



Enero 2019 - ISSN: 1696-8352

TEMA: PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA BEBIDA ENERGIZANTE NATURAL A BASE DE PITAHAYA

Autores:

Esp. Azucena González Carvajal¹

Docente Carrera de Ingeniería Comercial
Institución Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Facultad de Administración
Email: agonzalezc@ulvr.edu.ec
Dirección: Avenida de las Américas s/n
Teléfono: 042596-500

Sr. Pedro Luis Alvarado Aguirre²

Estudiante de la Facultad de Administración
Institución Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Email: p.alvarado983@gmail.com
Dirección: Avenida de las Américas s/n
Teléfono: 042596-500

Sr. Cristhian Adrián Chicaiza Tigua³

Estudiante de la Facultad de Administración
Institución Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Email: crisan_1994@hotmail.com
Dirección: Avenida de las Américas s/n
Teléfono: 042596-500

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Azucena González Carvajal, Pedro Luis Alvarado Aguirre y Cristhian Adrián Chicaiza Tigua (2019): "Plan de negocio para la producción y comercialización de una bebida energizante natural a base de pitahaya", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (enero 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/01/comercializacion-bebida-energizante.html>

¹ Autora - Ingeniera Comercial (Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil), Especialista en Proyectos. Actualmente se desempeña como docente y tutora de proyectos de investigación en la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

² Autor –Estudiante de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil. En proceso de titulación.

³Autor - Estudiante de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil. En proceso de titulación.

Resumen

Las bebidas energéticas son un producto que han estado presente por años en el mercado ecuatoriano, y sus productores lo promocionan como remedio para el cansancio, fatiga, para mejorar el rendimiento físico y para el estrés, es de venta libre y con publicidad engañosa donde no indican lo perjudicial que puede ser su consumo,

El presente proyecto se va a llevar a cabo en la cabecera cantonal de Daule, con el objetivo de sustituir el consumo de bebidas energéticas que tienen componentes químicos, que con el tiempo resultan perjudiciales para la salud, por algo sano y natural. Además, contribuir en mejorar el estilo de vida de las personas de este lugar con productos de consumo natural sin que perjudiquen a nuestros consumidores. Por lo cual se propone un plan de negocio para la producción y comercialización de una bebida energizante natural a base de la fruta pitahaya, aprovechando que actualmente las personas están adoptando una cultura de consumo hacia los productos naturales. Mediante un estudio de mercado se pudo determinar que existe un desconocimiento en la población de este sector acerca de los beneficios que les brinda la fruta PITAHAYA y por ende como le puede beneficiar nuestro producto.

En conclusión, no existe en el mercado una bebida energizante natural, lo cual queremos aprovechar para tener participación dentro del mercado de las bebidas y obtener un impacto positivo en los consumidores potenciales de los productos energéticos y naturales.

Palabras claves: Bebidas energéticas-Plan de negocio-Pitahaya-Natural-Consumo

Abstract

Energy drinks are a product that have been present for year in the Ecuadorian market and its producers promote it as a remedy for fatigue, tiredness, to improve physical performance and stress, is over-the-counter and with misleading advertising where it does not indicate that what is detrimental to its consumption.

This project will be held at the cantonal headwaters of Daule, with the aim of substituting the consume of energy drinks that have chemical components, which over time are detrimental to health, by something healthy and natural. In addition, contribute to improving the lifestyle of the people of this place with products of natural consumption without harming our consumers. So it's proposed a business plan for the production and commercialization of a drink energize based on the Pitahaya fruit, taking advantage of thar people are currently adopting a culture of consumption towards natural products.

Through a market study could be determined that there is a lack of knowledge in the population of this sector about the benefits that gives the fruit Pitahaya and therefore as it can benefit our products.

In conclusion, there is no beverage in the market energize natural, which we want to take advantage of in order to have participation in the market and to make a positive impact of the potential consumers of energy and natural products.

Key words: Energy drinks-Business Plan-Pitahaya-Natural-Consumption

1. INTRODUCCIÓN

Las bebidas energizantes son un producto que han estado presente por años en el mercado ecuatoriano, y sus productores lo promocionan como remedio para el cansancio, fatiga, para mejorar el rendimiento físico y para el estrés, es de venta libre y con publicidad engañosa donde no indican lo perjudicial que puede ser su consumo, por eso se realizó el presente proyecto, para mejorar el estilo de vida de las personas, a través de una bebida energizante natural a base de Pitahaya, aprovechando que actualmente las personas tienden a consumir productos naturales que aporten beneficios a su salud.

La fruta Pitahaya aporta mucho al cuerpo humano, como resistencia a infecciones, es un antitumoral, y es un antioxidante; además contiene fibra, calcio, fósforo y vitaminas, y la cual ofreceremos como una Bebida Saludable que brinda muchos beneficios para el funcionamiento de nuestro organismo.

Los objetivos propuestos para el presente proyecto consisten en un adecuado estudio de mercado, en elaborar estrategias para la distribución y un buen estudio técnico para su producción y comercialización, el tipo de investigación fue descriptiva y documental. Las técnicas aplicadas fueron de forma directa a través de encuestas y entrevistas; y se lo realizó a las personas de la cabecera cantonal de Daule y la información recopilada fue analizada para poder determinar nuestra inversión, además de los costos de producción, comercialización y distribución del producto.

En el estudio técnico realizado se contempla y especifica la maquinaria que se va a necesitar para la producción o elaboración del producto y el personal que se va a utilizar para este tipo de procesos, también se determinan las características deseadas del producto por parte del consumidor meta y se conoce la demanda a satisfacer, lo cual sirve para saber producción. Y un aspecto importante que se planteó es analizar la factibilidad económica para llevar a cabo el proyecto.

1.1. Formulación del problema

¿Cómo Producir y Comercializar una bebida energizante natural a base de pitahaya en la cabecera cantonal de Daule- Provincia del Guayas?

1.2 Sistematización del problema

- ¿Cuál es la situación actual en el ámbito de consumo de bebidas energizantes por parte de la población de Daule?
- ¿Qué estrategias se implementarán para comercializar el producto?
- ¿Qué recursos serán utilizados para la producción y comercialización del producto?
- ¿Cuál es la rentabilidad del producto de acuerdo a los índices de ventas?

1.3 Objetivo General

Producir y comercializar una bebida energizante a base de pitahaya en el cantón de Daule.

1.4 Objetivo Específicos

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la cantidad de consumo de bebidas energizantes en Daule, y en qué grupo nos vamos a enfocar.
- Elaborar estrategias de mercado para definir la comercialización de este producto.
- Realizar un estudio técnico para la producción y la comercialización del producto.
- Elaborar un análisis financiero para determinar la rentabilidad del producto.

2. MARCO REFERENCIAL Y TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En un principio las bebidas energizantes, debido a que son sustancias estimulantes de alta cantidad energética, fueron consumidas por personas que realizaban una constante actividad física. Inicialmente fueron introducidas al mercado para incrementar el nivel de concentración, impedir el sueño, facilitar la sensación de bienestar, subir el nivel de concentración, evitar el sueño, proporcionar sensación de bienestar, y poder eliminar sustancias que no afecten al cuerpo humano. (Cano, 2003: p.109).

Estas bebidas son consideradas un alimento funcional, ya que han sido diseñadas para proporcionar un beneficio específico: brindar al consumidor una bebida que le ofrezca vitalidad cuando por propia decisión o necesidad, debe actuar ante esfuerzos extras, físicos o mentales. El consumo de bebidas energéticas ha incrementado notablemente desde hace algunos años.

2.2 Características de la Pitahaya

La Pitahaya es una fruta de un cacto que pertenece a la familia del *Hylocereus* y existen unas 18 especies, originarias de América Central y Suramérica. Son plantas trepadoras o epifitas, de tallos alargados, comúnmente triangulares o tria lados, verdes ya articulados, de 5-6 cm. de diámetro con raíces adventicias. Existen otras variedades con fruta de cáscara amarilla y pulpa blanca, las vainas son de color verde oscuro. También se dan algunas con vainas o tallos sin espinas.

Planta cactácea trepadora con una vida de aproximadamente 20 años, la cual se puede desarrollar en ambientes húmedos y secos creciendo sobre troncos, árboles, muros y piedras los cuales le sirven para apoyarse; también reacciona ante la intensidad lumínica, por lo que puede tolerar periodos largos de sequía, así mismo empieza una floración cuando llega la época de lluvias.

Calificada como fruto exótico por su color y sabor; contiene fibra, fósforo, calcio, vitamina C, la cual ayuda en la formación de huesos, dientes y glóbulos rojos, favorece la absorción del hierro de los alimentos, la resistencia a las infecciones y tiene acción antioxidante.

La pitahaya roja (*Hylocereus* sp) tiene una composición rica en agua, antioxidantes, vitaminas, mucílagos, fenoles y de los beneficios del ácido ascórbico.

Además de contener fibra, hierro, fósforo y calcio, tiene en sus semillas negras una grasa natural que mejora el funcionamiento del tracto digestivo. Por lo tanto, tiene efecto laxante y su consumo se aconseja cuando hay problemas de estreñimiento.

3. PLAN DE NEGOCIO

Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad, y desarrolla las estrategias y procedimientos para convertir dicha oportunidad en un proyecto empresarial concreto. Refleja el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha, y abarca desde la definición de la idea, hasta la forma concreta de llevarla a la práctica, y seguir su desarrollo. El plan de negocio puede considerarse una herramienta de reflexión.

La falta de planificación constituye un peligroso factor de costes que puede provocar la quiebra a medio plazo de una empresa, ya que produce desperdicios de dinero, de tiempo y de oportunidades. Por el contrario, una correcta planificación de sus acciones, permite evaluar la probabilidad de éxito, y reduce la incertidumbre y el riesgo. (Enrique Zorita Lloreda, 2015)

Elaborar un plan de negocios puede basarse en tres objetivos, de acuerdo a Longenecker, Moore, Patty, (2001):

- Identificar la naturaleza y el contexto de la oportunidad de negocios, es decir, ¿por qué existe una oportunidad así?
- Presentar el método que el emprendedor piensa adoptar para aprovechar dicha oportunidad.
- Reconocer los factores que determinarán si esta nueva iniciativa de negocios tendrá éxito.

- **Figura 1. Modelo de negocio**



3.1 Análisis competitivo: modelo de las 5 fuerzas de Porter

Por muchos años se han hechos estudios acerca de las industrias y su rentabilidad y para ello se han identificado algunas variables estructurales y practicas exitosas en los negocios. El modelo de Porter (1980) es quizá el esquema más aceptado de análisis industrial, identificando 5 fuerzas que ayudan a determinar la rentabilidad a largo plazo:

- La rivalidad entre los competidores existentes: las empresas competidoras tienen como objetivo mejorar su posición con tácticas y estrategias como precios, publicidad, nuevos productos, aumentar su garantía o servicio al cliente, en todos los sectores industriales cada movimiento que realice una empresa está siendo observada por la competencia para poder contrarrestar ese movimiento, siendo estas dependientes de la acción que realice la empresa.
- La amenaza de productos o servicios sustitutos: representa una amenaza constante para la empresa debido a que la sustitución pueda realizarse permanentemente, debido a la evolución a la que se someten en relación a su calidad/precio, siendo perjudicial para las empresas porque deben reducir sus precios y los ingresos disminuirían.

- La amenaza de nuevos ingresos en el sector: cuando nuevas empresas ingresan en el sector implica una aportación al mismo de capacidad adicional, con el interés de obtener participación en el mercado, pero esta amenaza se puede reducir con la implementación de barreras para el ingreso entre estos factores tenemos las economías de escala, diferenciación del producto, requisitos de capital, costes cambiantes, acceso a los canales de distribución y la política del gobierno.
- El Poder negociador de los compradores: el poder negociador que manejan los compradores en el sector industrial depende de la situación del mercado y la cantidad relativa de compras que realice, donde logran disminuir los precios, pero exigen calidad, dando como resultado una ardua competencia entre las empresas para abarcar la mayor cantidad de clientes, aunque muchas veces no resulta rentable para la industria.
- El Poder negociador de los proveedores: tienen igual poder de negociación que los compradores por su participación en el sector industrial, manejan precios y calidad de los productos por lo cual obtienen grandes beneficios.

3.2 Metodología

El diseño de la investigación se puede dividir en dos tipos: la investigación experimental y la no experimental.

- Experimental

Este tipo de diseño de investigación se refiere a realizar una acción para después observar las consecuencias, en éste diseño se manipulan las variables intencionalmente. Pero al no ser parte de la presente investigación no se profundizará en el tema.

- . No experimental

En diseño de investigación de tipo no experimental, las variables no se manipulan intencionalmente, sino que sólo se observa y se analiza el fenómeno tal y como es en su contexto natural.

La investigación sobre la viabilidad de la producción y comercialización de una bebida energizante a base de pitahaya en el cantón Daule será de diseño descriptivo porque la investigación se basa en plantear el problema y se recolectará y analizará los datos obtenidos en un periodo de tiempo específico, para así determinar la aceptación del producto que tiene como materia prima una fruta un poco desconocida y los efectos que puedan causar los ingredientes agregados como preservantes y endulzantes. Además, esta investigación nos puede ayudar a la participación que tienen las bebidas energizantes en el mercado al cual vamos a ingresar.

3.3 Tipo de la Investigación

La metodología a utilizar para el estudio de mercado será el estadístico descriptivo, mismo en el que se recopilarán datos de la muestra establecida, a través de una encuesta para posteriormente clasificarla, analizar e interpretar los resultados, con la finalidad de establecer y determinar las diferentes tendencias en el mercado de bebidas energizantes; así como también definiremos los potenciales consumidores que existen en el mismo.

3.4 Enfoque de la Investigación

La investigación tiene un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) donde se recopilará suficiente información para estudiar cuál es la realidad actual de mercado de las bebidas energéticas y así poder determinar las estrategias de ventas para obtener la rentabilidad esperada. En cuanto al enfoque cuantitativo, nos proyectará a una realidad de aceptación del proyecto una vez tabulados los datos obtenidos mediante las técnicas de investigación.

3.5 Técnicas de la Investigación

Se procederá a realizar encuestas y entrevistas a las personas de la cabecera cantonal de Daule la cual se conformará de 10 preguntas de opción múltiples. Una vez establecido la técnica investigativa, se procederá a lo siguiente:

- Elaboración del cuestionario de preguntas.
- Tabular la información recopilada
- Analizar la información del cuestionario
- Analizar los resultados.

4. PROPUESTA

4.1 Análisis del Mercado.

Existen algunas marcas de bebidas energizantes e hidratantes que llevan muchos años comercializándose en el país, lo cual le da un reconocimiento por parte de los consumidores frecuentes de estos tipos de productos, con diferentes presentaciones y promociones pretenden acaparar el mercado de bebidas energizantes con algunos componentes que resultan ser perjudiciales para la salud, es por eso que nuestra propuesta se basa en la necesidad de comercializar un producto natural que cumpla con estas características, a un precio cómodo y con una rentabilidad aceptable.

4.2 Establecimiento del mercado objetivo.

Para establecer el mercado objetivo se toma en cuenta todos los consumidores que para la empresa significan clientes potenciales, a los que se planea satisfacer sus necesidades.

Para este Plan de Negocio el mercado objetivo está dirigido a las personas sin distinción de sexo y para público en general, ya que la pueden consumir desde jóvenes que practican algún tipo de deporte o que realicen actividades académicas, niños, adultos mayores, etc.

4.3 Estudio económico.

- *Inversiones.*

Aquí se tendrá en cuenta cada proceso de inversión a realizarse, y se considerará todos los costos directos e indirectos de fabricación, además de los gastos administrativos, donde se detallan los sueldos que cada miembro de la compañía percibirá y así poder identificar la cantidad de dinero que se necesitará para costear el proceso de producción y comercialización de la bebida.

También se va a considerar la inversión que se realizara en activos fijos, como la infraestructura y tecnología, y poder lograr un estándar alto en la calidad de la bebida energética al momento de transformar la materia prima en producto terminado

Como se muestra en la tabla para realizar el proyecto se necesita una inversión inicial de 80.011,12; a esa cifra se le agrega la inversión en capital de trabajo y será financiado de dos formas:

1. Aportes de capital por un valor de \$36.000 por parte de los tres socios, cada uno aportara con \$12.000
2. Financiamiento de \$50.000 que se realizó a través de un crédito a la Corporación Financiera Nacional (CFN), a un plazo de 5 años, dejando como garantía la hipoteca de una vivienda valorada en \$65.000 cumpliendo un requisito de la CFN que es que las garantías sean el 125% del crédito solicitado

| COSTOS FIJOS | |
|----------------------|---------------------|
| ANUAL | |
| Compra de botellas | \$ 11.669,76 |
| muebles y enseres | \$ 263,00 |
| Maquinaria | \$ 2.385,40 |
| Alquiler de Vehiculo | \$ 1.440,00 |
| Prestamo CFN | \$ 13.651,80 |
| Compra de frutas | \$ 11.669,76 |
| Arriendo de local | \$ 6.000,00 |
| Sueldos | \$ 29.666,40 |
| Permisos | \$ 950,00 |
| Servicios Basicos | \$ 2.315,00 |
| TOTAL ANUAL | \$ 80.011,12 |

A continuación, en la siguiente tabla se detalla los pagos anuales del préstamo realizado:

| Numero_Cuota | Fecha | Saldo_Capital | Capital | Interes | Valor_Cuota |
|--------------|------------|---------------|-----------|-----------|-------------|
| 0 | 11/09/2018 | 50,000.00 | | | |
| 1 | 06/09/2019 | 42,284.27 | 7,715.73 | 6,500.00 | 14,215.73 |
| 2 | 31/08/2020 | 33,565.50 | 8,718.77 | 5,494.96 | 14,215.73 |
| 3 | 26/08/2021 | 23,713.29 | 9,852.21 | 4,362.52 | 14,215.73 |
| 4 | 21/08/2022 | 12,580.29 | 11,133.00 | 3,082.73 | 14,215.73 |
| 5 | 16/08/2023 | 0.00 | 12,580.29 | 1,635.44 | 14,215.73 |
| | TOTAL: | | 50,000.00 | 21,078.64 | 71,078.64 |

Fuente: Corporación Financiera Nacional

4.4 Ingresos Proyectados

La bebida se elaborará en una sola presentación de 250 ml, por lo que los ingresos totales dependerán solo de este producto y el cual representa el 100% de la producción.

Realizar una bebida energizante natural a base de Pitahaya tendrá un costo de \$0.59 lo cual nos dejara un gran margen de ganancia, porque el precio de venta es de \$1 y se podrá recuperar la inversión en poco tiempo, debido a lo reflejado en las encuestas que nos dice que nuestra producción total es de 324.160 unidades, pero por distintos factores el primer año se comenzara con un 60% de esa producción que es de 194.496 unidades y a partir del segundo año tendrá un incremento de 1.03% lo cual está relacionado con el crecimiento poblacional.

Proyección de Ventas

| | |
|---------|--------|
| 1ER AÑO | 194496 |
| 2DO AÑO | 196499 |
| 3ER AÑO | 198523 |
| 4TO AÑO | 200568 |
| 5TO AÑO | 202634 |

Elaborado por. Los autores

El precio como ya se había mencionado anteriormente es de \$1 para que llegue al consumidor a un precio de \$1.25 dejando a los distribuidores un margen de \$0.25 de ganancia.

| Costo de Produccion/Bebida | | |
|----------------------------|---------|-----------|
| Pitahaya | 0,05 kg | \$ 0,06 |
| Agua | 0.5 lt | \$ 0,0018 |
| Azucar | 6 gr | \$ 0,40 |
| Preservantes y Aditivos | 150 mg | \$ 0,08 |
| Envase | 275 ml | \$ 0,06 |
| Total | | \$ 0,59 |

Elaborado por. Los autores

5. CONCLUSIONES

- La finalidad del proyecto es que las personas conozcan los beneficios que le brinda el producto que es 100% natural, que está hecho a base de Pitahaya, una fruta que está tomando fuerza dentro del mercado, y según las encuestas las personas están dispuesta a probar una bebida energizante natural, y así poder posicionar nuestro producto dentro del mercado de las bebidas energizantes.
- Se utilizará una estrategia de diferenciación para nuestro producto, ya que no existe en el mercado una bebida energizante natural y según el sondeo de mercado vamos a tener una gran demanda, debido a que las personas están dispuesta a consumir un producto que no cause adicción y daños en la salud.
- La empresa va a estar ubicada en la cabecera cantonal de Daule PON LA DIRECCION, se debe disponer de US\$81.000 para que se empiece con la producción y se debe implementar distintas estrategias de mercado para posicionar la marca en la mente de los consumidores.
- El estudio de mercado también nos ayudó a implementar unos óptimos canales de distribución para nuestro producto los cuales son gasolineras y tiendas; y así poder llegar a cada uno de los consumidores potenciales para la empresa, y poder ganar mercado a nuestra competencia como V220 o VIVE 100 unas de las principales que tenemos, que aparte cuentan con ventas ambulantes, pero también se comprobó que no existe fidelidad a una marca específica por lo que se puede decir que no existe una empresa líder.

6. RECOMENDACIONES

- Conseguir alianzas con entidades públicas y privadas para que inculquen en los ciudadanos los beneficios de la fruta, y así lograr que aumente su consumo, buscando que beneficie no solo a la empresa sino también a los productores de la fruta.
- Incentivar la producción de la fruta Pitahaya, incluso para aumentar su exportación a largo plazo, el Ecuador tiene todas las condiciones climáticas para el cultivo de la fruta que tiene altos niveles nutritivos y muchos beneficios para el organismo las cuales deben ser aprovechadas al máximo, además de abrir muchas plazas de trabajos e incrementar la economía del país.
- Se debe mantener una estrecha relación con el productor de la fruta para tener la empresa abastecida durante todo el año, y para conseguir esto se debe pagar un precio justo de acuerdo a su peso y tamaño e darles incentivos para que sigan con la producción; y si el proyecto tiene el éxito, la comercialización se extenderá a otros cantones y ciudades.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Agestic. (2009). *"Estudio de mercado y definición de objetivos y estrategias"*. Asociación Gallega de Empresas de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Disponible en <http://www.agnostic.org/content/2-estudiomercado-y-definicion-objetivos-y-estrategias>.
- Cano Bedoya Victor Hugo, *"Las bebidas energizantes"*, Universidad de San Buenaventura, Colombia, 2003, Revista Universidad De San Buenaventura ISSN: 0121-7887, v.9 fasc. 19, sección: Salud Humana. Disponible en web.usbmed.edu.co/ciaf/compartidos/.../articulo_energy_drinks.doc.
- Melgarejo M. *El verdadero poder de las bebidas energéticas*. Disponible en: <http://www.nutrinfo.com/pagina/info/ene01-05.pdf>
- ECOagricultor (s.f.). *La Pitaya o fruta del dragón para retrasar el envejecimiento, un sistema inmunológico sano, y dientes y huesos fuertes*. www.ecoagricultor.com/pitaya-fruta-dragon-retrasar-envejecimiento-sistema-inmunologico-dientes-huesos-fuertes/
- Thompson I. (2007). *"La pequeña empresa"*. Pronegocios.net. Disponible en <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>.