



# POSGRADOS

## MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-37-No.696-2017

OPCIÓN DE  
TITULACIÓN:

PROYECTO DE DESARROLLO

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE PULPA Y JUGO  
NATURAL DE ARÁNDANOS EN LA CIUDAD DE QUITO-  
PROVINCIA DE PICHINCHA, UTILIZANDO MATERIA PRIMA  
NACIONAL DEL FRUTO

AUTOR:

PÓLIT GUERRERO DAVID SEBASTIÁN

DIRECTOR:

ADRIANO PATRICIO REDROBÁN PORTALANZA

QUITO - ECUADOR  
2020

**Autor:**



***David Sebastián Pólit Guerrero***

Ingeniero Comercial con mención en Finanzas

Candidato a Magíster en Administración de Empresas; Mención en Gestión Financiera por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito.

davidpolit91@hotmail.com

**Dirigido por:**



***Adriano Patricio Redroban Portalanza***

Economista

Licenciado en Ciencias de la Educación

Profesor de Educación Media en la Especialidad de Matemática

Diplomado Superior de Cuarto Nivel en Gerencia Estratégica de Ventas

Magister en Gestión y Desarrollo Social

aredroban@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

**DERECHOS RESERVADOS**

©2020 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

PÓLIT GUERRERO DAVID SEBASTIÁN

***PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE PULPA Y JUGO NATURAL DE ARÁNDANOS EN LA CIUDAD DE QUITO-PROVINCIA DE PICHINCHA, UTILIZANDO MATERIA PRIMA NACIONAL DEL FRUTO***

## **RESUMEN**

Con el fin de contribuir con la salud de la población surge la iniciativa de realizar un “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y distribuidora de pulpa y jugo natural de arándanos en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha, utilizando materia prima nacional del fruto”, en primera instancia se realizó una investigación de mercado, con la aplicación de una encuesta piloto, a través de la cual se pudo conocer los gustos y preferencias del cliente por los nuevos productos, los cuales están elaborados con futas 100% natural, de igual manera se plantea un plan de marketing en la que se definió estrategia en relación a las cuatro P, de marketing, a través de la cual se podrá dar a conocer el producto. También se define la infraestructura y, equipos necesarios para el área operativa, de esta manera cumplir con la capacidad utilizada, finalmente se realiza un estudio financiero y, a través de los indicadores financieros se pudo conocer la factibilidad del proyecto, en la que se determina la viabilidad para su puesta en marcha.

### **Palabras claves**

Proyecto, factibilidad, creación, producción, distribución.

## **ABSTRACT**

In order to contribute to the health of the population, the initiative arises to carry out a “Feasibility Project for the creation of a company that produces and distributes natural blueberry pulp and juice in the city of Quito, Province of Pichincha, using raw material national fruit”, in the first instance a market research was carried out, with the application of a pilot survey, through which it was possible to know the tastes and preferences of the client for the new products, which are made with 100% fruit Naturally, in the same way, a marketing plan is proposed in which a strategy was defined in relation to the four P's of marketing, through which the product can be made known. The infrastructure and necessary equipment for the operational area is also defined, in this way to comply with the capacity used, finally a financial study is carried out and, through the financial indicators, the feasibility of the project could be known, in which it is determined the feasibility for its implementation.

## **Keywords**

Project, feasibility, creation, production, distribution.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	V
ÍNDICE DE TABLAS .....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS .....	VIII
FORMATO PARA LA ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACION .....	1
1.- TITULO .....	1
2.- AUTOR.....	1
3.- INTRODUCCIÓN.....	1
4.- DETERMINACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA .....	2
4.1. Formulación del Problema.....	2
4.2 Justificación teórica.....	2
4.2.1 Justificación práctica .....	3
4.3 Objetivos.....	4
4.3.1 Objetivo general.....	4
4.3.2 Objetivos específicos.....	4
5.- MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....	4
5.1.....	4
Marco conceptual.....	4
5.2 Bases teóricas. Discusión de enfoques de diferentes autores. ....	13
6.- MATERIALES Y METODOLOGÍA.....	15
Unidad de análisis .....	15
6.1 Unidad de análisis: Consumidor de arándanos y sus derivados. ....	15
6.2 Población, tamaño y selección de la muestra .....	15
6.3 Métodos a emplear. ¿Cuál y para qué? .....	16
6.4 Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias	17
6.5 Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué? .....	17
6.6 Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información. ....	17
7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	18
7.1 ESTUDIO DE MERCADO .....	18
7.1.1 Identificación del bien o servicio .....	18
7.1.2Aplicación de la encuesta/entrevista .....	19
7.1.2.1Análisis de la encuesta piloto y conclusiones. ....	19
7.2 Análisis del mercado .....	39
7.2.1 La demanda (bebidas naturales).....	39
7.2.2 Demanda potencial (bebidas naturales).....	39
7.2.3 Proyección de la demanda (bebidas naturales) .....	40
7.3 LA OFERTA .....	42
7.3.1 Cálculo de la oferta .....	42
7.3.2 Proyección de la oferta .....	43

7.3.3 Determinación de la demanda insatisfecha.....	44
7.4 MARKETING MIX.....	45
7.4.1 Estrategias de producto.....	45
7.4.2 Estrategias de precio.....	46
7.4.3 Estrategias de distribución (canales de comercialización) .....	47
7.4.4 Estrategias de promoción y publicidad .....	47
7.5 ESTUDIO TÉCNICO .....	49
7.5.1 Estudio del Tamaño.....	49
7.5.2 Estudio de Localización .....	51
7.5.3 Ingeniería del Proyecto.....	52
7.5.4 Análisis Organizacional.....	53
7.5.5 ANALISIS LEGAL.....	55
7.6 ESTUDIO ECONOMICO .....	57
7.6.1 Estudio Financiero .....	57
7.6.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA .....	61
8. CONCLUSIONES .....	64
9. REFERENCIAS.....	65
10. ANEXO .....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Producto .....	18
Tabla 2 Género .....	19
Tabla 3 Conoce usted que es el fruto arándano .....	20
Tabla 4 Ha consumido usted el fruto arándano .....	21
Tabla 5 Sabe usted si el producto que consumió es de producción nacional .....	22
Tabla 6 Sabe usted cuales son los beneficios .....	23
Tabla 7 En qué presentación usted ha consumido esta fruta .....	24
Tabla 8 Podría disminuir el consumo de productos importados de esta misma fruta ....	25
Tabla 9 Qué tipo de bebidas usted consume .....	26
Tabla 10 Con qué frecuencia consume bebidas para refrescarse .....	27
Tabla 11 Usted consumiría bebidas naturales .....	28
Tabla 12 Dónde le gustaría adquirir a usted este producto .....	29
Tabla 13Cuál es el factor que usted analiza para adquirir una bebida .....	30
Tabla 14 Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta bebida natural .....	31
Tabla 15 Usted conoce que son las pulpas naturales .....	32
Tabla 16 Usted consume pulpas naturales .....	33
Tabla 17 Con qué frecuencia consumiría o consume pulpas naturales .....	34
Tabla 18 Dónde le gustaría adquirir .....	35
Tabla 19Cuál es el factor que usted analizaría .....	36
Tabla 20 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural .....	37
Tabla 21 Demanda potencial bebidas naturales .....	40
Tabla 22 Proyección de la demanda (bebidas naturales) .....	40
Tabla 23 Demanda potencial (pulpa de arándanos) .....	41
Tabla 24 Proyección de la demanda pulpa de arándanos .....	42
Tabla 25 Oferta .....	42
Tabla 26 Proyección de la oferta .....	43
Tabla 27 Demanda insatisfecha en número de productos bebidas naturales .....	44
Tabla 28 Demanda insatisfecha en número de productos pulpa de arándanos .....	44
Tabla 29 Capacidad del proyecto .....	49
Tabla 30 Tamaño del proyecto .....	50
Tabla 31 Micro localización .....	52
Tabla 32 Características sociedad anónima .....	56
Tabla 33 Inversión .....	57
Tabla 34 Costos del proyecto .....	58
Tabla 35 Gastos administrativos .....	58
Tabla 36 Gastos de ventas .....	59
Tabla 37 Gastos financieros .....	59
Tabla 38 Ventas del proyecto .....	60
Tabla 39 Estado de resultados .....	60
Tabla 40 Flujo de caja .....	61
Tabla 41 Valor Actual Neto (VAN) .....	63
Tabla 42 Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	64

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Género .....	19
Figura 2 Conoce usted que es el fruto arándano .....	20
Figura 3: Ha consumido usted el fruto arándano .....	21
Figura 4 Sabe usted si el producto que consumió es de producción nacional.....	22
Figura 5 Sabe usted cuales son los beneficios .....	23
Figura 6 En qué presentación usted ha consumido esta fruta.....	24
Figura 7 Podría disminuir el consumo de productos importados de esta misma fruta ..	25
Figura 8 Qué tipo de bebidas usted consume .....	26
Figura 9 Con qué frecuencia consume bebidas para refrescarse .....	27
Figura 10 Usted consumiría bebidas naturales .....	28
Figura 11 Dónde le gustaría adquirir a usted este producto .....	29
Figura 12Cuál es el factor que usted analiza para adquirir una bebida.....	30
Figura 13 Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta bebida natural.....	31
Figura 14 Usted conoce que son las pulpas naturales.....	32
Figura 15 Usted consume pulpas naturales .....	33
Figura 16 Con qué frecuencia consumiría o consume pulpas naturales .....	34
Figura 17. Dónde le gustaría adquirir .....	35
Figura 18 Cuál es el factor que usted analizaría .....	36
Figura 19 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural .....	37
Figura 21 Flujograma.....	55

## **FORMATO PARA LA ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACION**

### **PROYECTO DE DESARROLLO**

#### **1.- TITULO**

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y distribuidora de pulpa y jugo natural de Arándanos en la ciudad de Quito-Provincia de Pichincha, utilizando materia prima nacional del fruto”

#### **2.- AUTOR**

David Sebastián Pólit Guerrero

#### **3.- INTRODUCCIÓN**

Las nuevas formas de alimentación y tendencias de consumo de frutas han ido cambiando y desarrollando nuevos métodos para consumir los alimentos. El tratar de optimizar tiempo en cada una de las personas en la actualidad es muy importante, por lo cual buscan nuevos productos que acorten el tiempo de preparación y que sean de fácil consumo.

Las empresas y los productores han creado estrategias para que el consumo de sus productos sea de forma rápida, que contengan estándares de calidad y brinden al consumidor nuevas experiencias de consumo, por lo cual se ha ido implementado de a poco en la industria alimenticia nuevos hábitos de consumo como son las pulpas, jugos naturales, frutas deshidratadas entre otros.

Para realizar este proyecto se ha escogido el fruto Arándano, fruto muy novedoso y muy saludable que ha ido ganando espacio en el mercado nacional, primero con frutos y productos terminados principalmente importados de Estados Unidos y Canadá, y que hoy por hoy se los cultivan en varias zonas del Ecuador, buscando explotar en gran cantidad este fruto para venta nacional y poco a poco para exportación.

El proyecto busca incentivar el consumo del arándano principalmente de cultivo nacional y a su vez desarrollar nuevos hábitos de consumo más prácticos del fruto con lo que son las pulpas congeladas y los jugos naturales.

## **4.- DETERMINACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA**

### **4.1. Formulación del Problema**

Los productores del fruto arándano, han logrado comercializar este fruto con una gran acogida dentro del territorio nacional, teniendo en cuenta que esta venta del producto lo hacen en su forma primaria es decir la fruta en sí.

La comercialización de la mayoría de frutas en el Ecuador no son realizadas de la mejor forma ya que no cumplen con muchos estándares de comercialización como son limpieza, empaquetado y transporte y esto provoca que muchos de estos frutos pierdan sus propiedades alimenticias e incluso muchos de los productos se echen a perder.

Las frutas en su estado más natural tienen un tiempo de duración muy corto, lo que provoca que tanto proveedores como consumidores soliciten pedidos muy pequeños con el fin de que las frutas no se dañen, trayendo esto repercusiones en los beneficios y utilidades a los productores ya que tienen que controlar su producción para que no se dañen los productos.

Se pretende implementar una empresa productora y distribuidora de pulpa y jugo natural de arándano, en base a la producción agrícola local del fruto, que amplíe la presencia de la producción nacional y que los consumidores tengan un tiempo más largo de almacenamiento antes del momento de consumir el producto.

### **4.2 Justificación teórica**

La producción de arándano como materia prima en el país data desde el año 2015 (Revista Líderes, 2018), las empresas productoras únicamente cultivan el fruto. Desde entonces su consumo ha tenido una gran aceptación a nivel nacional por sus grandes beneficios y su particular sabor. En el mercado nacional existen varios productos derivados de diversos frutos que ofertan la pulpa y jugos naturales, las cuales, en su gran mayoría, son de industrias nacionales. Sin embargo, no se encuentran registros de empresas o emprendimientos dedicadas exclusivamente a la producción y distribución de pulpa y jugo natural del fruto Arándano.

Al ser un fruto novedoso y con grandes beneficios para la salud; y al no existir industria nacional de productos elaborados del mismo; es conveniente explotar este espacio de mercado y realizar un estudio de factibilidad para crear una empresa dedicada exclusivamente a la producción y distribución de productos derivados del arándano como son: pulpa y jugo natural, la cual buscare incentivar el consumo interno de estos productos y disminuir la importación de los mismos. El emprendimiento se enfocará en la producción y distribución de pulpa y jugo natural de Arándano utilizando únicamente materia prima (fruto) producida por agricultores locales, el cual generará un plus adicional al emprendimiento.

Para la implementación de este proyecto de factibilidad se realizará un análisis del sector agrícola dedicado a la producción de Arándanos en la ciudad de Quito, y a su vez, una investigación al sector industrial productor de pulpa y jugos naturales para determinar las estrategias de introducción del producto, posicionamiento y ventas.

#### **4.2.1 Justificación práctica**

Esta investigación se realizará porque existe la necesidad de crear una empresa que explote la producción de arándano, sus beneficios y que brinde a los consumidores una nueva experiencia de consumo, una nueva forma de obtener sus productos de fácil preparación, rápido consumo y menos perecibles.

La creación de esta empresa permitirá obtener productos de cultivos naturales y fomentar la disminución de productos importados derivados del arándano, con ello brindar al consumidor un producto nacional con calidad internacional.

## **4.3 Objetivos**

### **4.3.1 Objetivo general**

Implementar una empresa productora y distribuidora de pulpa y jugo natural de Arándano ubicada en la ciudad de Quito-Provincia de Pichincha que utiliza materia prima nacional.

### **4.3.2 Objetivos específicos**

- Determinar el mercado objetivo a través del cual se defina la demanda insatisfecha de los consumidores de pulpa y, jugos naturales derivados del fruto de Arándano.
- Desarrollar un estudio técnico, estudio legal, estudio administrativo, así como todos los procesos e insumos, para la elaboración de la pulpa y jugo natural de arándano.
- Definir la inversión y financiamiento del proyecto.
- Realizar un estudio económico, costos unitarios, totales beneficios e ingresos para la puesta en marcha de la empresa productora y distribuidora de pulpa y jugo natural de arándano.
- Establecer la Evaluación financiera y evaluación del riesgo para calificar la viabilidad del proyecto.

## **5.- MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

### **5.1 Marco conceptual.**

#### **Análisis de Costos - Beneficio**

Búsqueda de la mejor razón entre beneficios y costos (Rojas Romero, 2005).

#### **Análisis de Riesgos**

Enfoque del análisis de problemas que pondera los riesgos de una situación al incluir probabilidades para obtener una evaluación más exacta de los riesgos existentes (Rojas Romero, 2005).

## **Antocianinas**

Las antocianinas son flavonoides responsables del color de los frutos del arándano. Estos compuestos son interesantes por su impacto sobre las características sensoriales de los alimentos, ya que se pueden utilizar como colorantes alimentarios naturales. Además, debido a su elevada actividad antioxidante, presentan potenciales beneficios para la salud (ZAPATA, 2014).

## **Arándano**

Los arándanos son arbustos pertenecientes a la familia Ericaceae que abarca a todas las especies llamadas arándano, que superan las 900, aunque sólo 172 son reconocidas. Los más frecuentes son los oscuros, rojos, azules y amarillos (aguaymanto), aunque cada especie tiene un nombre particular, todas se caracterizan por tener un buen sabor y una gran cantidad de vitamina C, en especial los rojos, negros y el aguaymanto. Además, tienen fibra y una gran variedad de minerales (Sejuro, Quispe, & Zegarra, 2017).

## **Arándano Rojo**

El arándano rojo americano es un fruto originario de Norteamérica que ha despertado interés en su estudio, desde el siglo XIX, por sus cualidades para la prevención de infecciones urinarias. El nombre científico del arándano rojo es *Vaccinium macrocarpon* y contiene 90% de agua, ácido químico, ácido málico, ácido cítrico, glucosa y fructosa. Pertenecen a la familia de las bayas, que son ricas en flavonoides, antocianinas y proantocianidinas (PAC's) (Ruz et al., 2009).

## **Beneficio**

Bien que se hace o se recibe. Ganancia económica que se obtiene de un negocio, inversión u otra actividad mercantil (Española, 2014).

## **Cliente**

Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa (Española, 2014).

## **Comercializar**

Dar a un producto condiciones y vías de distribución para su venta (Española, 2014).

## **Consumo**

Es la acción y efecto de consumir o gastar, sean productos, bienes o servicios, por ejemplo, la energía, entendiendo por consumir, como el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias (Wikipedia, 2019).

## **Consumidor**

Compradores. Uno de los agentes económicos que intervienen en la cadena productiva. Todo consumidor posee una serie de necesidades que satisfacer, y lo hace gracias al intercambio de dinero por los bienes y servicios ofertados que desea, y que le brinda un productor o proveedor. Los consumidores son por lo general el último peldaño de la cadena productiva. Son quienes compran el producto o el servicio ya elaborado y quienes le dan uso (Concepto.de, 2017).

## **Consumo Local**

El consumo local o economía local hace referencia al esfuerzo colaborativo para construir economías basadas en productos de la localidad, comarca o región. Específicamente en el ámbito de la alimentación, hace referencia a la producción, procesamiento, distribución y consumo integrados para mejorar la economía, medio ambiente, salud y relaciones sociales de un lugar en particular y se considera parte de un movimiento más amplio, como es el del movimiento sostenible (Wikipedia, 2019).

## **Costos**

La suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir una cosa (Rojas Romero, 2005).

## **Costo Unitario**

Se conoce como costo unitario al valor de un artículo en particular, es decir, cuanto nos cuesta elaborar y distribuir un producto contabilizando todos los costos. Los objetivos de la determinación del costo unitario de producción son: valorar los inventarios de productos terminados y en proceso, conocer el costo de producción de los artículos terminados, tener base de cálculo en la fijación de precios de venta, así poder determinar el margen de utilidad probable (Sucari, 2016).

## **Crear**

Establecer, fundar, introducir por vez primera algo; hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado (Española, 2014).

## **Demanda**

En economía, refiere a la cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados, como alimentos, medios transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas, es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes (Concepto.de, 2017).

## **Derivado**

Dicho de un producto que se obtiene de otro (Española, 2014). Es un producto financiero cuyo precio parte del precio de otro activo (Debitoor, 2015).

## **Elaborar**

Idear o inventar algo complejo. Transformar una cosa u obtener un producto por medio de un trabajo adecuado (Española, 2014).

## **Empresa**

Una empresa es una organización de personas que comparten unos objetivos con el fin de obtener beneficios. Una empresa es una unidad productiva agrupada y dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro. En nuestra sociedad, es muy común la creación continua de empresas. En general, una empresa también se puede definir como una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y por el que se obtengan beneficios (Debitoor, 2015).

## **Emprendimiento**

Proviene del francés *entrepreneur*, que significa pionero, y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto (Concepto.de, 2017).

## **Estudio de Factibilidad**

El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación (Gestiópolis, 2001).

## **Estudio de Mercado**

Es el diseño, recolección y análisis sistemático de información con relación a las características de un mercado específico (Rojas Romero, 2005).

## **Estudio Técnico**

Desde la óptica financiera, este estudio tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertenecientes a esta

área. Este estudio debe definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para la posterior operación del proyecto (Ecolink, 2009).

### **Estudio Económico**

La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio económico o financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad (Ecolink, 2009).

### **Estrategia**

Esquema que contiene la determinación de los objetivos o propósitos de largo plazo de la empresa y los cursos de acción a seguir. Es la manera de organizar los recursos (Rojas Romero, 2005).

### **Evaluación de Proyectos**

La evaluación de un proyecto de inversión, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica financiera y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos con que se cuenta, a la mejor alternativa. En la actualidad una inversión inteligente requiere de un proyecto bien estructurado y evaluado, que indique la pauta a seguirse como la correcta asignación de recursos, igualar el valor adquisitivo de la moneda presente en la moneda futura y estar seguros de que la inversión será realmente rentable, decidir el ordenamiento de varios proyectos en función a su rentabilidad y tomar una decisión de aceptación o rechazo (Ecolink, 2009).

### **Fruto**

Producto de las plantas, que, aparte de la utilidad que puede tener, sirve para desarrollar y proteger la semilla (Española, 2014).

### **Ganancia**

Se entiende por ganancia, beneficio o utilidades a los saldos positivos obtenidos a partir de un proceso o una actividad económica o financiera. Los tres términos no son exactamente sinónimos, ya que en el lenguaje técnico económico o empresarial se los distingue, pero a grandes rasgos representan el engrosamiento material o nominal de los bienes de una empresa, individuo u organización. La ganancia es lo contrario a la pérdida. Comúnmente, la ganancia es un indicador de crecimiento económico o generación de valor en un circuito económico, lo cual no siempre es cierto en el caso de los individuos.

Su cálculo obedece a una fórmula simple: Ingresos totales – Costos de producción y distribución = Ganancia (Concepto.de, 2017).

### **Implementar**

Una implementación es la ejecución u/o puesta en marcha de una idea programada, ya sea, de una aplicación informática, un plan, modelo científico, diseño específico, estándar, algoritmo o política (Wikipedia, 2019).

### **Inversión**

En economía se entiende por inversión a un conjunto de mecanismos de ahorro, ubicación de capitales y postergación del consumo, con el objetivo de obtener un beneficio, un rédito o una ganancia, es decir, proteger o incrementar el patrimonio de una persona o institución. Dicho de otro modo, la inversión consiste en el empleo de un excedente de capitales en una actividad económica o financiera determinada, o también en la adquisición de bienes de alto valor, en lugar de aferrarse al dinero “líquido”. Esto se realiza con la esperanza de que la retribución sea cuantiosa y el dinero invertido se recupere en un plazo no demasiado extenso (Concepto.de, 2017).

### **Jugo**

Zumo de las sustancias animales o vegetales sacado por presión, cocción o destilación. Parte provechosa, útil y sustancial de cualquier cosa material o inmaterial (Española, 2014).

### **Marca**

Genéricamente, la palabra marca sirve para describir alguna señal en particular, una marca es una denotación en un cuerpo libre de impurezas, una marca es algo que perturba lo que es considerado estándar, puede también ser un indicador puesto por alguien o algo para delimitar un espacio o para identificar un lugar o un objeto. Por ejemplo, un hematoma en la piel de una persona es una marca de color morado en un tono claro de piel, marcar un terreno con una línea alrededor delimita la zona en la que vive el Sr. Pedro. El campo en el que se aplica la palabra con mayor frecuencia es en el mercadeo o marketing (Venemedia, 2011).

### **Marketing**

Es una rama de la administración que se centra en la dirección comunicativa de las actividades económicas y comerciales de un grupo o una persona, es decir, en cómo identificar y satisfacer las necesidades del mercado consumidor objetivo (Concepto.de, 2017).

## **Materia Prima**

Elemento primario que al ser procesado o al ser conducido dentro de un proceso de manufactura sufre unos cambios que generaran un bien o servicio (Rojas Romero, 2005).

## **Mercado**

El mercado, en economía, es cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes (Torcat Medina, 2009).

## **Natural**

Pertenciente o relativo a la naturaleza o conforme a la cualidad o propiedad de las cosas. Dicho de una cosa: Que está tal como se halla en la naturaleza, o que no tiene mezcla o elaboración (Española, 2014).

## **Oferta**

Según su etimología la palabra oferta proviene del latín "offerre" que significan (cosas que se ofrecen). Este término se utiliza frecuentemente en el contexto económico para definir a la cantidad de bienes o servicios que los fabricantes están prestos a vender, dentro de ciertas condiciones de mercado. Cuando las condiciones están caracterizadas por el precio, es cuando se forma la curva de oferta, la cual consiste en la unión de los precios de mercado y la oferta. La ley de la oferta estipula que, a mayor precio de un producto, mayor será la oferta (Venemedia, 2011).

## **Precio**

Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio. El precio no tiene que ser necesariamente igual al "valor" del bien o servicio, o al costo del mismo, ya que el precio fluctúa de acuerdo a muchos factores, entre otros, el precio varía de acuerdo a las condiciones de oferta y demanda, estructura del mercado, disponibilidad de la información de los compradores y vendedores, capacidad de negociación de los agentes. (Ecolink, 2009).

## **Presupuesto**

Es una previsión de futuras actividades económicas que la empresa realizará regularmente. Es un documento que refleja una previsión o predicción de cómo serán los resultados y los flujos de dinero que se obtendrán en un periodo futuro. Es un cálculo aproximado de los ingresos y gastos que se obtendrán tras la realización de la actividad.

Podemos decir que el presupuesto es una meta para la empresa que ha de cumplir para la consecución de sus objetivos y marcar las prioridades (Debitoor, 2015).

### **Producto**

Es la salida de cualquier proceso (Rojas Romero, 2005).

### **Productividad**

Medida del rendimiento que influye la eficacia y la eficiencia (Rojas Romero, 2005).

### **Producción**

En el campo económico alude a la creación o invención y procesamiento de bienes y mercancías, y se podría decir que es uno de los procesos económicos más importantes de la humanidad, ya que por medio de dicho proceso el hombre genera u obtiene grandes riquezas, porque está organizado específicamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios que son de vital necesidad para satisfacer las necesidades de los seres humanos. En otras palabras, producción es una organización o departamento que se encarga de su realización y gran parte del mundo depende de este valioso proceso (Venemedia, 2011).

### **Promoción**

La promoción es una utilidad que las empresas emplean para dar a conocer sus productos, a manera de información cuando un agente de comunicación promociona algo, es con el fin que a la persona que se le está promocionando reciba una gratificación por parte de este y tenga la voluntad de adquirirlo por el precio que se le oferta. Promoción proviene del verbo “Promover” por lo que es claro comprender según su etimología que se trata de una estrategia de comunicación de parte de las compañías que producen bienes y servicios con el fin de que la sociedad lo conozca (Venemedia, 2011).

### **Proveedor**

Se trata de la persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad. Un proveedor es una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán vendidos directamente o transformados para su posterior venta. Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que las compra (Debitoor, 2015).

## **Proyecto**

Se entiende por proyecto a una planificación consistente en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, con el fin expreso de alcanzar resultados específicos en el marco de las limitaciones impuestas por factores previos condicionantes: un presupuesto, un lapso de tiempo o una serie de calidades establecidas. Los proyectos suelen comprenderse como la preparación y disposición por escrito de los elementos teóricos, materiales y humanos que se necesitarán para elaborar un producto, servicio o resultado único, por lo que en ciertos ámbitos puede ser equivalente a bosquejo, guion previo, primer borrador, etc. Los aspectos formales y teóricos de un proyecto varían dependiendo de la naturaleza del mismo y de su objeto de estudio, así como las partes que lo componen. Por ejemplo, algunos podrán hacer hincapié en sus fuentes bibliográficas, mientras que otros lo harán en su metodología o su impacto una vez terminado (Concepto.de, 2017).

## **Pulpa**

Parte mollar de la fruta. En la industria conservera, fruta fresca, una vez deshuesada y triturada (Española, 2014).

## **Recursos**

Llamase así en economía al conjunto de capacidades humanas, elementos naturales y bienes de capital, escasos en relación a su demanda, que se utilizan casi siempre conjuntamente para producir bienes y servicios (Ecolink, 2009).

## **Rentabilidad**

Cuando hablamos de rentabilidad, nos referimos a la capacidad de una inversión determinada de arrojar beneficios superiores a los invertidos después de la espera de un período de tiempo. Se trata de un elemento fundamental en la planificación económica y financiera, ya que supone haber hecho buenas elecciones (Concepto.de, 2017).

## **Rendimiento**

En agricultura y economía agraria, rendimiento de la tierra o rendimiento agrícola es la producción dividida entre la superficie. La unidad de medida más utilizada es la Tonelada por Hectárea (Tm/Ha). Un mayor rendimiento indica una mejor calidad de la tierra (por suelo, clima u otra característica física) o una explotación más intensiva, en trabajo o en técnicas agrícolas (abonos, regadío, productos fitosanitarios, semillas seleccionadas - transgénicos-, etc.). La mecanización no implica un aumento del rendimiento, sino de la rapidez en el cultivo, de la productividad (se disminuye la cantidad de trabajo por unidad de producto) y de la rentabilidad (se aumenta el ingreso monetario por unidad invertida) (Wikipedia, 2019)

## **Venta**

Es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido). El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden (Merino & Pérez Porto, 2013).

## **5.2 Bases teóricas. Discusión de enfoques de diferentes autores.**

El Arándano, un fruto silvestre

Al escuchar el nombre arándano viajamos en el tiempo hacia una antigua historia en que los americanos fueron los pioneros en obtener los beneficios de este fruto de forma natural, en América se le conocía a este fruto con diferentes nombres, las tribus los llamaban “sassamanesh”, en los pueblos del sur de Jersey “ibimi” o baya negra, los algonquinos de Wisconsin como “atoqua” y los indios “pequots”.

Por otro lado, los colonos alemanes y holandeses lo comenzaron a llamar como ahora se suele mencionar “Crane Berry” debido a su flor que poseía un estilo particular con la forma de una cabeza, así como el pico de una grulla, es de esta manera como el arándano finalmente prevaleció con el nombre de Crane Berry. El arándano es una planta muy antigua de origen desconocido, que crece espontáneamente en el norte de Europa, Asia y América. Hay quien la considera originaria de Europa, norte de África, Cáucaso y Asia septentrional.

Muchos agricultores consideran al arándano la planta con mayor antigüedad en el planeta tierra, esta planta ha sido utilizada desde muchos años atrás para tratamientos de diversas enfermedades como la gripe. Esta planta en la antigüedad también fue considerada para su uso artístico, ya que eran mezcladas con leche para usarlas como un tinte de color púrpura.

El *Vaccinium* o más conocido como el Arándano es una fruta de carácter ácido que crece en pequeños arbustos perennes principalmente en las zonas frías del hemisferio norte y son de un color rojizo, azulado u oscuro. El alto contenido de fibras, minerales, antioxidantes, manganeso, vitamina “k” y vitamina “C” hacen de los arándanos candidatos preferenciales no solo de formar una parte de nuestra dieta sino de mejorar y ayudar a nuestra salud mental. Su alto contenido de agua, hace que una taza de arándanos contenga tan solo 84 calorías y 15 gramos de carbohidratos.

Esta fruta es tradicionalmente consumida en los Estados Unidos como una materia prima para la producción de varios alimentos industrializados entre los que se puede citar jugos, mermeladas, jaleas y dulces; lo que ha llevado a este país a ser el número uno en su consumo teniendo que recurrir a importarlo por varios períodos para cumplir con las necesidades internas, se estima un consumo per cápita de 3,6 kg/persona al año, cifra que en una población de 303’824.646 de habitantes representa en promedio 1’093.768,73 toneladas al año (Díaz, 2012).

## **Producción de Arándano en el Ecuador**

“La producción de Arándanos en el Ecuador es de data reciente, se cultiva en climas de sierra y costa, en zona de altas temperaturas por el día y bajas en la noche. A finales del 2015, Agrícola Oro Azul arrancó con un cultivo de 3 000 plantas de arándanos en una finca familiar en el Carchi. De esa primera plantación, a 2 400 metros de altitud, esta empresa –conformada este año– alcanzó una producción de 2 800 kilos en el 2017” (Revista Líderes, 2018).

La producción nacional de arándanos es reciente, este fruto silvestre se cultiva en la Sierra y Costa ecuatoriana. La primera plantación se dio en el año 2015, alcanzó una producción de 2 800 kilos en el 2017 bajo la marca Agrícola Oro Azul que siembra la variedad bilóxi, como una Línea de producción Ecuatorial con proyecciones a la exportación hacia Asia y Europa. Internamente la marca vende sus productos en pequeños supermercados y emprendimientos, sin embargo, la demanda nacional del fruto se comercializa en las cadenas de supermercados Supermaxi y Megamaxi por las marcas Biovegetal y Ecuarandano, con tres toneladas de producción al año 2017, marcas que no planean importar en el futuro (Revista Líderes, 2018).

En la actualidad en el medio local Ecuador ni en la provincia de Pichincha no se registran empresas, emprendimientos y negocios que se dediquen estrictamente a la producción y distribución de pulpa y jugo natural de Arándano. Hay registros de ventas de este producto, únicamente de empresas dedicadas a la importación del mismo, lo cual nos daría una ventaja en la introducción de este producto en el mercado nacional haciéndolo conocer como un producto totalmente ecuatoriano (protección de la industria ecuatoriana como marca país).

## **Pulpas de frutas congeladas**

La pulpa de fruta natural con o sin congelar, se da de la separación de las partes que son comestibles de la misma, utilizando procesos y tecnología adecuada para su extracción y posterior congelamiento (Espinoza, 2012).

Los desechos que se dan de este proceso son residuos que en su totalidad forman la parte no comestible o consumible del fruto.

En el Ecuador ya hace mucho tiempo atrás las frutas en su estado más natural dejaron de aparecer únicamente como fruto, en los supermercados y tiendas se pueden encontrar concentrados y pulpas de frutas.

La pulpa es un sinónimo de la fruta en su estado más natural, ya que deja únicamente sus partes comestibles dentro del producto y desecha las partes no consumibles, esto hace que su preparación sea rápida y de forma mucho más fácil.

## **Estudio de Factibilidad**

El proyecto de factibilidad o estudio de factibilidad es una herramienta que ayuda a las personas y empresas a orientar la toma de decisiones al momento de emprender o crear una empresa o proyecto, permite evaluar y determinar las posibilidades de éxito o fracaso del mismo, así mismo nos permite determinar el tamaño del proyecto, la inversión necesaria y minimizar la incertidumbre para proceder o no a su implementación (López & Lankenau, 2017).

De allí que “la selección de los proyectos de inversión se realizara con base en la necesidad que cada proyecto satisface y la rentabilidad de la solución propuesta. Para apoyar esta decisión económica se requiere de información que permita asignar los recursos escasos a la alternativa más eficiente y viable de acuerdo con las necesidades” (López & Lankenau, 2017).

## **6.- MATERIALES Y METODOLOGÍA**

### **Unidad de análisis**

#### **6.1 Unidad de análisis: Consumidor de arándanos y sus derivados.**

Seleccionar la apropiada unidad de análisis depende del tema y la pregunta de investigación, “la elección de la unidad de análisis puede rectificar el resultado de lo descubierto durante la recolección de datos” (Yin, 2003).

#### **6.2 Población, tamaño y selección de la muestra**

Población por selección, el total de consumidores de pulpa y jugo natural de arándano que se encuentran en el Distrito Metropolitano de Quito ya que es un número finito y manejable para la investigación.

Para conocer el nivel de aceptación y consumo que pueda tener la pulpa y jugo natural de arándano en la ciudad de Quito, se debe determinar la población por el número de habitantes del Distrito Metropolitano de Quito que es 2'644.145. De los cuales el 35% del total de la población corresponde a la Población Económicamente Activa PAE de la ciudad, 925.450 trabajadores y trabajadoras (INEC, 2017).

Para determinar el número de encuestas que se realizará, se aplica la Fórmula de Ley de Probabilidad con la que se puede determinar la población finita para realizar la investigación (Loor Cevallos, 2016).

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2(N - 1) + Z^2(p \times q)}$$

Dónde:

$n$  = Total de la población

$Z^2 = 1.962$  (si la seguridad es del 95%)

$p$  = proporción esperada (0.05)

$q = 1-p$  (en este caso  $1-0.05 = 0.95$ )

$d$  = precisión (en este caso deseamos un 6%)

$$n = \frac{925.450 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}{0,06^2(925.450 - 1) + 1,96^2(0,05 \times 0,95)}$$

$$n = \frac{925.450 \times 3,84 \times 0,05 \times 0,95}{0,0036(925.449) + 3,84(0,047)}$$

$$n = \frac{168.802,08}{3.331,62 + 0,185}$$

$$n = \frac{168.802,08}{3.331,80}$$

$$n = 506$$

### 6.3 Métodos a emplear. ¿Cuál y para qué?

Se prevé realizar dos fases de investigación:

Fase Cualitativa que estudia “las motivaciones, predisposiciones, actitudes, razones, predisposiciones mentales sin rigor estadístico” se basa en entrevistas individuales y/o grupales.

Fase Cuantitativa que se basa en “los métodos técnicos de la estadística matemática descriptiva e inferencial”; la descriptiva que explica el mercado actual, su consumo por envases comprados o stock mensual en locales comerciales, la inferencial que en función

a datos disponibles proyecta un futuro probable por medio de datos estadístico y encuestas (Administración de empresas, 2009)

#### **6.4 Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias**

Fuentes de Información Primaria: Las fuentes de recolección primaria fueron la población de Quito-Pichincha, quienes sirvieron de fuente de investigación y aplicación de los métodos de recolección de la información que se aplicaron.

Fuentes de Información Secundaria: Información organizada o elaborada a partir del análisis o extracción de fuentes primarias como información original de libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, tesis, documentos oficiales de instituciones públicas o privadas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas.

#### **6.5 Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué?**

##### **Cuantitativas:**

Encuestas: Recolección de información primera para determinar los posibles gustos y preferencias del consumidor y demanda insatisfecha.

#### **6.6 Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información.**

Para la recolección de información se utilizó únicamente encuestas, las mismas que permiten obtener todo lo pertinente con los gustos y preferencias de los posibles consumidores.

Para el análisis y la interpretación de los datos recolectados en las encuestas se utilizó Microsoft Excel, tablas dinámicas y gráficas de barras y pasteles con los respectivos porcentajes arrojados y etiquetas para mejor comprensión.

#### **6.7 Encuesta Modelo Piloto.**

**Revisar anexo 1.**

## 7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 7.1 ESTUDIO DE MERCADO

#### 7.1.1 Identificación del bien o servicio

La nueva empresa se enfocará a la producción y, distribución de pulpa y jugo natural de arándanos, producto que tendrá la siguiente presentación.

**Tabla 1. Producto**

<b>PRODUCTO</b>	<b>VALOR NUTRICIONAL</b>
<p>Pulpa natural de arándanos de 500 gramos presentación sachet.</p> 	<p><b>Nutriente:</b> agua energía, proteína, lípidos (grasas), carbohidratos, azúcares.  <b>Aminoácidos:</b> Leucina, lisina, fenilalanina, serina, glicina, ácido glutámico.  <b>Minerales:</b> Calcio (ca), hierro (fe), magnesio (mg), fósforo (p), potasio (k), sodio (Na).  <b>Vitaminas:</b> Vitamina C, botaina, vitamina A, vitamina E.</p>
<p>Jugo natural de arándanos de 250 gramos.</p> 	<p><b>Nutriente:</b> agua energía, proteína, lípidos (grasas), carbohidratos, azúcares.  <b>Aminoácidos:</b> Leucina, lisina, fenilalanina, serina, glicina, ácido glutámico.  <b>Minerales:</b> Calcio (ca), hierro (fe), magnesio (mg), fósforo (p), potasio (k), sodio (Na).  <b>Vitaminas:</b> Vitamina C, botaina, vitamina A, vitamina E.</p>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

## 7.1.2 Aplicación de la encuesta/entrevista

### 7.1.2.1 Análisis de la encuesta piloto y conclusiones.

#### 1.- Género

Tabla 2 Género

PREGUNTA 1		
GENERO	N	%
MASCULINO	13	52.00%
FEMENINO	12	48.00%
TOTAL	25	100.00%

Fuente: Información obtenida encuestas piloto 2019

Elaborado por: El autor

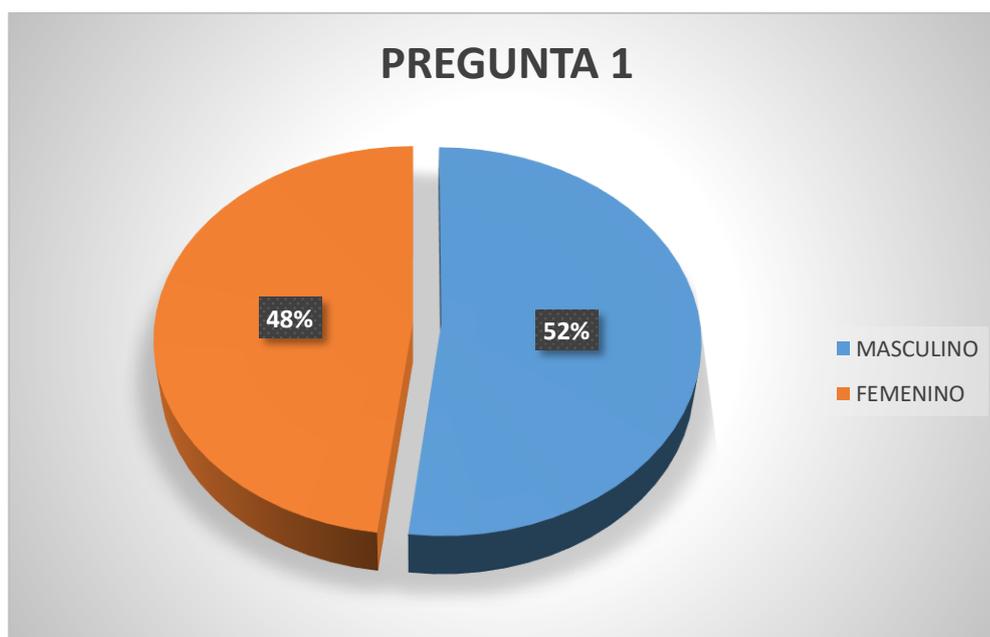


Figura 1 Género

Fuente: Información obtenida encuestas piloto 2019

Elaborado por: El autor

Esta primera pregunta nos arroja un resultado casi equitativo puesto que la encuesta fue realizada a 25 personas de las cuales el 52% fueron hombres y el 48% mujeres, buscando con esto un análisis en igual proporción de los dos géneros.

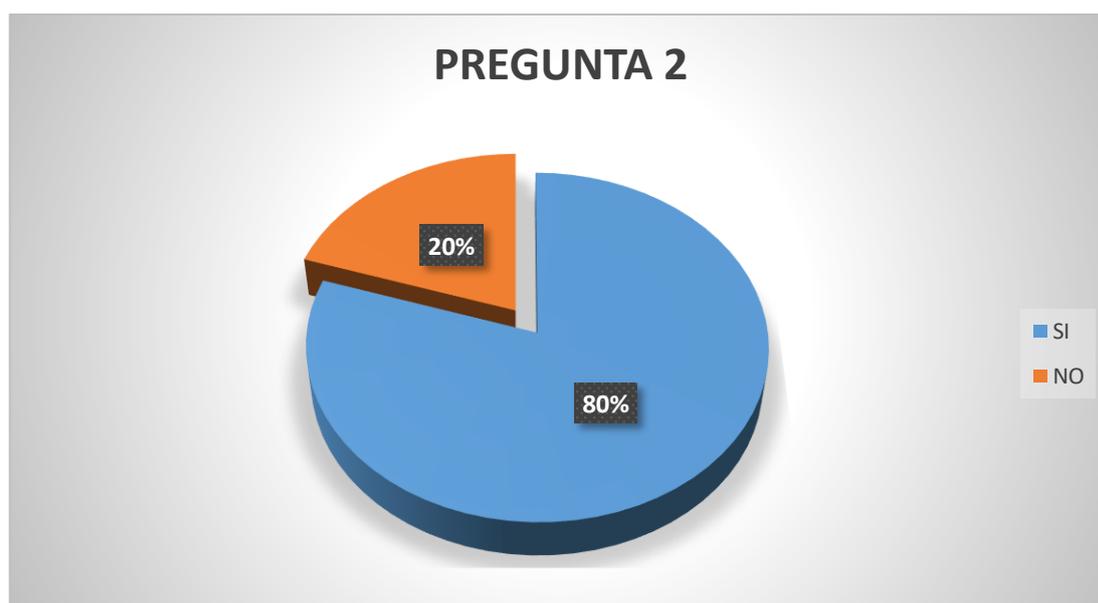
2.- ¿Conoce usted que es el fruto arándano? (si su respuesta es negativa pase a la sección 2)

**Tabla 3 Conoce usted que es el fruto arándano**

<b>PREGUNTA 2</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
SI	20	80.00%
NO	5	20.00%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 2 Conoce usted que es el fruto arándano**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

Se puede apreciar en el grafico que el 80% de los encuestados conocen que es el fruto arándano, esto nos indica que el fruto ya es conocido en población y nos ayudara a introducir el producto derivado del mismo. El 20% de los encuestados que respondieron que no conocen a este fruto, fueron dirigidos inmediatamente a la pregunta 8 de la sección 2 en donde ellos continuaran la encuesta, descartando las preguntas de la 3 a la 7.

3.- ¿Ha consumido usted el fruto arándano? (si su respuesta es negativa pase a la sección 2)

Tabla 4 Ha consumido usted el fruto arándano

PREGUNTA 3		
OPCION	N	%
SI	20	100.00%
NO	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: Información obtenida encuestas piloto 2019

Elaborado por: El autor



Figura 3: Ha consumido usted el fruto arándano

Fuente: Información obtenida encuestas piloto 2019

Elaborado por: El autor

De los 20 encuestados que continúan de forma secuencial la encuesta se ha determinado que el 100% de los mismos han consumido este fruto, lo cual permite entender que el producto puede tener una buena aceptación de consumo.

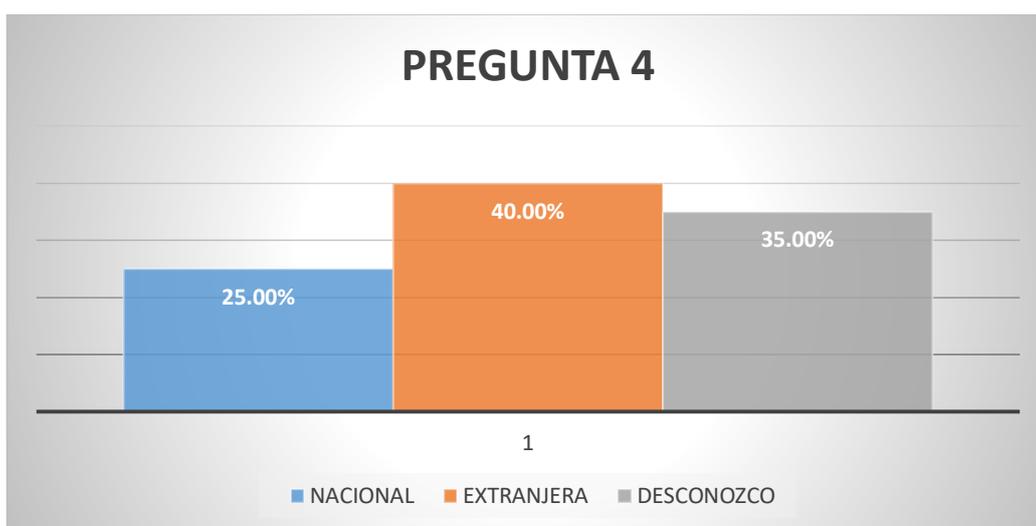
**4.- ¿Sabe usted si el producto que consumió es de producción nacional o extranjera?**

**Tabla 5 Sabe usted si el producto que consumió es de producción nacional**

<b>PREGUNTA 4</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
NACIONAL	5	25.00%
EXTRANJERA	8	40.00%
DESCONOZCO	7	35.00%
TOTAL	20	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 4 Sabe usted si el producto que consumió es de producción nacional**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

El grafico nos indica que el 40% de las personas encuestadas han consumido el arándano importado (no producido en el país) y de igual forma un porcentaje representativo con el 35% desconoce si el producto que consumió es de producción nacional o importado y el 25% sabe que es producto nacional, esto no puede direccionar a que el mayor consumo de este producto se debe a productos importados, por lo cual el proyecto podría fomentar el consumo de producción nacional e incluso fomentar una marca país.

5.- ¿Sabe usted cuales son los beneficios de consumir esta fruta?

Tabla 6 Sabe usted cuales son los beneficios

PREGUNTA 5		
OPCION	N	%
SI	6	30.00%
NO	14	70.00%
TOTAL	20	100.00%

Fuente: Información obtenida encuestas piloto 2019

Elaborado por: El autor



Figura 5 Sabe usted cuales son los beneficios

Fuente: Información obtenida encuestas piloto 2019

Elaborado por: El autor

El 70% de los encuestados manifestó que no conoce cuales son los beneficios de este fruto, lo cual permite entender que es primordial promocionar sus beneficios como una estrategia para incrementar el consumo de este fruto.

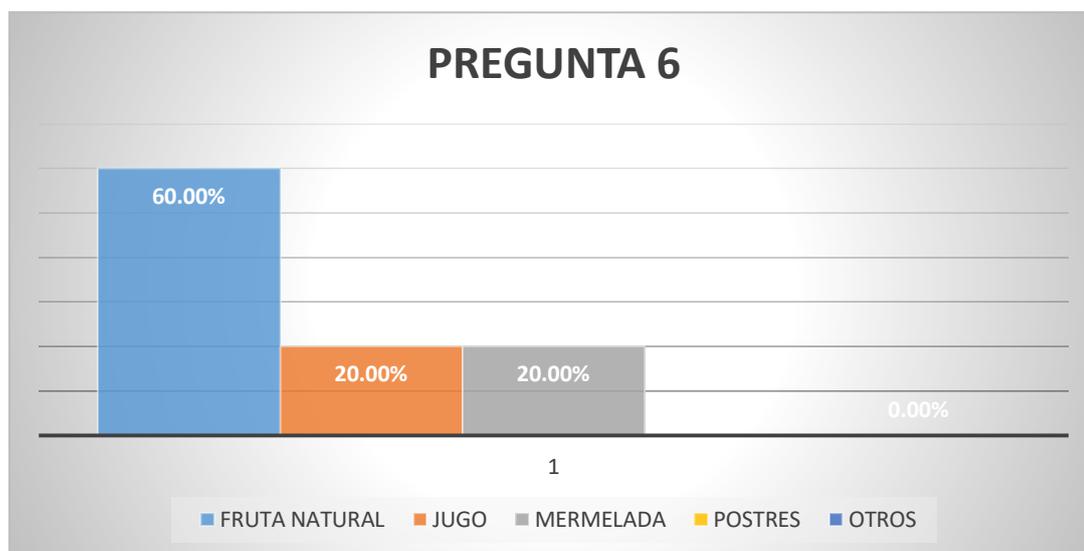
**6.- ¿En qué presentación usted ha consumido esta fruta?**

**Tabla 7 En qué presentación usted ha consumido esta fruta**

<b>PREGUNTA 6</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
FRUTA NATURAL	12	60.00%
JUGO	4	20.00%
MERMELADA	4	20.00%
POSTRES	0	0.00%
OTROS	0	0.00%
TOTAL	20	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 6 En qué presentación usted ha consumido esta fruta**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

Se puede analizar en este grafico que el 60% de los encuestados que han consumido el arándano lo han hecho en su forma más natural como fruta, el 20% indica que lo han consumido como jugo y otro 20% como mermelada, lo cual hace entender que las posibilidades de introducción de los productos derivados del arándano como Pulpa y jugo Natural pueden tener una buena acogida ya que sería llamativo consumir este fruto en diferentes presentaciones.

7.- ¿usted considera que una empresa productora y comercializadora de jugo natural y pulpa congelada de arándano ecuatoriana podría disminuir el consumo de productos importados de esta misma fruta?

**Tabla 8 Podría disminuir el consumo de productos importados de esta misma fruta**

<b>PREGUNTA 7</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
SI	14	70.00%
NO	6	30.00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 7 Podría disminuir el consumo de productos importados de esta misma fruta**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

El 70% de los encuestados supieron manifestar que consideran positiva la creación de una empresa Productora y comercializadora de pulpa y jugo natural de arándano utilizando materia prima nacional ayudaría a disminuir el consumo de estos mismos productos que son importados

## Sección 2

### Preguntas jugos naturales

8.- ¿Qué tipo de bebidas usted consume?

Tabla 9 Qué tipo de bebidas usted consume

PREGUNTA 8		
OPCION	N	%
JUGOS DE FRUTA NATURAL	7	28.00%
MATES	3	12.00%
AGUA MINERAL	7	28.00%
GASEOSAS	8	32.00%
OTROS	0	0.00%
TOTAL	25	100.00%

Fuente: Información obtenida encuestas piloto 2019

Elaborado por: El autor

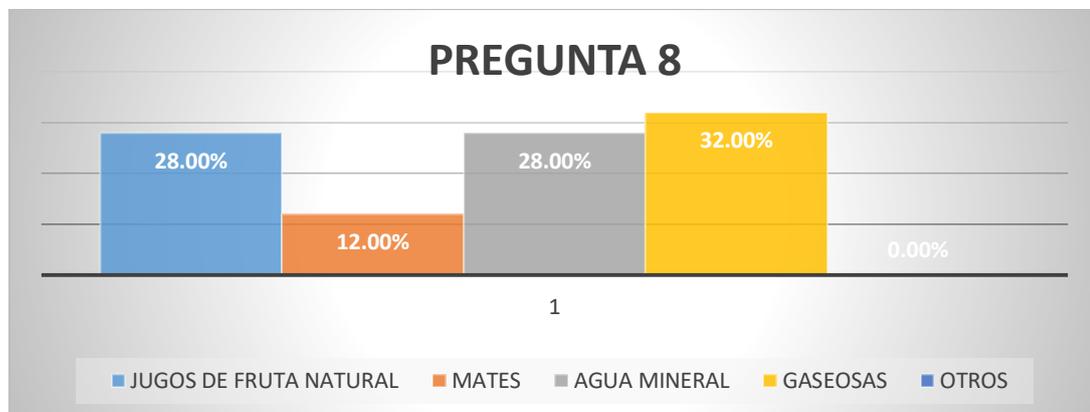


Figura 8 Qué tipo de bebidas usted consume

Fuente: Información obtenida encuestas piloto 2019

Elaborado por: El autor

De los 25 encuestados, el 32% supieron manifestar que consumen principalmente como bebidas refrescantes las gaseosas. En segundo lugar, igualados con un 28% el consumo de jugos de frutas naturales y aguas minerales, lo cual nos indica que hay un consumo intermedio de jugos naturales y para esto se deberá plantear estrategias agresivas para cambiar el hábito de consumo de las personas en relación a bebidas naturales.

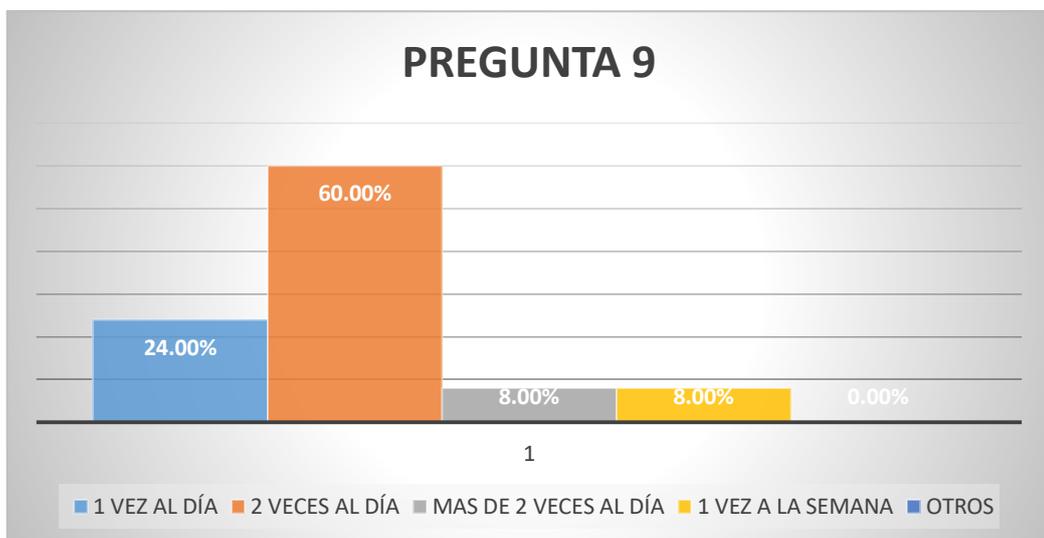
**9.- ¿Con que frecuencia consume bebidas para refrescarse?**

**Tabla 10 Con qué frecuencia consume bebidas para refrescarse**

PREGUNTA 9		
OPCION	N	%
1 VEZ AL DÍA	6	24.00%
2 VECES AL DÍA	15	60.00%
MAS DE 2 VECES AL DÍA	2	8.00%
1 VEZ A LA SEMANA	2	8.00%
OTROS	0	0.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor  
2019



**Figura 9 Con qué frecuencia consume bebidas para refrescarse**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

La mayoría de encuestados indicaron que consumen bebidas refrescantes por lo menos 2 veces al día, esto representa el 60% de encuestas.

Da a entender que las personas compran bebidas con bastante frecuencia para refrescarse, incluso podemos ver que en segundo lugar con el 24% indican que por lo menos consumen bebidas 1 vez al día.

**10.- ¿Usted consumiría bebidas naturales (solo frutas)?**

**Tabla 11 Usted consumiría bebidas naturales**

<b>PREGUNTA 10</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
SI	18	72.00%
NO	7	28.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 10 Usted consumiría bebidas naturales**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

De los 25 encuestados el 72% indicaron que si consumirían bebidas naturales (solo fruta), esto demuestra el interés en cambiar sus hábitos de consumo en relación a las gaseosas o bebidas azucaradas o tradicionales como agua mineral.

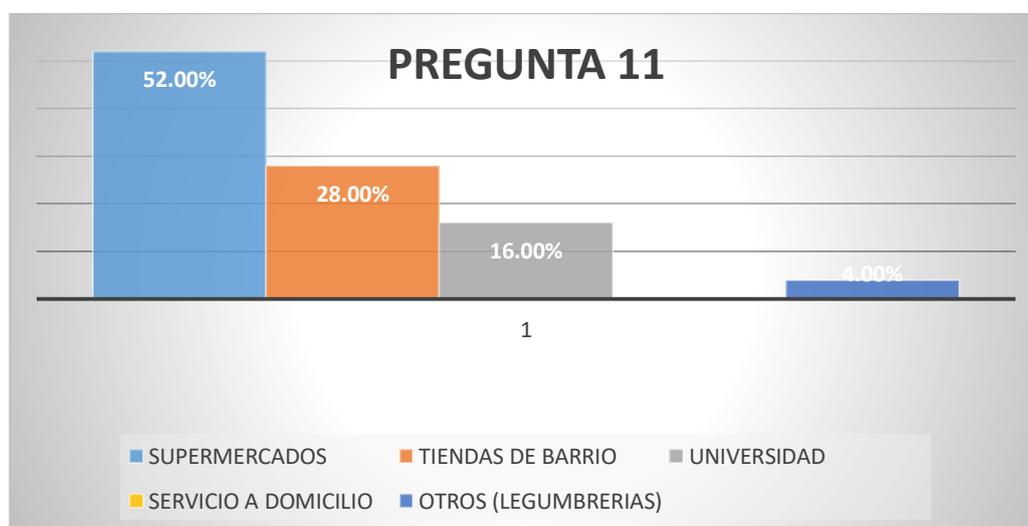
**11.- ¿Dónde le gustaría adquirir a usted este producto natural?**

**Tabla 12 Dónde le gustaría adquirir a usted este producto**

<b>PREGUNTA 11</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
SUPERMERCADOS	13	52.00%
TIENDAS DE BARRIO	7	28.00%
UNIVERSIDAD	4	16.00%
SERVICIO A DOMICILIO	0	0.00%
OTROS (LEGUMBRERIAS)	1	4.00%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 11 Dónde le gustaría adquirir a usted este producto**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

Analizando el grafico podemos darnos cuenta que el 52% de las encuestas nos arrojan como 1er lugar de compra de este producto a los supermercados y en 2do lugar a las tiendas de barrio, lo cual da a entender 2 posibles centros de distribución de los jugos naturales de arándano.

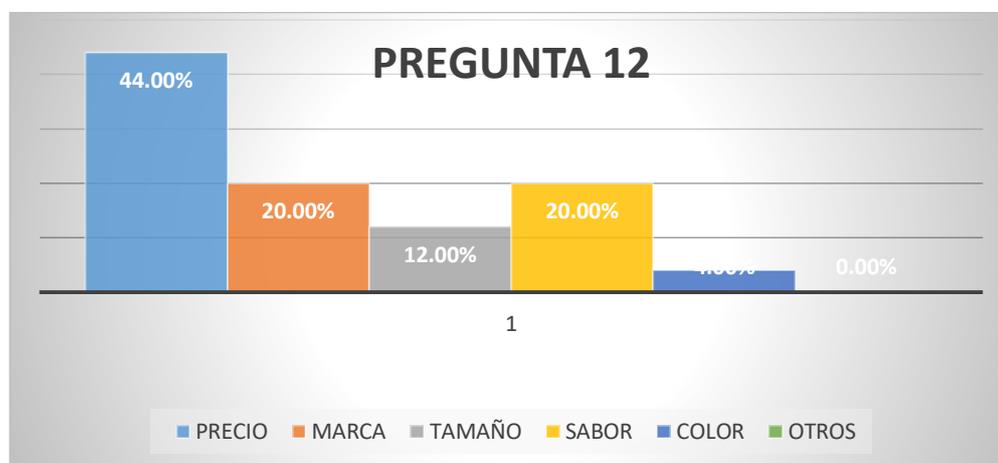
**12.- ¿Cuál es el factor que usted analiza para adquirir una bebida?**

**Tabla 13** Cuál es el factor que usted analiza para adquirir una bebida

<b>PREGUNTA 12</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
PRECIO	11	44.00%
MARCA	5	20.00%
TAMAÑO	3	12.00%
SABOR	5	20.00%
COLOR	1	4.00%
OTROS	0	0.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 12** Cuál es el factor que usted analiza para adquirir una bebida

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

El factor que más es analizado al momento de adquirir una bebida refrescante es el precio, para lo cual se deberá analizar detalladamente los costos de producción y distribución de este producto para poder ser competitivo en el mercado.

En segundo lugar, con el 20% se encuentran la marca y el sabor de estos productos, por lo cual se debe realizar estrategias agresivas de posicionamiento de la marca y brindar al consumidor un sabor diferente a los tradicionales.

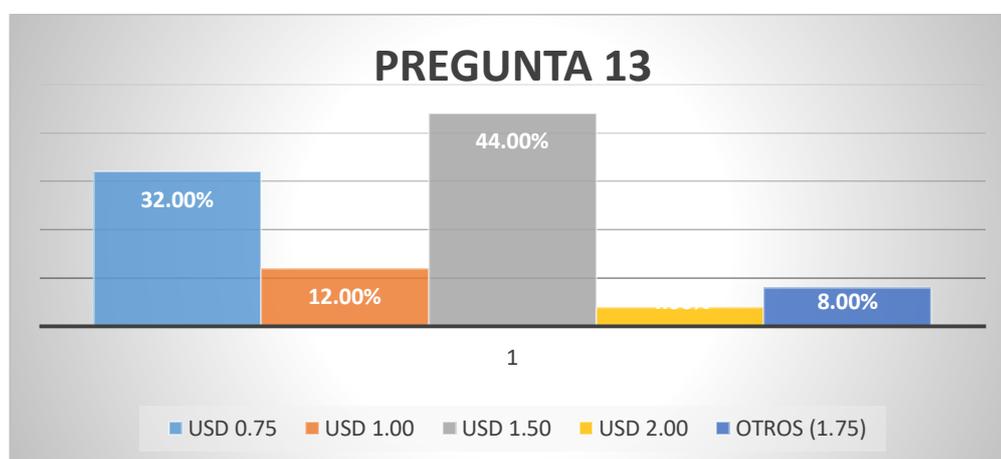
**13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta bebida natural (de 250 ml)?**

**Tabla 14 Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta bebida natural**

PREGUNTA 13		
OPCION	N	%
USD 0.75	8	32.00%
USD 1.00	3	12.00%
USD 1.50	11	44.00%
USD 2.00	1	4.00%
OTROS (1.75)	2	8.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 13 Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta bebida natural**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

De los 25 encuestados podemos analizar que el 44% de los mismos está dispuesto a pagar un valor de \$1,50 por una botella de 250 ml., con un 32% indican que estarían dispuestos a pagar \$0,75 centavos por esta cantidad.

Se debe analizar a detalle los costos de producción y ventas para determinar el precio de venta al público correcto para que el producto pueda ser competitivo.

### Sección 3

#### Preguntas pulpas naturales congeladas

14.- ¿Usted conoce que son las pulpas naturales congeladas?

**Tabla 15** Usted conoce que son las pulpas naturales

PREGUNTA 14		
OPCION	N	%
SI	15	60.00%
NO	10	40.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 14** Usted conoce que son las pulpas naturales

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

El 60% de los encuestados afirman conocer que son las pulpas congeladas de fruta, lo cual da a entender que el producto no es completamente nuevo y puede tener una buena aceptación en el mercado.

**15.- ¿Usted consume pulpas naturales (solo frutas)?**

**Tabla 16 Usted consume pulpas naturales**

<b>PREGUNTA 15</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
SI	8	32.00%
NO	17	68.00%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 15 Usted consume pulpas naturales**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

Analizando el gráfico se determina que en gran cantidad con un 68% no consumen pulpas de fruta congelada, lo cual da a entender que el consumo de fruta sigue siendo en su forma más tradicional como fruto.

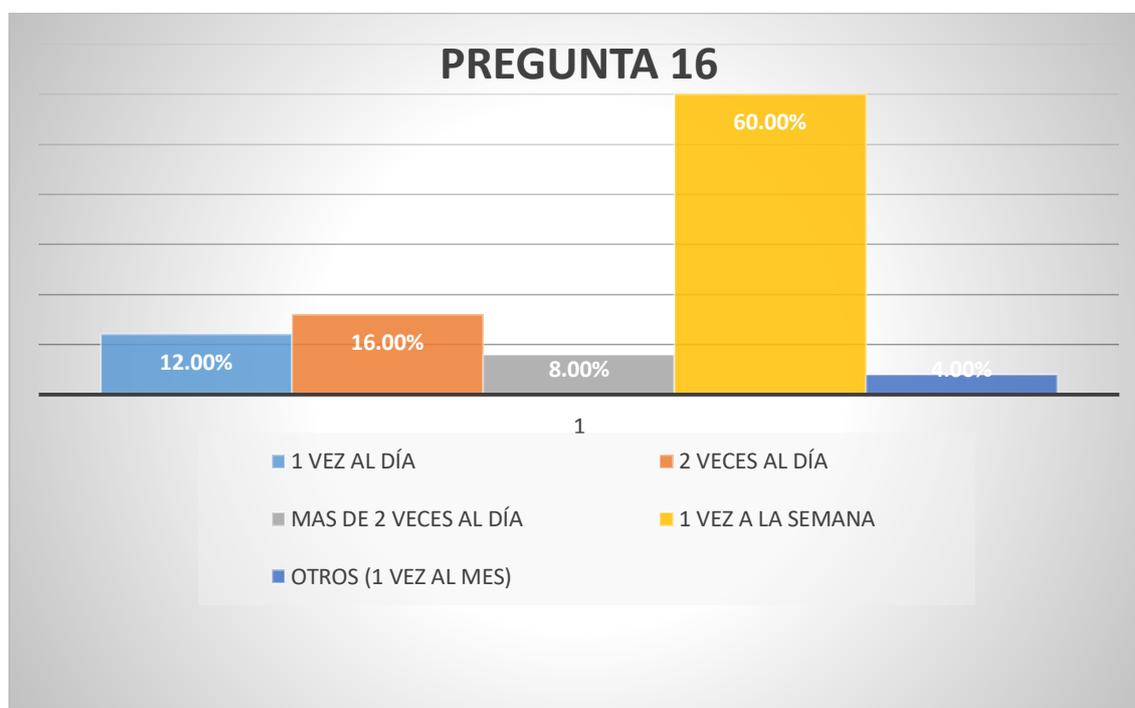
**16.- ¿Con que frecuencia consumiría o consume pulpas naturales?**

**Tabla 17 Con qué frecuencia consumiría o consume pulpas naturales**

<b>PREGUNTA 16</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
1 VEZ AL DÍA	3	12.00%
2 VECES AL DÍA	4	16.00%
MAS DE 2 VECES AL DÍA	2	8.00%
1 VEZ A LA SEMANA	15	60.00%
OTROS (1 VEZ AL MES)	1	4.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 16 Con qué frecuencia consumiría o consume pulpas naturales**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

El grafico arroja que de los 25 encuestados el 60% consume o consumiría la pulpa congelada de fruta 1 vez a la semana y como segundo lugar con el 16% consumiría o consume 2 veces al día esto se relaciona directamente con la pregunta 15 en relación al consumo de pulpas congeladas.

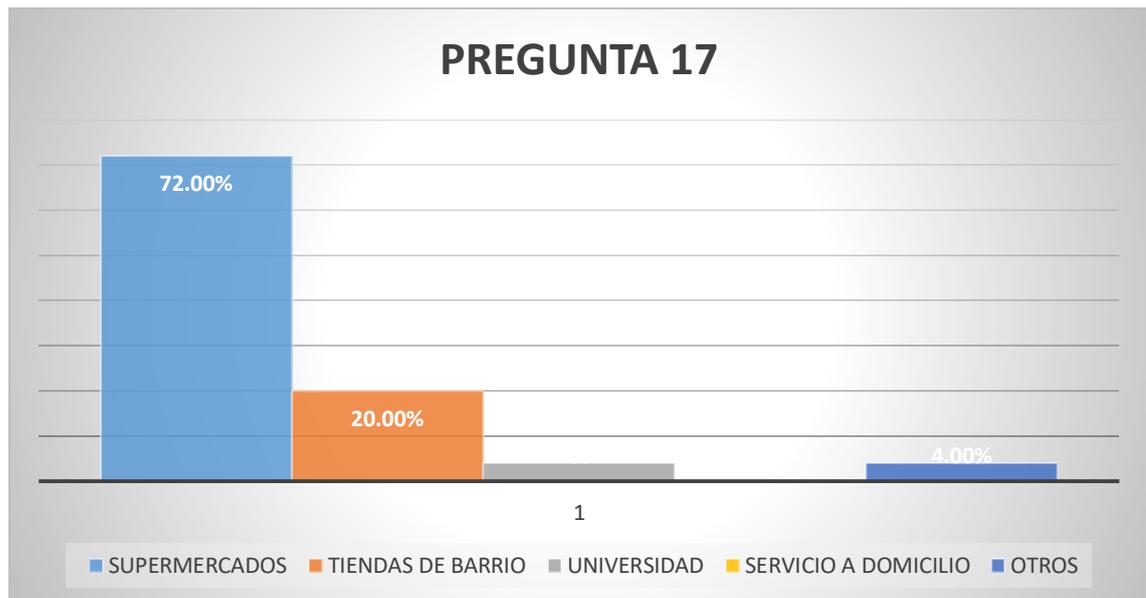
**17.- ¿Dónde le gustaría adquirir a usted este producto natural?**

**Tabla 18 Dónde le gustaría adquirir**

<b>PREGUNTA 17</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
SUPERMERCADOS	18	72.00%
TIENDAS DE BARRIO	5	20.00%
UNIVERSIDAD	1	4.00%
SERVICIO A DOMICILIO	0	0.00%
OTROS	1	4.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 17. Dónde le gustaría adquirir**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

El gráfico arroja como resultado que el principal establecimiento de compra son los supermercados con un 72% seguido de las tiendas de barrio con un 20%, esto de igual forma se relaciona y confirma los 2 posibles centros de distribución de los productos.

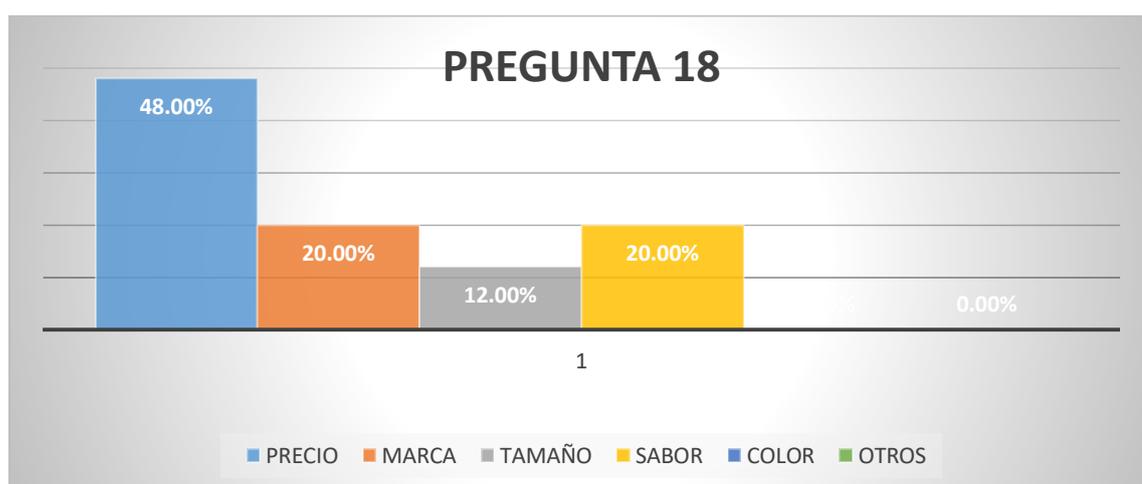
**18.- ¿Cuál es el factor que usted analizaría o analiza para adquirir una pulpa?**

**Tabla 19** Cuál es el factor que usted analizaría

<b>PREGUNTA 18</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
PRECIO	12	48.00%
MARCA	5	20.00%
TAMAÑO	3	12.00%
SABOR	5	20.00%
COLOR	0	0.00%
OTROS	0	0.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 18** Cuál es el factor que usted analizaría

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

De igual forma en relación a los jugos naturales que fueron analizados en la sección 2 podemos determinar que los factores que más influyen para la compra o adquisición de estos productos son precio, marca y sabor con sus porcentajes de 48%, 20% y 20% respectivamente.

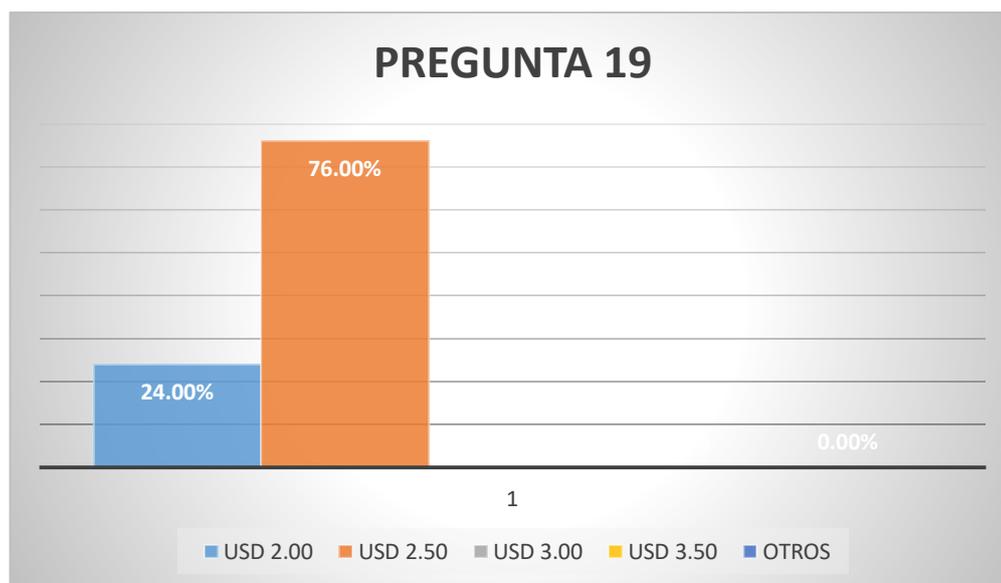
**19.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural (de 500g)?**

**Tabla 20 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural**

<b>PREGUNTA 19</b>		
<b>OPCION</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
USD 2.00	6	24.00%
USD 2.50	19	76.00%
USD 3.00	0	0.00%
USD 3.50	0	0.00%
OTROS	0	0.00%
TOTAL	25	100.00%

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor



**Figura 19 Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural**

**Fuente:** Información obtenida encuestas piloto 2019

**Elaborado por:** El autor

El precio que están los consumidores dispuestos a pagar por una pulpa de 500gr son de \$2,50 con un porcentaje del 76% y \$2,00 con una aceptación del 24%, es decir de igual forma se deben analizar los costos de producción, ventas y distribución para poder estar en el precio de venta a público adecuado de los productos.

## CONCLUSIONES

1. En base a las encuestas piloto realizadas, se puede concluir que en gran porcentaje las personas conocen y han consumido el arándano en su forma más natural como fruto, pero no tienen un verdadero conocimiento sobre los beneficios que este fruto puede brindar a las personas, por lo cual se debe dar a conocer los beneficios y bondades de este para que el producto pueda tener mayor aceptación en el mercado.
2. El consumo de esta fruta en relación a las encuestas nos permite determinar que las personas han consumido el fruto en su forma más natural y como jugo, dando por entendido que tanto la pulpa congelada y el jugo natural podrá tener una gran aceptación, ya que el proceso de estos productos “terminados” no cambia en gran magnitud al fruto en sí.
3. La creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa y jugo natural de arándano puede tener una gran aceptación en el mercado según las encuestas ya que en gran porcentaje la respuesta es positiva teniendo por entendido que este proyecto incentivará al consumo de productos nacionales y disminuirá el consumo de productos importados.
4. En relación al consumo de bebidas se puede determinar la muy buena aceptación de un nuevo producto a base de fruta natural, cambiando con esto los hábitos de consumo de bebidas refrescantes que contienen azúcar, de igual forma la frecuencia de consumo ayuda a determinar el producto puede ser de alta rotación y de fácil acceso a los consumidores ya que los posibles puntos de distribución y venta son de alta concurrencia en el territorio estudiado.
5. Si bien es cierto que las encuestas arrojan que en gran porcentaje conocen que son las pulpas congeladas de frutas diferente con el consumo de las mismas ya que es un producto no muy conocido en el territorio estudiado, es imprescindible que el producto se dé a conocer de una forma agresiva para que con esto se vaya cambiando las formas de consumo de las frutas, haciendo entender a los consumidores que este no es un producto totalmente elaborado sino únicamente procesado pero manteniendo su esencia natural. De igual forma los centros de distribución y comercialización son positivos por la afluencia de personas.

6. Los costos de producción y distribución tanto de la pulpa congelada y el jugo natural de arándano deben ser muy bien estudiados y utilizados de la forma más eficiente ya que en el mercado existen varios productos de similares características con los que se debe competir, por esto se debe explotar la marca, los beneficios del fruto y su sabor novedoso y llamativo para poder introducir el producto en el mercado y mantenerse de forma competitiva.

## **7.2 Análisis del mercado**

### **7.2.1 La demanda (bebidas naturales)**

Para el cálculo de la demanda se toma en cuenta, la población del mercado objetivo la cual corresponde a 925.450, por el porcentaje de aceptación del producto obtenido de la pregunta N° 10 de la encuesta que hace referencia ¿Usted consumiría bebidas naturales (solo frutas)? En la que se pudo conocer que si el 72%, de esta manera se obtiene la siguiente demanda.

$$\text{Demanda} = 925.450 * 72\%$$

$$\text{Demanda} = 666.324 //$$

### **7.2.2 Demanda potencial (bebidas naturales)**

La demanda potencial permitirá obtener la demanda en número de productos, para lo cual se toma en cuenta la pregunta N° 9, que hace referencia ¿Con que frecuencia consume bebidas para refrescarse?, cálculo que se visualiza en la siguiente tabla.

**Tabla 21 Demanda potencial bebidas naturales**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>POBLACIÓN OBTENIDA</b>	<b>CANTIDAD DE CONSUMO</b>	<b>DEMANDA EN NÚMERO DE PRODUCTOS</b>
666.324	Diaria	24,00%	159.918	365	58.369.982
666.324	Diaria (2 veces)	60,00%	399.794	730	291.849.912
666.324	Diaria (3 veces)	8,00%	53.306	1.095	58.369.982
666.324	Semanal	8,00%	53.306	52	2.771.908
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>	<b>666.324</b>		<b>411.361.785</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** El autor

**Observación:** De esta manera se determina la demanda en número de productos de bebidas naturales que corresponde a 411.361.785 unidades.

### 7.2.3 Proyección de la demanda (bebidas naturales)

Para la proyección de la demanda se toma en cuenta la demanda en número de productos de bebidas naturales que corresponde a 411.361.785 unidades, por la tasa de crecimiento poblacional que corresponde al 1,55% de forma anual de acuerdo al (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2019), como se visualiza en la siguiente tabla.

**Tabla 22 Proyección de la demanda (bebidas naturales)**

<b>PROYECCION</b>	
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA EN NÚMERO DE PRODUCTOS</b>
2020	411.361.785
2021	417.737.893
2022	430.788.129
2023	451.131.872
2024	479.759.100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** El autor

### La demanda (pulpa de arándanos)

Se toma en cuenta la población de estudio, la cual corresponde a 925.450, por el porcentaje de aceptación del producto obtenido de la pregunta N° 15 de la encuesta ¿Usted consume pulpas naturales (solo frutas)? En la que el 32% menciona que sí, obteniendo así el siguiente resultado.

$$\text{Demanda} = 925.450 * 32\%$$

$$\text{Demanda} = 296.144$$

### Demanda potencial (pulpa de arándanos)

Para el cálculo de la demanda potencial se toma en cuenta la pregunta N° 16 de la encuesta que hace referencia ¿Con que frecuencia consumiría o consume pulpas naturales?, obteniendo así los siguiente resultados.

**Tabla 23 Demanda potencial (pulpa de arándanos)**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>POBLACIÓN OBTENIDA</b>	<b>CANTIDAD DE CONSUMO</b>	<b>DEMANDA EN NÚMERO DE PRODUCTOS</b>
296.144	Diaria	12,00%	35.537	365	12.971.107
296.144	Diaria (2 veces)	16,00%	47.383	730	34.589.619
296.144	Diaria (3 veces)	8,00%	23.692	1.095	25.942.214
296.144	Semanal	60,00%	177.686	52	9.239.693
296.144	Mensual	4,00%	11.846	12	142.149
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>	<b>296.144</b>		<b>82.884.783</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** El autor

### Proyección de la demanda (pulpa de arándanos)

Para la proyección de la demanda del producto de pulpa de arándanos, se toma en cuenta la demanda en número de productos 82.884.783, por la tasa de crecimiento poblacional que corresponde al 1,55% de forma anual de acuerdo al (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2019), como se refleja en la siguiente tabla.

**Tabla 24 Proyección de la demanda pulpa de arándanos**

<b>PROYECCION</b>	
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA EN NÚMERO DE PRODUCTOS</b>
2020	82.884.783
2021	84.169.497
2022	86.798.973
2023	90.898.009
2024	96.666.074

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** El autor

## 7.3 LA OFERTA

### 7.3.1 Cálculo de la oferta

La oferta se define en relación al número de productos (similares o sustitutos) que comercializa la competencia de manera anual. Datos que se visualiza en la siguiente tabla.

**Tabla 25 Oferta**

<b>EMPRESAS (COMPETIDORAS)</b>	<b>NÚMERO DE PRODUCTOS BEBIDAS NATURALES</b>	<b>NÚMERO DE PRODUCTOS PULPA DE ARÁNDANOS</b>
Supermercado SUPERMAXI	91.250	73.000
Supermercado AKI	93.450	74.500

Supermercado online WANLLA	90.520	76.000
Supermercado CORAL	93.240	72.340
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>368.460</b>	<b>295.840</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** El autor

### 7.3.2 Proyección de la oferta

Una vez definida la oferta en número de productos se realiza la proyección tomando en cuenta la tasa de crecimiento del sector de manufactura que corresponde al 2,1% (Banco Central del Ecuador 2020), valores que se refleja en la siguiente tabla.

**Tabla 26 Proyección de la oferta**

<b>PROYECCION</b>		
<b>AÑO</b>	<b>OFERTA DE NÚMERO DE PRODUCTOS BEBIDAS NATURALES</b>	<b>OFERTA DE NÚMERO DE PRODUCTOS PULPA DE ARANDANOS</b>
2020	368.460	295.840
2021	376.198	302.053
2022	392.164	314.872
2023	417.393	335.128
2024	453.574	364.179

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** El autor

### 7.3.3 Determinación de la demanda insatisfecha

Se detalla la demanda insatisfecha de los productos de bebidas naturales y número de productos pulpa de arándanos, como se refleja en las siguientes tablas.

**Tabla 27 Demanda insatisfecha en número de productos bebidas naturales**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA EN NÚMERO DE PRODUCTOS BEBIDAS NATURALES</b>	<b>OFERTA DE NÚMERO DE PRODUCTOS BEBIDAS NATURALES</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN NÚMERO DE PRODUCTOS</b>
2020	411.361.785	368.460	410.993.325
2021	417.737.893	376.198	417.361.695
2022	430.788.129	392.164	430.395.965
2023	451.131.872	417.393	450.714.479
2024	479.759.100	453.574	479.305.526

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** El autor

**Tabla 28 Demanda insatisfecha en número de productos pulpa de arándanos**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA EN NÚMERO DE PRODUCTOS PULPA</b>	<b>OFERTA DE NÚMERO DE PRODUCTOS PULPA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN NÚMERO DE PRODUCTOS</b>
2020	82.884.783	295.840	82.588.943
2021	84.169.497	302.053	83.867.444
2022	86.798.973	314.872	86.484.101
2023	90.898.009	335.128	90.562.881
2024	96.666.074	364.179	96.301.895

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** El autor

## 7.4 MARKETING MIX

Se determina el marketing mix, que se empleará para dar a conocer el producto de pulpa y jugo natural de arándanos, a través de estrategias para el producto, precio, distribución, promoción y publicidad.

### 7.4.1 Estrategias de producto

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>
Diferenciación del producto	Producir y distribuir pulpa y jugo de arándanos.	Producto 100% natural  Promover el consumo natural.	Administrador	2 MESES
	Brindar alternativa de bebida.			
	Contribuir al cuidado de la salud de los consumidores.			
Realizar evaluaciones continuas a los consumidores y clientes potenciales.	Diseñar cuestionarios virtuales.	Conocer las perspectivas de los consumidores sobre el producto.	Administrador	4 MESES
	Diseñar un buzón de sugerencias			

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>
	de forma virtual.	Alternativa para cubrir las expectativas de los consumidores.		
Diseñar un mejoramiento continuo para el desarrollo organizacional.	Se ejecutará programas de capacitación para el personal.	Contar con un personal capacitado.	Administrador	2 MESES

#### 7.4.2 Estrategias de precio

Se define las estrategias de precios, que se manejará al implementar una empresa que se dedicara a la producción y distribución de pulpa y jugo natural, mismas que se refleja en la siguiente tabla.

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>
Estrategia más, por más (calidad de producto precio alto).	Análisis de precios de la competencia.	Ofertar un precio competitivo acorde al mercado.	Administrador	3 MES
	Definir margen de utilidad.			

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>
Alternativas de pagos (distribuidores).	Mayor adquisición del producto.	Facilidades de pago	Administrador	2 MESES
	Crecimiento de la cartera de clientes.			

#### **7.4.3 Estrategias de distribución (canales de comercialización)**

Es primordial definir la forma de distribución del producto de pulpa y jugo natural de arándanos, para lo cual es esencial plantear las siguientes estrategias.

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>
Utilizar un canal indirecto.	Definir parámetros de comercialización del producto.	Crecimiento de la cartera de clientes potenciales.  Lograr mayores ingresos económicos	Administrador	2 MESES

#### **7.4.4 Estrategias de promoción y publicidad**

Se definen estrategias orientadas a la promoción y publicidad, para en base a ello lanzar el producto de pulpa y jugo natural al mercado objetivo, cubriendo una necesidad existente.

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>
Implementar la herramienta del marketing digital.	Definir las plataformas digitales.	Dar a conocer el producto.	Administrador	2 MESES
	Diseñar la información del producto.			
	Se realizaran videos del cultivo y proceso del producto, con el fin de inducir al cliente al consumo de un producto nutricional.			
Diseñar una página web,	Definir diseño de la página web.	Mayor número de clientes	Administrador	3 MESES
	Definir información del producto, y promociones.	Dar a conocer el servicio.		
	Visualiza la visita de los clientes.			

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>TIEMPO</b>
Descuentos especiales	10% de descuento al comprar al por mayor.	Fidelización a los clientes potenciales.	Administrador	3MESES

## 7.5 ESTUDIO TÉCNICO

### 7.5.1 Estudio del Tamaño

- **Capacidad del proyecto**

La capacidad del proceso permitirá conocer el número de unidades que se producirá de pulpa y jugo natural de arándanos, en un periodo determinado, como se refleja en la siguiente tabla.

**Tabla 29 Capacidad del proyecto**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>TIEMPO Y PRODUCCIÓN</b>	
Jornada diaria de trabajo en horas	8	horas
Jornada diaria de trabajo en minutos	480	minutos
<b>Tiempo diario de producción</b>	<b>480</b>	<b>minutos</b>
Tiempo por ciclo de producción	240	minutos
<b>Número de ciclos diarios de producción</b>	<b>2</b>	<b>ciclos</b>
Cantidad de producción por ciclo	140	Unidades
Cantidad de producción diaria	280	Unidades
Cantidad de producción mensual	6160	Unidades
Cantidad de producción anual	<b>73920</b>	Unidades

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

- **Observación:** De esta manera al producir, pulpa natural de arándanos de 500 gramos presentación sachet y, jugo natural de arándanos de 250 gramos, se

efectuará en dos ciclos productivos, es decir que se producirá 60 unidades para cada producto en una jornada laboral de 480 minutos.

- **Factores que condicionan el tamaño del proyecto**

Al referirnos a los factores que condicionan el tamaño del proyecto, se encuentra la infraestructura, equipos y recurso humano con el cual se contará al inicio de las actividades de la empresa.

- **Tamaño óptimo del proyecto**

Al referirnos al tamaño óptimo del proyecto, se habla de la capacidad de producción de cada uno de los periodos, datos que se refleja en la siguiente tabla.

**Tabla 30 Tamaño del proyecto**

DETALLE	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		80%	85%	90%	95%	100%
Pulpa natural de arándanos de 500 gramos sachet	36.960	29.568	31.416	33.264	35.112	36.960
Jugo natural de arándanos de 250 gramos	36.960	29.568	31.416	33.264	35.112	36.960
<b>PRODUCCIÓN EN UNIDADES</b>	<b>73.920</b>	<b>59.136</b>	<b>62.832</b>	<b>66.528</b>	<b>70.224</b>	<b>73.920</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

**Observación:** De esta manera desde el primer año se producirá el 80% de la capacidad instalada, para en un quinto año cubrir el 100% y, alcanzar una producción de 63.360, es decir 31.680 unidades de Pulpa natural de arándanos de 500 gramos sachet, y 31.680 unidades Jugo natural de arándanos de 250 gramos.

### **7.5.2 Estudio de Localización**

- **Definir la proximidad y disponibilidad del mercado y las materias primas**

Al poner en marcha del proyecto de factibilidad, para la creación de una empresa productora y distribuidora de pulpa y jugo natural de Arándanos, la disponibilidad del mercado es cercana, la misma que se comercializará en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha, de igual manera la materia prima se obtendrá de las zonas rurales de la misma ciudad.

- **Medios de transporte**

El proyecto se pondrá en marcha en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, en una zona urbana, para que no exista problemas de transporte, tanto para el recurso humano, y distribuidores, para de esta manera la distribuir con efectividad.

- **Disponibilidad de servicios públicos**

La organización se encontrará en una zona urbana, por lo que contará con todos los servicios básicos como son, luz, agua, internet, servicio de cuerpo de bomberos, control policial.

- **Definición de la mano de obra que requiere el proyecto**

Se detalla en la siguiente tabla la mano de obra que permitirá producir y distribuir la pulpa y jugo natural de arándanos.

- **Análisis de micro localización**

Para analizar la micro localización se toma en cuenta los siguientes factores, determinando así el lugar donde se encontrará las instalaciones de la una empresa que se dedicará a producir y distribuir pulpa y jugo natural de arándanos.

**Tabla 31 Micro localización**

FACTORES	PES O	PARROQUIA EL CONDADO		PARROQUIA COTOCOLLAO		PARROQUIA CARCELEN	
		CAL IF.	POND.	CALIF	POND.	CALIF	POND.
Cercanía Clientes	0,12	8	0,96	9	1,08	8	0,96
Proveedores	0,16	8	1,28	10	1,6	9	1,44
Local Propio	0,10	5	0,5	7	0,7	9	0,9
Servicios Básicos	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2
Policía	0,13	9	1,17	10	1,3	8	1,04
Bomberos	0,12	8	0,96	10	1,2	8	0,96
Comunicación	0,1	9	0,9	9	0,9	8	0,8
Categoría Comercial	0,12	7	0,84	8	0,96	8	0,96
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>7,81</b>		<b>9,09</b>		<b>8,26</b>

**Fuente:** Investigación propia

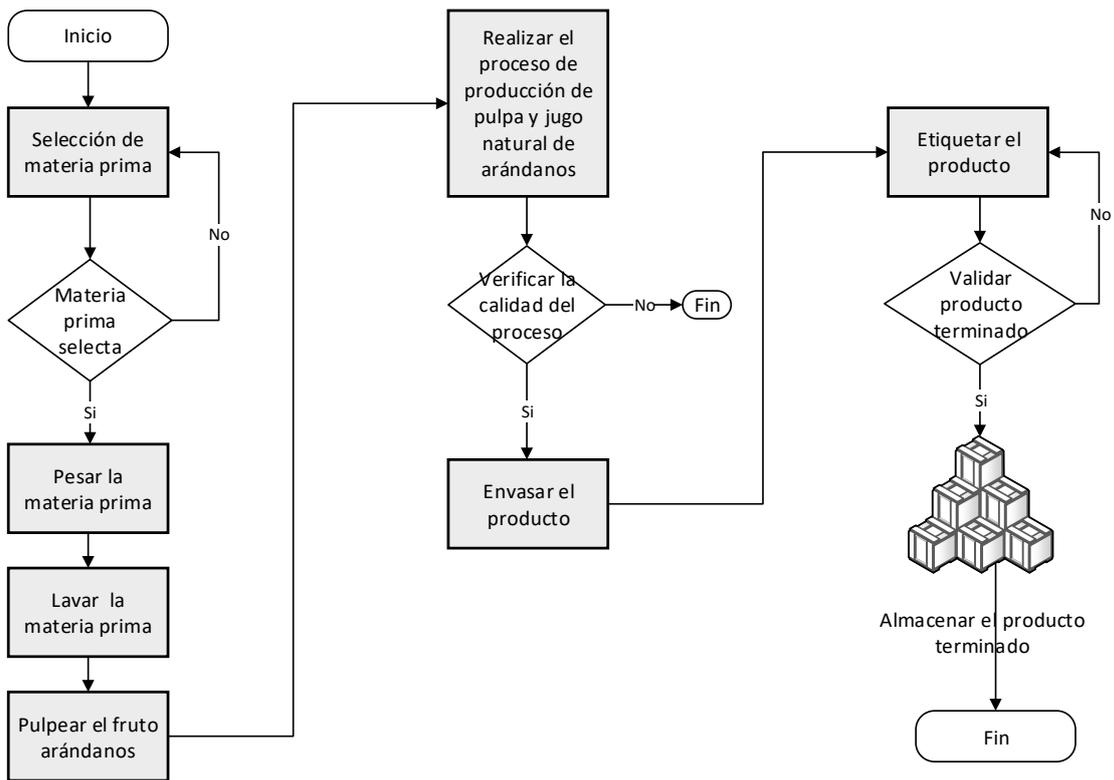
**Elaborado por:** El autor

**Observación:** De esta manera al analizar los factores de la micro localización, se define que la empresa se ubicara en la parroquia de Cotocollao, con una calificación de 9,09 puntos.

### 7.5.3 Ingeniería del Proyecto

- **Flujogramas de los procesos de producción**

Es importante definir el flujograma de producción, con el fin de reducir tiempos muertos y, poder obtener un producto de calidad, para de esta manera cubrir una necesidad existe dentro de un mercado competitivo.



**Figura 20 Flujograma**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

#### 7.5.4 Análisis Organizacional

- **Visión**

*“Alcanzar para el año 2024, un posicionamiento del producto dentro del mercado objetivo, contando con estándares de calidad, el cual cubrirá las expectativas de los clientes”*

- **Misión**

*“Somos una empresa que se dedica a la producción y distribución de pulpa y jugo natural de arándanos, contando con un recurso humano calificado a las exigencias del mercado”*

- **Objetivos estratégicos**

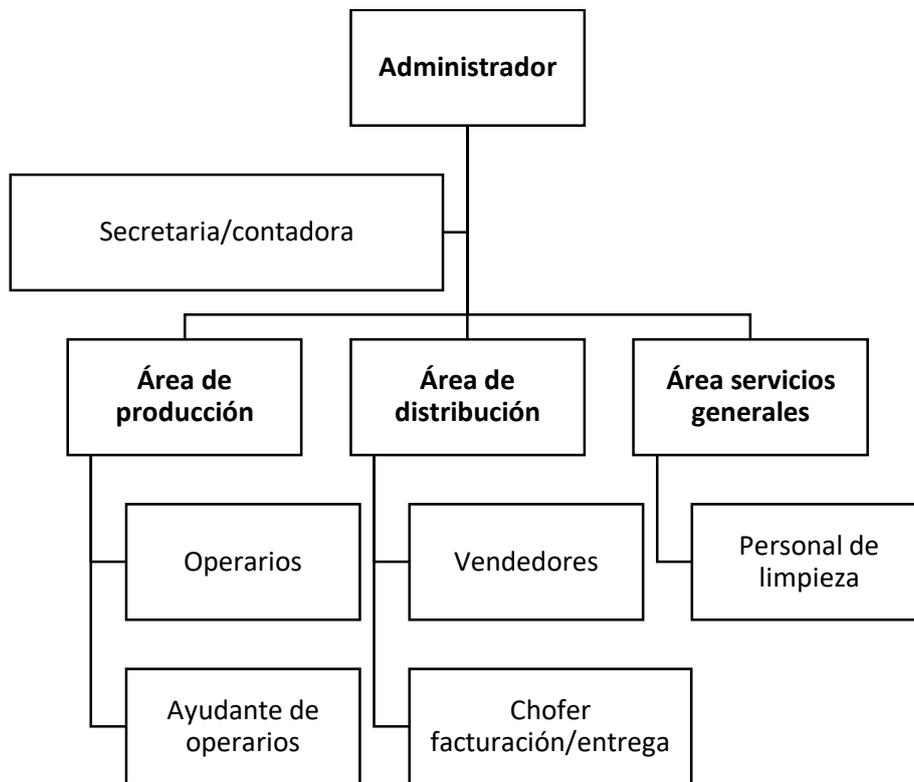
- Lograr un posicionamiento de la empresa.
- Incrementar la cartera de clientes en un 10%.
- Incrementar la venta en un 10%.
- Lograr una rentabilidad del 15% de forma anual.

- **Políticas**

- Cumplir con los uniformes de trabajo.
- Mantener limpia el área de producción.
- Cumplir con las metas propuestas en cada área de la empresa.
- Cumplir con la jornada laboral de ocho horas de manera diaria.
- Cumplir con los parámetros de bioseguridad, para salvaguardar la integridad del recurso humano.

- **Organigrama estructural**

Se detalla el organigrama estructural, mismo que permitirá conocer el recurso humano necesario, que permitirá cumplir a la empresa con los objetivos propuestos en la producción y distribución de pulpa y jugo natural de arándanos.



**Figura 21 Flujograma**

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

### 7.5.5 ANALISIS LEGAL

- **Marco Legal vigente y relativo al Proyecto**

Dentro del marco legal, se determina como se constituirá la nueva empresa la cual se dedicará a la producción y distribución de pulpa y jugo natural de arándanos, misma que se encontrará bajo el control de la superintendencia de compañías como sociedad anónima, bajo los siguientes términos.

**Tabla 32 Características sociedad anónima**

<b>CONSTITUCIÓN</b>	<b>CAPITAL MÍNIMO</b>	<b>SOCIOS</b>	<b>CAPACIDAD</b>
Es necesario constituir mediante escritura pública.	Se debe contar con un capital (800,00) USD, para la constitución de la empresa.	Se debe presentar al menos dos socios.	Se debe presentar la capacidad civil para poder contratar.

**Fuente:** Superintendencia de compañías

**Elaborado por:** El autor

### **Permisos necesarios para la puesta en marca de la nueva empresa**

- Registro Único de Contribuyentes (SRI).
- Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).
- Permiso de Cuerpo de Bomberos.
- Registro Sanitario.

### **Razón social**

Es importante, definir la razón social que es un nombre comercial con el cual se dará a conocer la empresa que se dedicará a la producción y, distribución de pulpa y jugo natural de arándanos, de esta manera se denominará como;

“VITAL HEALTH S.A”



## 7.6 ESTUDIO ECONOMICO

### 7.6.1 Estudio Financiero

- **Presupuesto de inversiones**

Se determina el valor de inversión que es necesario desembolsar para poner en marcha la empresa que se dedicará a la producción y distribución de pulpa y jugo natural de arándanos, valor que se refleja en la siguiente tabla.

**Tabla 33 Inversión**

<b>DETALLE</b>	<b>VALORES</b>
Activos Fijos	30.470,00
Activos Diferidos	1.680,00
Capital de Trabajo	23.041,74
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>55.191,74</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

**Nota:** El capital de trabajo se encuentra calculado por el método de desfase, es decir por los tres primeros meses, siendo las cuentas principales para producir y distribuir la pulpa y jugo natural de arándanos como son: caja bancos, útiles de oficina, útiles de

aseo, publicidad pre pagada, arriendo pre pagado, sueldos y costos de producción, correspondiente a un valor de \$23.041,74.

- **Costos del proyecto**

Se define los costos que influye en la producción, en la que se toma en cuenta, sueldos operativos, mantenimiento y reparación de activos y, costos de materia prima valores que se refleja en la siguiente tabla.

**Tabla 34 Costos del proyecto**

<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldos operativos	33.411,80	35.966,76	36.456,50	36.952,92	37.456,10
Mantenimiento y reparación activos	3.735,90	3.786,77	3.838,33	3.890,60	3.943,58
Costo de materia prima	28.976,64	31.206,91	33.492,54	35.834,63	38.234,29
<b>TOTAL</b>	<b>66.124,34</b>	<b>70.960,43</b>	<b>73.787,37</b>	<b>76.678,15</b>	<b>79.633,96</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

- **Gastos del proyecto**

Dentro de los gastos para la puesta en marcha de la empresa, presentamos administrativos, ventas y financieros, valores que se encuentran proyectados para cinco años, valores que se refleja a continuación.

**Tabla 35 Gastos administrativos**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gastos Sueldos Administrativos	19.497,50	21012,99	21299,12	21589,14	21883,11
Gastos Depreciación activos fijos	5.337,00	5.337,00	5.337,00	4.637,00	4.637,00

Gastos Amortización gastos de constitución	336,00	336,00	336,00	336,00	336,00
Gasto Útiles de Oficina	194,80	197,45	200,14	202,87	205,63
Gasto Útiles de Aseo	351,00	355,78	360,62	365,53	370,51
Gasto Arriendo	5.040,00	5108,63	5178,19	5248,70	5320,17
Gasto Servicios Básicos	2.356,20	2388,28	2420,80	2453,77	2487,18
Gasto Uniformes de Trabajo	147,00	149,00	151,03	153,09	155,17
Gasto combustible y matriculación	882,00	894,01	906,18	918,52	931,03
Gastos reposición neumáticos	-	0,00	315,00	0,00	0,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>34.141,50</b>	<b>35.779,15</b>	<b>36.504,09</b>	<b>35.904,62</b>	<b>36.325,80</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

**Tabla 36 Gastos de ventas**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Publicidad	525,00	532,15	539,39	546,74	554,18
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>525,00</b>	<b>532,15</b>	<b>539,39</b>	<b>546,74</b>	<b>554,18</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

**Tabla 37 Gastos financieros**

DETALLE	VALOR ANUAL
Gastos Interés	3.501,20
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>3.501,20</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

• **Ventas del proyecto**

Se detalla las ventas, que mantendrá organización en cada periodo, alcanzando así ingresos en el primer año de \$133.056,00 dólares americanos, valores que se aprecia en la siguiente tabla.

**Tabla 38 Ventas del proyecto**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Pulpa natural de arándanos de 500 gramos sachet	29568	31416	33264	35112	36960
Precio unitario	2,50	2,53	2,57	2,60	2,64
<b>Total ventas</b>	<b>73.920,00</b>	<b>79.609,45</b>	<b>85.440,14</b>	<b>91.414,86</b>	<b>97.536,45</b>
Jugo natural de arándanos de 250 gramos	29568	31416	33264	35112	36960
Precio unitario	2,00	2,03	2,05	2,08	2,11
Total ventas	<b>59.136,00</b>	<b>63.687,56</b>	<b>68.352,11</b>	<b>73.131,89</b>	<b>78.029,16</b>
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>133.056,00</b>	<b>143.297,02</b>	<b>153.792,26</b>	<b>164.546,75</b>	<b>175.565,61</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

• **Estado de resultados**

El estado de resultados, permitirá conocer si la organización desde el primer año presenta una ganancia o pérdida, valores que se refleja en la siguiente tabla.

**Tabla 39 Estado de resultados**

	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	Ingresos por ventas	133.056,00	143.297,02	153.792,26	164.546,75	175.565,61
( - )	Costos de Ventas	66.124,34	70.960,43	73.787,37	76.678,15	79.633,96
( = )	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>66.931,66</b>	<b>72.336,58</b>	<b>80.004,88</b>	<b>87.868,61</b>	<b>95.931,65</b>
( - )	Gastos de Ventas	525,00	532,15	539,39	546,74	554,18
( = )	<b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>66.406,66</b>	<b>71.804,43</b>	<b>79.465,49</b>	<b>87.321,87</b>	<b>95.377,46</b>
( - )	Gastos Administrativos	34.141,50	35.779,15	36.504,09	35.904,62	36.325,80

( = )	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>32.265,16</b>	<b>36.025,29</b>	<b>42.961,40</b>	<b>51.417,25</b>	<b>59.051,66</b>
( - )	Gastos Financieros	3.501,20	2.903,81	2.238,91	1.498,86	675,16
( = )	<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>28.763,96</b>	<b>33.121,47</b>	<b>40.722,48</b>	<b>49.918,39</b>	<b>58.376,50</b>
( - )	- 15% de Participación Trabajadores	4.314,59	4.968,22	6.108,37	7.487,76	8.756,47
( = )	<b>UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS</b>	<b>24.449,37</b>	<b>28.153,25</b>	<b>34.614,11</b>	<b>42.430,63</b>	<b>49.620,02</b>
( - )	25 % Impuesto a la Renta	6.112,34	7.038,31	8.653,53	10.607,66	12.405,01
( = )	<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>18.337,03</b>	<b>21.114,94</b>	<b>25.960,58</b>	<b>31.822,97</b>	<b>37.215,02</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

## 7.6.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

- Flujo de fondos y evaluación financiera VAN, TIR

A través de los flujos de caja actualizados, se definen el flujo neto generado, a través del cual se calcula los indicadores financieros, para conocer la factibilidad del proyecto, valores que se visualiza en la siguiente tabla.

**Tabla 40 Flujo de caja**

	DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 4	AÑO 4	AÑO 5
<b>A</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>0,00</b>	<b>133.056,00</b>	<b>143.297,02</b>	<b>153.792,26</b>	<b>164.546,75</b>	<b>175.565,61</b>
	Recuperación por ventas		133.056,00	143.297,02	153.792,26	164.546,75	175.565,61
<b>B</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>0,00</b>	<b>100.790,84</b>	<b>107.271,73</b>	<b>110.830,86</b>	<b>113.129,50</b>	<b>116.513,95</b>

	Pago a proveedores		66.124,3 4	70.960,4 3	73.787,3 7	76.678,1 5	79.633,9 6
	Gastos de ventas		525,00	532,15	539,39	546,74	554,18
	Gastos de administración		34.141,5 0	35.779,1 5	36.504,0 9	35.904,6 2	36.325,8 0
<b>C</b>	<b>FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	<b>0,00</b>	<b>32.265,1 6</b>	<b>36.025,2 9</b>	<b>42.961,4 0</b>	<b>51.417,2 5</b>	<b>59.051,6 6</b>
<b>D</b>	<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>- 55.191,7 4</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
	Créditos a contratarse a largo plazo	33.115,0 4					
	Aportes de capital	22.076,6 9					
<b>E</b>	<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>- 55.191,7 4</b>	<b>8.786,60</b>	<b>19.213,5 3</b>	<b>20.793,1 3</b>	<b>23.548,5 0</b>	<b>26.882,0 1</b>
	Pago de intereses		3.501,20	2.903,81	2.238,91	1.498,86	675,16
	Pago de créditos a largo plazo		5.285,40	5.882,78	6.547,69	7.287,74	8.111,43
	Pago de participación de utilidades trabajadores			4.314,59	4.968,22	6.108,37	7.487,76
	Pago de impuestos			6.112,34	7.038,31	8.653,53	10.607,6 6
	Capital de Trabajo	23.041,7 4					
	Adquisición de activos fijos	30.470,0 0					
	Otros egresos	1.680,00					
<b>F</b>	<b>FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)</b>	<b>0,00</b>	<b>- 8.786,60</b>	<b>- 19.213,5 3</b>	<b>- 20.793,1 3</b>	<b>- 23.548,5 0</b>	<b>- 26.882,0 1</b>
<b>G</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>0,00</b>	<b>23.478,5 6</b>	<b>16.811,7 5</b>	<b>22.168,2 7</b>	<b>27.868,7 5</b>	<b>32.169,6 5</b>

	<b>GENERADO (C - F)</b>						
H	<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>		<b>0,00</b>	<b>23.478,5 6</b>	<b>40.290,3 2</b>	<b>62.458,5 8</b>	<b>90.327,3 3</b>
I	<b>SALDO FINAL DE CAJA (G + H)</b>	<b>0,00</b>	<b>23.478,5 6</b>	<b>40.290,3 2</b>	<b>62.458,5 8</b>	<b>90.327,3 3</b>	<b>122.496, 98</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

- **Valor Actual Neto (VAN)**

El Valor Actual Neto (VAN), se define como un indicador financiero que permite determinar la factibilidad del proyecto, para su cálculo se emplea la siguiente fórmula.

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

**Tabla 41 Valor Actual Neto (VAN)**

<b>AÑOS</b>	<b>FNC</b>	<b>(1+i)^n</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
0	-55.191,74		-55.191,74
1	23.478,56	1,11	21.113,98
2	16.811,75	1,24	13.595,97
3	22.168,27	1,38	16.122,32
4	27.868,75	1,53	18.226,86
5	32.169,65	1,70	18.920,79
<b>TOTAL</b>			<b>32.788,18</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

**Observación:** Se obtiene un Valor Actual Neto positivo en dólares de \$32.788,18, en la que se demuestra la factibilidad del proyecto, calculo que se refleja en la siguiente tabla. Esto nos indica que con el proyecto podremos recuperar nuestra inversión inicial y a su vez un remanente adicional sobre el retorno esperado.

- **Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno de una inversión, se define como el tipo de interés, con el cual el Valor Actual Neto (VAN), es igual a cero, a través de la misma se decide o se rechazó un proyecto, para su cálculo se emplea la siguiente fórmula.

$$\text{TIR} = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} - \text{Inversión Inicial} = 0$$

**Tabla 42 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

<b>TIR =</b>	31,17%
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>
20,0%	15.245,47
27,8%	3.936,57
<b>31,17%</b>	<b>0,00</b>
37,08%	-5.967,88
39,94%	-8.478,29

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** El autor

**Observación:** Se obtiene una Tasa Interna de Retorno (TIR), del 31,17%, demostrando la factibilidad del proyecto, de esta manera se puede poner en marcha dentro de un mercado que en la actualidad es altamente competitivo.

## 8. CONCLUSIONES

- Se realizó una investigación de mercado, con la aplicación de una encuesta piloto, a través de la cual se pudo conocer los gustos y preferencias del cliente por los nuevos productos, los cuales esta elaborados con futas 100% natural, por lo cual se pone a disposición del mercado objetivo.

- Se realizó un plan de marketing en la que se definió estrategia en relación a las cuatro P, de marketing, a través de su aplicación se podrá dar a conocer el producto.
- Se definió la infraestructura y, equipos necesarios para el área operativa, de esta manera cumplir con la capacidad utilizada, y poder cubrir una demanda insatisfecha existente, lo más importante cumplir con los objetivos de ventas.
- Se realiza un estudio financiero y, a través de los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), que es positivo en dólares de \$32.788,18 y, una Tasa Interna de Retorno (TIR) en porcentaje de 31,17%. Así como un costo beneficio de 1,21, es decir que por cada dólar invertido la organización ganará \$0,21 centavos, a través de los cuales se determina la factibilidad del proyecto para su puesta en marcha dentro del mercado objetivo.
- Mediante los estudios realizados, se pudo conocer que la comercialización de pulpa y jugo natural de arándanos, es rentable y beneficioso para la salud.

## **9. REFERENCIAS**

Administración de empresas. (Febrero de 2009). Donde encontrará artículos de Administración de Empresas, Administración de Personal, Sistema Productivo, Control de Gestión, Marketing, Liderazgo, Reingeniería, Estrategia, Calidad. Recuperado el 10 de Marzo de 2019, de <http://admindeempresas.blogspot.com/2009/02/cuales-son-los-tipos-de-investigacion.html>

Ávira Baray, H. L. (2006). Introducción a la Metodología de la Investigación. Cuauhtémoc: Instituto Tecnológico Cd. Cuauhtémoc.

Clasificación De. (2018). Tipos de Investigación de Mercado. Recuperado el 10 de marzo de 2019, de <https://www.clasificacionde.org/tipos-de-investigacion-de-mercado/>

Concepto. De. (2017). Diccionario de conceptos online. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://concepto.de/>

Debitoor. (2015). Glosario de Contabilidad. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://debitoor.es/glosario>

Díaz, T. (2012). Proyecto de Factibilidad para producción y exportación de mortiño fresco al mercado de los Estados Unidos como sustituto del arándano (blueberry) en el período 2011-2020. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial UTE.

Ecolink. (16 de octubre de 2009). Diccionario de Economía. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion>

Ecuador SENA. (abril de 2017). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://www.aduana.gob.ec>

Española, R. A. (2014). Diccionario de la Lengua Española. Recuperado el 24 de Febrero de 2019, de <https://dle.rae.es/?id=3zj6xzB>

Gestiópolis. (8 de abril de 2001). Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2005). Fundamentos de Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.

INEC. (5 de diciembre de 2017). tras las cifras de Quito. Recuperado el 10 de marzo de 2019, de Ecuador en cifras: <http://ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/>

Loor Cevallos, J. (2016). Propuesta para la creación de una mermelada a base del Arándano “Vaccinium Corimbosium” su difusión y comercialización en la Ciudad de Guayaquil. (F. d. Química, Ed.) Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

López, A., & Lankenau, D. (2017). Administración de proyectos. La clave para la coordinación efectiva de actividades y recursos. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Martínez, E. (septiembre de 2012). Definición del problema y desarrollo del enfoque del problema. Guanajuato, México: UVEG Universidad Virtual del Estado de Guanajuato.

Merino, M., & Pérez Porto, J. (2013). Definición.de. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://definicion.de/venta/>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2014). Situación Económica y Productiva del DMQ. Quito: DMQ.

Revista Líderes. (21 de Junio de 2018). El arándano un fruto de reciente producción en el país. Recuperado el Enero de 2019, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/arandano-fruto-reciente-produccion-ecuador.html>

Rojas Romero, J. D. (1 de Agosto de 2005). Gestiópolis. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/glosario-de-administracion-de-empresas/>

Ruz, E., González, C., de León Jaen, S., Escoto, P., Urquiza, E., Rosenfield, O., y otros. (2009). El jugo de arándano y su papel en las infecciones de las vías urinarias. Ginecol Obstet, 512-517.

Sejuro, V., Quispe, S., & Zegarra, F. (2017). Propuesta para implementar una empresa de mermeladas en base al fruto arándano con fines de exportación.

Sucari, L. M. (6 de julio de 2016). Prezi. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://prezi.com/satmatkorbji/costo-unitario/>

Torcat Medina, O. (4 de agosto de 2009). Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/diccionario-administracion-empresas/>

Venemedia. (2011). Concepto definición. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://conceptodefinicion.de/>

Wikipedia. (31 de Enero de 2019). La enciclopedia libre. Recuperado el 24 de Febrero de 2019, de <https://es.wikipedia.org/>

Yin, R. K. (2003). Applications of case study research methods. Stanford.

Zapata, L. (2014). Obtención de extracto de antocianinas a partir de arándanos para ser utilizado como antioxidante y colorante en la industria alimentaria. Valencia: Universitat Politècnica de València.

## 10. ANEXO

### **ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y DISTRIBUIDORA DE PULPA CONGELADA Y JUGO NATURAL DE ARÁNDANOS EN LA CIUDAD DE QUITO**

La presente encuesta tiene como finalidad conocer su interés en la introducción de dos nuevos productos elaborado del Fruto Arándano, adicional conocer sus hábitos de consumo de productos derivados de fruta natural y su frecuencia de consumo de los mismos.

Nombre y apellido:

Edad:

Dirección:

Cargo:

Correo Electrónico:

Teléfono:

Instrucciones de llenado: Por favor Sr. O Srta. Encuestado responda las siguientes preguntas en orden secuencial y con total honradez, marque con una “X” una sola opción en cada una de las preguntas.

En el caso de las preguntas Numero 2 y 3, si su respuesta es negativa siga las instrucciones de cada pregunta.

Para las preguntas que tienen como opción “Otros”, por favor indique con letra clara cuál o cuáles son sus otras opciones.

Por favor evite manchones y tachones.

1.- Genero (consultar otro)

Masculino

Femenino

2.- ¿Conoce usted que es el fruto arándano? (si su respuesta es negativa pase a la sección 2)

Si

No

3.- ¿Ha consumido usted el fruto arándano? (si su respuesta es negativa pase a la sección 2)

Si

No

4.- ¿Sabe usted si el producto que consumió es de producción nacional o extranjera?

Nacional

Extranjera

Desconozco

5.- ¿Sabe usted cuales son los beneficios de consumir esta fruta?

Si

No

6.- ¿En qué presentación usted ha consumido esta fruta?

Fruta natural

Jugo

Mermeladas

Postres

Otros \_\_\_\_\_

7.- ¿Usted considera que una empresa productora y comercializadora de jugo natural y pulpa congelada de arándano ecuatoriana podría disminuir el consumo de productos importados de esta misma fruta?

Si

No

**Sección 2**  
**Preguntas jugos naturales**

8.- ¿Qué tipo de bebidas usted consume?

Jugos de frutas naturales ( )

Mates ( )

Agua mineral ( )

Gaseosas ( )

Otros \_\_\_\_\_

9.- ¿Con que frecuencia consume bebidas para refrescarse?

1 vez al día ( )

2 veces al día ( )

Más de 2 veces al día ( )

1 vez a la semana ( )

Otros \_\_\_\_\_

10.- ¿Usted consumiría bebidas naturales (solo frutas)?

Si ( )

No ( )

11.- ¿Dónde le gustaría adquirir a usted este producto natural?

Supermercados ( )

Tiendas de barrio ( )

Universidad ( )

Servicio a domicilio ( )

Otros \_\_\_\_\_

12.- ¿Cuál es el factor que usted analiza para adquirir una bebida?

Precio ( )

Marca ( )

Tamaño envase ( )

Sabor ( )

Color ( )

Otro \_\_\_\_\_

13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por esta bebida natural (de 250 ml)?

Usd 0,75 ( )

Usd 1,00 ( )

Usd 1,50 ( )

Usd 2,00 ( )

otro \_\_\_\_\_

**Sección 3**  
**Preguntas pulpas naturales congeladas**

14.- ¿Usted conoce que son las pulpas naturales congeladas?

Si

No

15.- ¿Usted consume pulpas naturales (solo frutas)?

Si

No

16.- ¿Con que frecuencia consumiría o consume pulpas naturales?

1 vez al día

2 veces al día

Más de 2 veces al día

1 vez a la semana

Otros \_\_\_\_\_

17.- ¿Dónde le gustaría adquirir a usted este producto natural?

Supermercados

Tiendas de barrio

Universidad

Servicio a domicilio

Otros \_\_\_\_\_

18.- ¿Cuál es el factor que usted analizaría o analiza para adquirir una pulpa?

Precio

Marca

Envase

Sabor

Color

Otros \_\_\_\_\_

19.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pulpa natural (de 500g)?

Usd 2,00

Usd 2,50

Usd 3,00

Usd 3,50

Otros \_\_\_\_\_

**AGRADECEMOS POR SU APORTE A ESTA ENCUESTA, MUCHAS GRACIAS**