida que la marca vaya abriéndose mercado se pueda hacer una reestructuración del precio ya que en la actualidad Nutri Jam sería la única marca que se venda a través de los supermercados y esto la convierte en una mermelada *Premium* exclusiva en el mercado.

Con la proyección de flujos de caja se obtiene un TIR de 32% que según las perspectivas del mercado la mermelada de pitahaya se convierte en un negocio rentable que debe ser explotado. Sin embargo, se debe hacer referencia a que este escenario propuesto es siempre y cuando la empresa cumpla con un objetivo de ventas que va de 2520 mermeladas vendidas mensualmente. Así mismo, se concluye que se deberá mantener un perfil adecuado según el tipo de consumidor para brindarle a Nutri Jam identidad de marca y pueda sobresalir entre los demás competidores.

Recomendaciones:

- Diversificar los productos, no sólo enfocarse en la mermelada de pitahaya si no hacer de esta fruta una materia prima que vaya a servir para la elaboración de más producto terminado con características nutricionales.
- Establecer campañas de marketing viral en plataformas digitales sobre el beneficio que tiene la fruta de pitahaya e introducir la marca de Nutri Jam en la mente de los consumidores.
- Evaluar en el mediano plazo la necesidad de subir el precio del producto para incrementar la utilidad y/o rentabilidad del negocio.

Si el proyecto entra en marcha es necesario que se sistematice el precio de la pitahaya en Nutri Jam para hacer un seguimiento de cuando son las mejores fechas para comprar la materia prima para el procesamiento de la pitahaya.

Bibliografía:

- Aguirre, A. (2016). *Análisis del Impacto de la industria de mermeladas en el mercado nacional y su aporte al comercio exterior ecuatoriano desde el año 2010*. Obtenido de Universidad de las Fuerzas Armadas del Ecuador:
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/12308/T-ESPE-053430.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Albán, P. E., & Alencastri, D. A. (2015). *Plan de exportación de pulpa de pitahaya al mercado de Berlín en Alemania a través de un comercio justo*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana Ecuador : <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10045/1/UPS-GT001054.pdf>
- Arévalo, G. A. (2014). Ecuador: economía y política de la revolución ciudadana, evaluación preliminar. *Apuntes del CENES* , 109-134.
- Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (09 de Diciembre de 2016). *Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación*. Obtenido de Registro Oficial: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec075es.pdf>
- Balanko, G. (2017). Cómo preparar un plan de negocios exitoso. *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo* , 1-31.
- Beltrán, N. G., & Cavagnaro, M. Y. (2014). *Estudio de factibilidad para la producción de jalea de Pitahaya en el Cantón Durán para ser comercializada en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Universidad Católica De Santiago de Guayaquil:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2307/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-117.pdf>
- Cámara de Comercio de España. (13 de Diciembre de 2017). *La importancia de implementar normas de calidad en tu empresa ISO 9001*. Obtenido de Cámara de Comercio de España:
<https://www.camara.es/blog/innovacion-y-competitividad/la-importancia-de-implementar-normas-de-calidad-en-tu-empresa-iso>
- Carballo, B. (04 de Marzo de 2013). *Definiendo el alcance de una investigación: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa*. Obtenido de Pensamiento de sistemas:
<https://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html>
- Corral, L. D. (2018). *Qué es un plan de marketing para que sirve y cómo hacerlo en 1 hora?* Obtenido de <https://leticiadelcorral.com/plan-de-marketing-en-1-hoja/>
- De La Rosa, D. K., & Reyes, J. E. (2016). *Análisis de factibilidad para la elaboración y comercialización de mermelada hecha a base de pitahaya para la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Universidad de Guayaquil:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11027/1/TESIS%20DE%20GRADO%20JEFFERSON%20REYES%20Y%20DIANA%20DE%20LA%20ROSA%20APROBADO.pdf>

EAE Business School. (15 de Octubre de 2018). *Supply Chain*. Obtenido de EAE Business School: retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/

Huachi, L., Yugsi, E., Paredes, M. F., Coronel, D., Verdugo, K., & Coba, P. (2015). Desarrollo de la Pitahaya (Cereus SP.) en Ecuador. *La Granja: Revista de ciencias de la vida*, 50-58.

Instituto Europeo de Posgrado. (2018). *Herramientas para realizar una investigación de mercados*. Obtenido de Universidad Rey Juan Carlos: <https://www.iep.edu.es/herramientas-para-realizar-una-investigacion-de-mercados/>

López, K. R., Blandón, E. A., Garzón, J. C., & Castro, H. J. (01 de Noviembre de 2017). *Plan de negocios para la creación de una empresa exportadora de Pitahaya deshidratada a Alemania*. Obtenido de Universidad Politécnica de Nicaragua: <http://repositorio.upoli.edu.ni/331/1/Pitahaya%20Deshidaratada.pdf>

Medina, P. E., & Mendoza, F. H. (2011). *Elaboración de Mermelada y nectar a partir de la pulpa de pitahaya y determinación de la capacidad antioxidante pro el método DPPH (1,1 Definil-2-Picril Hidrazila)*. Obtenido de Universidad de Guayaquil : <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2142/1/1075.pdf>

Ortiz, R. S. (enero de 2014). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa de pitahaya en la ciudad de Quito*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6211/1/UPS-QT04651.pdf>