

ESTRATEGIAS DE MARKETING DEL TÉ HELADO A BASE DE SEMILLA DE AGUACATE ENDULZADO CON ESTEVIA SABOR A LIMÓN

MAE. Aleya Ala Nieto Zambrano¹

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
anieto@ulvr.edu.ec

Katherin Janina García Torres²

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
katherin.garcia91@hotmail.com

Celia Stephanie Ávila Navas³

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
celia_na@hotmail.com

Joselyn Stephanie Gender Arreaga⁴

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
stephaniegender90@gmail.com

Resumen:

La cátedra de Gerencia de Producto que se imparte en la carrera de la universidad citada está en la búsqueda constante en cada periodo de clases desarrollar en los estudiantes el espíritu investigativo de nuevos productos y servicios como alternativa de desarrollo sostenible y sustentable bajo parámetros de conservación del medio ambiente o disminuir los desperdicios, por tal motivo, dentro del laboratorio realizado, se presentaron alternativas de proyectos de investigación y el más destacado en cuanto a su puntuación es el que presentamos a vuestra consideración y estamos abiertos a las críticas que serán asumidas de manera constructivista que nos permita perfeccionar nuestras investigación.

Motivados por la investigación y desarrollo de productos semielaborados y terminados con materia prima en nuestro país, comenzamos la búsqueda de la combinación entre los nutritivo y disminuir el desperdicio de frutos cultivados dentro del territorio nacional, existieron algunas alternativas, la más destacada fue la utilización de la semilla de aguacate cultivado en tierras

¹ Maestría en Administración de empresas Gestión de Calidad, Diplomado en Gestión Educativa, Jefe de Ventas Directas en CONECEL; Cátedra Gestión de Calidad en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil en la Facultad de Administración Carrera Mercadotecnia.

² Estudiante de Décimo semestre de la Carrera Mercadotecnia en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

³ Estudiante de Décimo semestre de la Carrera Mercadotecnia en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

⁴ Estudiante de Décimo semestre de la Carrera Mercadotecnia en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

ecuatorianas por su bajo su desperdicio actual y no utilización.

El no aprovechamiento de la semilla del aguacate parte de tres causas: una de ellas y la más evidente que se puede sustentar con la respectiva investigación es la falta de conocimiento que tiene el consumidor sobre los beneficios que la semilla de esta fruta aporta a la salud. Otra de las razones está en la falta de conciencia ecológica que existe en la población ecuatoriana en la cual el consumidor promedio, incluso en los negocios enfocados en dar servicios alimenticios donde emplean el aguacate como parte o ingrediente principal de los platillos elaborados utilizan solamente la pulpa y es ahí donde desecha la semilla; este proceso es llevado a cabo como algo rutinario y durará por todo el tiempo que tenga actividad comercial el negocio.

El presente trabajo de investigación busca demostrar la importancia de la utilización de insumos nacionales y su aprovechamiento en productos terminados generando múltiples beneficios a los sectores implicados ya que parte de la utilización de materias primas cultivadas en el país hasta la elaboración de productos terminado naturales con la finalidad de mejorar la salud de las personas basados en el consumo de productos cien por ciento cultivados y elaborados en el Ecuador con una certificación de origen e incentivando a la producción nacional impactando en la generación de nuevas plazas de trabajo y alternativas para el consumo de productos naturales en beneficio de la sociedad ecuatoriana. Contribuimos con la matriz productiva generando nuevas alternativas de desarrollo de producto enfocados en el emprendimiento sostenible y sustentable.

Palabras Claves:

Marketing-Té-Helado-Semilla-Aguacate

Abstract:

The Chair of Product Management taught in the aforementioned university career is in the constant search in each period of classes to develop in the students the research spirit of new products and services as an alternative of sustainable and sustainable development under conservation parameters of the environment or reduce waste, for this reason, within the laboratory performed, alternative research projects were presented and the most outstanding in terms of your score is that we

present to your consideration and we are open to the criticisms that will be assumed in a Constructivist that allows us to perfect our research.

Motivated by the research and development of semi-finished products and finished with raw materials in our country, we began the search of the combination between the nutritious and reduce the waste of fruits grown within the national territory, there were some alternatives, the most outstanding was the use of the avocado seed grown in Ecuadorian lands for its low current waste and non-use.

The non-use of avocado seed comes from three causes: one of them and the most obvious one that can be supported with the respective research is the lack of knowledge that the consumer has about the benefits that the seed of this fruit contributes to health . Another reason is the lack of ecological awareness that exists in the Ecuadorian population in which the average consumer, even in businesses focused on providing food services where they use the avocado as a part or main ingredient of the processed dishes use only the pulp and that is where the seed is discarded; This process is carried out as something routine and will last for as long as the business has commercial activity.

This research work seeks to demonstrate the importance of the use of national inputs and their use in finished products generating multiple benefits to the sectors involved since part of the use of raw materials grown in the country to the production of natural finished products with the purpose of improving the health of people based on the consumption of products 100% cultivated and prepared in Ecuador with a certification of origin and encouraging national production impacting the generation of new jobs and alternatives for the consumption of products for the benefit of Ecuadorian society. We contribute with the productive matrix generating new alternatives for product development focused on sustainable and sustainable entrepreneurship.

Key words

Marketing-Ice-Tea-Seed-Avocado

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

El Ecuador por su ubicación geográfica posee las condiciones climáticas adecuadas siendo las principales zonas productoras: Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay y Loja.

PRINCIPALES CULTIVOS – 2017				
NIVEL PROVINCIAL				
PRODUCTO	SUPERFICIE PLANTADA (ha)	SUPERFICIE COSECHADA (ha)	PRODUCCIÓN TONELADAS	RENDIMIENTO (ha)
AGUACATE FRUTA FRESCA	6,536	4,653	20,995	4,51

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2017)

Entre los principales países importadores de la fruta están: Estados Unidos, Francia, Holanda, Japón, Hong Kong entre otros.

En el país existen varios tipos de aguacate, pero de mayor demanda son HASS y FUERTE.

PRECIOS APROXIMADOS POR KILO

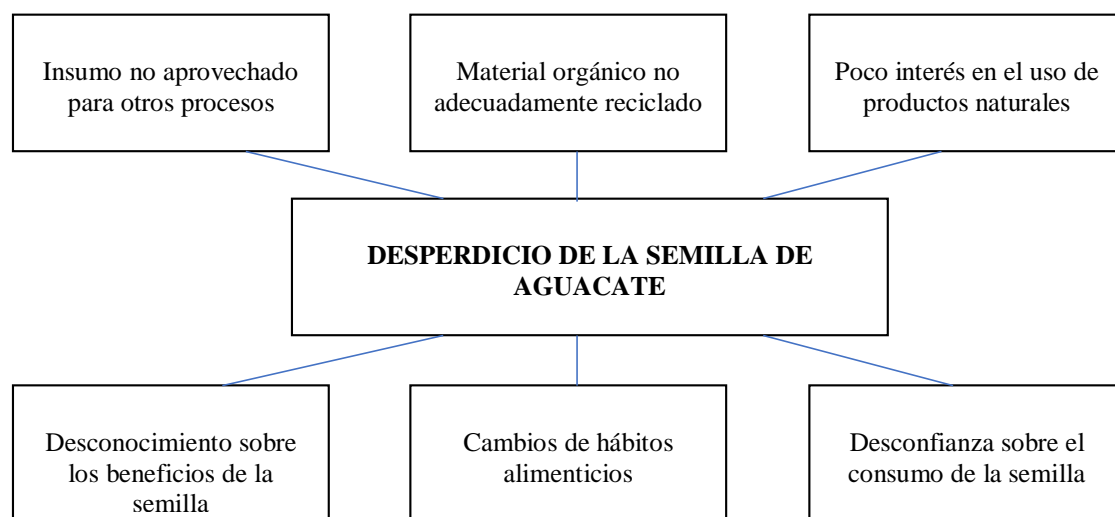
	HASS	FUERTE
COSECHA	Febrero y Marzo Agosto y Septiembre	Junio, Julio, Agosto, Septiembre y Octubre
PRECIO EN FINCA	\$1,10 - \$1,15 (Fábricas) \$1,50 (Exportación)	\$0,60 - \$0,70 (Fábricas)

COMPONENTES DE LA SEMILLA DE AGUACATE

CENIZAS	PROTEÍNA	GRASA TOTAL	HUMEDAD	CARBOHIDRATOS	AZÚCARES TOTALES	FIBRA	SODIO	COLESTEROL
1,14%	1,52%	1,01%	54,33%	42%	0,85%	7,34%	164.62 mg/Kg	0 Mg/Kg

Fuente: Artículo de la revista de ciencia (Viteri Moya, Salazar Reyes, Medina Romo, & Viteri Sánchez, 2017)

Según el (INIAP, 2014) el cultivo de aguacate se presenta como una gran alternativa de producción y exportación para el país, a diferencia de otros países el Ecuador puede producir aguacate todo el año, con picos de producción y cosecha plenamente definidos de febrero a marzo y de agosto a septiembre, mientras otras naciones producen en un lapso de solamente 4 a 5 meses del año. Las zonas ecuatorianas donde se cultiva la fruta está comprendida por la Región Interandina: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Azuay, Loja.



El no aprovechamiento de la semilla del aguacate parte de tres causas: una de ellas y la más evidente que se puede sustentar con la respectiva investigación es la falta de conocimiento que tiene el consumidor sobre los beneficios que la semilla de esta fruta aporta a la salud. Otra de las razones está en la falta de conciencia ecológica que existe en la población ecuatoriana en la cual el consumidor promedio, incluso en los negocios enfocados en dar servicios alimenticios donde emplean el aguacate como parte o ingrediente principal de los platillos elaborados utilizan solamente la pulpa y es ahí donde desecha la semilla; este proceso es llevado a cabo como algo rutinario y durará por todo el tiempo que tenga actividad comercial el negocio. Siendo evidente que es un desperdicio desechar la semilla; ya que esta contiene 70% de aminoácidos, vitaminas y minerales que ayudan a múltiples funciones, entre ellas la prevención de problemas cardiovasculares.

Otra razón es la falta de conciencia ecológica en la utilización de productos naturales semielaborados que como materia prima originaria de nuestro país, solo se utiliza la fruta como consumo natural y es descartada la semilla ignorando su potencial de utilización y beneficios.

La muy baja utilización de la semilla está basada en el uso de abono de segundo orden para terrenos cultivables y el poco aprovechamiento de los suelos cultivables en el país de este tipo de frutas ya que como se conoce, nuestro país es muy apto para su cultivo.

Las causas descritas anteriormente acarrearán consigo el efecto de desechar la utilización de la semilla de aguacate basados en la oportunidad detectada para desarrollar la elaboración de un proyecto de investigación y con esto poder contribuir en cierta manera a la elaboración de productos terminados basados en los cultivos ecuatorianos de frutas locales generando así, nuevas oportunidades de empleo y desarrollo sostenible y sustentable.

2. Marco teórico

Aguacate en Ecuador, según el artículo (Comercio, 2011) indica que en el país se cultivan algunas variedades que provienen de tres tipos: guatemalteco, mexicano y antillano, explica Wilson Vásquez, líder de floricultura del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP, 2014). La especie de mayor acogida en el país es guatemalteca o fuerte. “El 80% de esta variedad proviene de la zona entre Guayllabamba, en el norte de Pichincha, y el cantón Mira, en el sur del Carchi”, dice Vásquez. En el callejón interandino también se produce el aguacate nacional o criollo, que es la variedad mexicana. El aguacate antillano solo se consume en el Litoral. No tiene mayor importancia comercial, según Vásquez. En los últimos años se ha incrementado el cultivo de aguacate hass, un fruto creado en el laboratorio, a través del cruce de las variedades mexicana y guatemalteca.

Los estudios sobre la estevia según el artículo de (Facultad de Ciencias Agropecuarias, 2014) indica que es un edulcorante no calórico considerado como el mejor sustituto de la azúcar lo cual presenta en su composición un alto porcentaje de glucósidos de esteviol que le confiere un sabor dulce e intenso, además de propiedades terapéuticas contra la diabetes, la hipertensión, la obesidad, también actúa como un excelente antioxidante y anticancerígeno.

Los primeros estudios contra la hipertensión basado en el uso de productos vegetales según (Facultad de Ciencias Agropecuarias, 2014) tanto en animales y seres humanos demostraron que el esteviósido y extracto de estevia tiene efecto vasodilatador, diurético y cardiotónico (regula la presión y los latidos del corazón). Los estudios en seres humanos han demostrado también el efecto del esteviósido en el sistema cardiovascular. El esteviósido provoca bradicardia e hipotensión. Del mismo modo, un efecto hipotensor ligero fue observado en personas que recibieron un té preparado a partir de estevia rebaudiana (extracto de estevia) al día durante 30 días (Humboldt y Boeckh, 1981).

La semilla de aguacate según (Facultad de Ciencias Agropecuarias, 2014) opina que una de las tendencias actuales de la investigación se basa en el conocimiento de nuevas fuentes de productos naturales que tienen propiedades nutraceuticas y funcionales que juegan un papel muy importante, actuando como agentes protectores y preventivos en la salud como es la semilla de aguacate. Según el artículo de la revista de ciencia (Viteri Moya, Salazar Reyes, Medina Romo, & Viteri Sánchez, 2017) La composición nutricional (datos bromatológicos) de la semilla:

Tabla 1 Parámetros

Cenizas	1.14%
Proteína	1.52%
Grasa total	1.01%
Humedad	54.33%
Carbohidratos	42.00%
Azúcares totales	0.85%
Fibra	7.34%
Sodio	164.62 mg/Kg
Colesterol	0.00 mg/100g

Fuente: Laboratorio Oferta de Servicios y Productos (OSP) Facultas de ciencias químicas Quito-Ecuador.

Las propiedades organolépticas de la semilla son: color crema, olor fragante resinoso y sabor amargo. Las características presentadas fueron comparadas bibliográficamente y validadas por el Laboratorio (OSP). La Información Nutricional que LA PROVINCIA (Pepa de aguacate) tiene en su producto (semillas de aguacate molidas y en presentaciones de 150gr, 250gr, 500gr) es la siguiente que se detalla a continuación:

- Tamaño por porción: 1 cucharada (10gr)
- Porciones por envase aproximado: 50
- Cantidad por porción
 - ✓ Energía (Calorías) 67kJ (15kcal)
 - ✓ Energía de grasa (Calórica grasa) 50 kJ (12kcal)

Tabla 2 Porcentaje de valor diario

Grasa total 2gr	4%
Ácidos grasos saturados 1gr	1%
Ácidos grasos Trans 0g	0
Ácidos grasos monoinsaturados 1gr	1%
Ácidos grasos poli insaturados 0gr	0
Colesterol 0mg	0%
Sodio 2mg	0%
Carbohidratos totales 2gr	1%
Fibra 1gr	2%
Azúcares 0gr	0
Proteína 1gr	1%

Los porcentajes de los valores diarios basados en una dieta de 8380kJ (2000 calorías).

Según el artículo de (Productor, 2015), el aguacate es un alimento rico en propiedades nutritivas, pero usualmente acostumbramos a consumir solamente su masa; luego de leer las propiedades medicinales y alimenticias que se encuentran en las semillas, no las volverás a tirar nunca más. Las semillas de aguacate tienen propiedades extraordinarias, y a continuación te describiremos algunas de ellas:

El 70% de los aminoácidos del aguacate están en la semilla, su aceite reduce los niveles de colesterol y ayuda a defender al cuerpo de enfermedades cardiovasculares y paros cardiacos.

Estudios han comprobado que las semillas de aguacate tienen más fibra soluble que cualquier otro alimento.

- ✓ Poseen flavonol, el cual ayuda en la prevención de tumores.
- ✓ Aumenta el sistema inmunológico.
- ✓ Contienen propiedades antiinflamatorias, lo cual es beneficioso para personas con artritis.
- ✓ Son ideales para bajar de peso, porque regulan el azúcar en el cuerpo.

3. Metodología

El presente proyecto utilizará para la investigación; el método empírico, ya que con este método se podrá realizar una serie de investigaciones, e incluso retomar experiencias y aportes de otros proyectos o productos que tengan similitud y puedan ser aplicados al presente trabajo. Posteriormente el conocimiento adquirido en el trabajo y estudio de campo será tomado como conocimiento propio.

Esta investigación conllevará a conocer gusto y aceptación del público objetivo por medio de encuestas y grupo focalizado para el desarrollo de este nuevo producto lo cual ayudará a desarrollar algún tipo de mejora debido a los resultados que obtendrá de dicha investigación.

3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación acorde al proyecto es la exploratoria; debido a que el tema del uso de la semilla en productos de consumo no ha sido tratado con mucha importancia en el país y existen pocas referencias al respecto, con esta investigación se podrá abordar el objetivo inicial por el cual se decidió elegir el tema a investigar.

3.2. Enfoque

El enfoque de la investigación será cualitativa porque permitirá medir el grado de aceptación, gustos, preferencias y valoración de los posibles consumidores del producto terminado y

cuantitativa porque permitirá medir aspectos tangibles como su posible precio, frecuencia de compra y cantidad de uso y demás variables requeridas para la factibilidad del proyecto ya que con los datos obtenidos se llevará a cabo el análisis pertinente y posteriormente la formulación de las conclusiones.

3.3. Técnicas e instrumentos

Para la investigación utilizaremos las técnicas documentales (estudios de otras empresas) que serán investigadas mediante la web, libros, artículos; además de implementar técnicas de campo como lo son las siguientes herramientas:

Se realizará un grupo focalizado para así determinar el nivel de aceptación de las ideas planteadas en el presente proyecto, con éste método se analizará las ideas principales de cada participante.

Se realizará una encuesta con el contenido de un cuestionario de preguntas básicas para conocer el nivel de aceptación y consumo del producto al momento de introducirlo al mercado.

Población

Se determinó la Parroquia Rocafuerte que se encuentra en el centro de la ciudad de Guayaquil, aquí se concentra la actividad administrativa y financiera de la ciudad ésta comprende calles desde la Av. 25 de julio hasta la Av. Malecón Simón Bolívar y desde la Av. Ayacucho hasta la Av. 9 de Octubre.

En la ciudad de Guayaquil existe una población de 2'350.915 habitantes, de la cual el target definido corresponde a hombres y mujeres con edad comprendida entre 30 a 65 años es de 1'286,001 personas. (INEC, 2010).

3.4. Muestra

Respecto al enfoque cuantitativo, una vez definida la población se procede a calcular la muestra. Al ser una población conocida para las investigadoras y al ser menor a los 100.000 individuos se considera finita por ende se utiliza la fórmula para este tipo de casos (Morillas, 2013).

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{((e^2(N - 1) + (Z^2 * P * Q))$$

N = Hace referencia a la población sobre la cual se calculará una muestra

P = Es una probabilidad de éxito, misma que al ser desconocida se considera del 50%.

Q = al igual que la probabilidad de éxito, esta probabilidad de fracaso se considera del 50%.

Z= Se define como nivel de confianza, el cual en este caso será de 1,96, mismo que es el que se usa con mayor frecuencia al determinar una muestra.

E = Denominado como margen de error, añadiéndose que en aquellos casos donde el nivel de confianza sea 1,96, el margen de error será del 5% (Barojas, 2012).

$$n = \frac{1,96^2 * 1286001 * 0,5 * 0,5}{((0,05^2(1286001 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5))$$

$$n = \frac{1235075.36}{3.215 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1235075.36}{3215.96}$$

$$n = 384$$

Mediante este cálculo se determina que se deberán encuestar a un total de 384 personas que transitan en la parroquia Rocafuerte.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultado de la encuesta

A continuación presentamos los principales resultados obtenidos luego de la aplicación del instrumento de investigación de la encuesta en la muestra de la población estimada.

Como podemos observar, en la Tabla 3 a continuación, 7 de cada 10 personas del público objeto de investigación consumen té.

Tabla 3 Consumo de Té

Respuesta	Frec. Abs.	Frec. Abs.	Acum.	Frec. Rel.	Frec. Acum. Rel.
SI	264	264		68,75%	68,75%
NO	120	384		31,25%	100,00%
	384			100,00%	

El crecimiento del consumo de té en el país ha tenido un protagonismo importante en la última década debido a que los consumidores buscan opciones diferentes en nuevas propuestas de bebidas alternativas fuera de los sabores tradicionales y sumados al decrecimiento del consumo de bebidas carbonatadas azucaradas de manera general en todos los aspectos.

En la Tabla 4 describimos los hallazgos obtenidos sobre el consumo de té en la población objeto de estudio.

Tabla 4 Frecuencia de consumo de té

Respuesta	Frec. Abs.	Frec. Abs.	Acum.	Frec. Rel.	Frec. Acum. Rel.
NO RESP	102	102		26,56%	26,56%
DIARIO	63	165		16,41%	42.97%
SEMANAL	67	232		17,45%	60.42%
MENSUAL	22	254		5,73%	66.15%
A VECES	130	384		33,85%	100.00%
	384			100,00%	

Las personas tienen hábito por ingerir este tipo de producto, ya sea en la ingesta diaria o esporádicamente; lo que nos conlleva a ver una potencial demanda en el mercado guayaquileño. Pese a las personas que no respondieron las encuestas en esta pregunta.

Se cuenta con un 33% de personas que consumen periódicamente té, pero con un buen plan de marketing se espera conquistar ese 33% que simplemente lo consume a veces para poder inclinar la balanza a favor del producto en mención; porque iniciaremos creando un nuevo nicho de mercado donde vamos a destacar nuestro producto

En la Tabla 5 describimos las posibles enfermedades que pueden padecer los encuestados.

Tabla 5 Padece usted de alguna enfermedad

Respuesta	Frecuencia
ALERGIA AL POLVO	1
ARTRITIS	2
ARTROSIS	11
ASMA BRONQUIAL	2
AUDITIVA	1
BACTER PILORI	1
DEFICIENCIA DE COLESTEROL	1
DIABETES	29
DOLOR DE HUESOS	2
EL CORAZÓN	1
EPILEPSIA	1
EPILEPSIA TINICA-CLONICA GENERALIZADA	1
HIPERTENSIÓN	22
INTESTINOS IRRITADOS	1
MALA CIRCULACIÓN	2
MIGRAÑA	2
NO	286
OVARIOS POLI QUÍSTICOS	1
PRESIÓN ALTA	2
RINITIS	3
SI	12
TOTAL	384

El presente estudio de mercado determinará que entre las enfermedades más mencionadas que padecen son: diabetes e hipertensión; por lo tanto, el tipo de personas que sufre de este tipo de enfermedades suelen ser muy caudalosos a la hora de consumir un producto y prefieren el consumo de opciones de bebidas naturales o con propuestas que aporten beneficios a su salud.

En la Tabla 6 describimos los hallazgos obtenidos sobre la manera de consumo del té en la población objeto de estudio.

Tabla 6 Manera de consumo

Respuesta	Frec. Abs.	Frec. Acum. Abs.	Frec. Rel.	Frec. Acum. Rel.
CALIENTE	102	102	26,56%	26,56%
HELADO	162	264	42,19%	68,75%
NO CONSUME	120	384	31,25%	100%
	384		100,00%	

Se determinará que 5 de cada 10 personas consumen el té caliente; sin embargo, se cuenta con un 25% de personas que muestran su preferencia por consumir el té helado, lo que resulta muy alentador puesto que el mercado se muestra una tendencia decreciente por el consumo de bebidas carbonatadas. Con esta pregunta se pretende descubrir la predisposición por el té helado.

En la Tabla 7 trata sobre el conocimiento acerca de las propiedades de la semilla de aguacate que tiene la población objeto de estudio.

Tabla 7 Propiedades de la semilla de aguacate

Respuesta	Frec. Abs.	Frec. Abs.	Acum.	Frec. Rel.	Frec. Rel.	Acum.
SI	68	68		17,71%	17,71%	
NO	316	384		82,29%	100,00%	
	384			100,00%		

Se determina que 8 de cada 10 personas desconocen las propiedades de la semilla del aguacate; por esta razón crea desconfianza al momento de mencionar un producto a base del mismo. Por lo cual este porcentaje de personas permiten demostrar que los cimientos de la investigación están bien fundamentados.

En la Tabla 8 describimos los hallazgos obtenidos sobre el consumo de la semilla de aguacate en la población objeto de estudio.

Tabla 8 Consumo de la semilla de aguacate

Respuesta	Frec. Abs.	Frec. Abs.	Acum.	Frec. Rel.	Frec. Acum. Rel.
SI	73	73		19,01%	19,01%
NO	311	384		80,99%	100%
	384			100,00%	

Se determina que 8 de cada 10 personas no han consumido la semilla del aguacate, y entre los encuestados se generaba una gran expectativa al comentarle acerca de los beneficios que esta semilla aporta al organismo.

Tabla 9 Consumiría un té helado a base de la semilla de aguacate endulzado con estevia

Respuesta	Frec. Abs.	Frec. Abs.	Acum.	Frec. Rel.	Frec. Acum. Rel.
SI	337	337		87,76%	87,76%
NO	47	384		12,24%	100,00%
	384			100,00%	

Se determinará que 9 de cada 10 personas estarían dispuestos a consumir el té helado a base de semilla de aguacate; porque brinda cualidades importantes para mejorar la salud. Con esta pregunta se puede determinar la aceptación que tendría un producto con los beneficios de las semillas del aguacate.

Tabla 10 Lugar de venta del producto

Respuesta	Frec. Abs.	Frec. Abs.	Acum. Frec. Rel.	Frec. Rel.	Acum.
NO CONTESTO	13	13	3,39%	3.39%	
TIENDAS	157	170	40,89%	44,28%	
SUPERMERCADOS	51	221	13,28%	57,56%	
MINI MARKET	40	261	10,42%	67,98%	
OTROS	16	277	4,17%	72,15%	
OPCIÓN MULTIPLE	107	384	27,86%	100,00%	
	384		100,00%		

En base a los resultados se determinó que 4 de cada 10 personas preferirán adquirir el producto por el canal tradicional, tiendas de barrio. Aunque también se denota que preferirían encontrarlo en múltiples canales por lo cual facilitaría a los demandantes el acceso a adquirir el producto.

Tabla 11 Té helado de 400ml

Respuesta	Frec. Abs.	Frec. Acum. Abs.	Frec. Rel.	Frec. Rel.	Acum.
SI	331	331	86,20%	86,20%	
NO	53	384	13,80%	100,00%	
	384		100,00%		

Con los resultados se determinó que 9 de cada 10 personas estarían dispuestos a comprar el té helado a base de semilla de aguacate en una presentación de 400 ml; porque la consideran como una medida exacta y contenido justo para el consumo de los posibles demandantes.

Se determinará según data la encuesta de mercado los días 16 al 20 de Diciembre del 2017, en la parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil, que el producto té helado de semilla de aguacate podrá tener una buena acogida puesto que el target en mención con edades entre 30 y 60 años de edad conformado por personas con un criterio formado y bases muy arraigadas en el uso de medicina natural, despunta con números a favor de los intereses del producto.

En la cual si bien es cierto el Público en su mayoría efectivamente consume el té lo prefiere tomar caliente por ello debemos trabajar con una publicidad ofensiva para ganar el 33% de personas que no lo consumen con mucha frecuencia.

Otro aspecto relevante que aparece en el presente estudio de mercado, será el desconocimiento de los beneficios que aporta la semilla del aguacate; luego de lo conversado con el target encuestado este se sorprendía al comprender que de la fruta solo estaban aprovechando el 30% ya que según trabajos de investigación se determinó que el 70% de los beneficios se concentran en la semilla del aguacate.

Después de lo conversado con los encuestados ellos se inclinaron por la opción de probar el producto; comentaron que estarían dispuestos a pagar el valor de un dólar por la presentación de 400ml. Del té helado a base de semilla de aguacate con estevia.

En conclusión se refleja según data en la encuesta que el producto podrá obtener una buena acogida si plantea una buena campaña publicitaria donde se resaltarán los beneficios del té helado a base de semilla de aguacate con estevia.

4.2. GRUPO FOCALIZADO

PRUEBA DE PRODUCTO			
1.- INFUSIÓN SEMILLA DE AGUACATE Y ESTEVIA			
	SABOR	COLOR	OLOR
1	El sabor es muy importante en su producto más que todo con un plus que está en boga en la que se refiere a la medicina	Muy bien, el tono del color no tiene referencia a la línea del producto (té de aguacate)	El sentido de olfato se atrae al consumidor está excelente
2	Simple, sabor a azúcar morena con agua o estevia con agua. Demasiado dulce	No es agradable a la vista, pero con un empaque que lo cubra, puede pasar	No tiene ningún olor, lo cual dificulta despertar sensaciones
3	Tiene un sabor dulce, pero no se siente el sabor a té, sino más bien como agua de boldo al final te deja una sensación un poco empalagosa	Color marrón que da la sensación de bebida energizante, mas no de té	No tiene olor, pero se recomienda que tenga un leve olor a algo
4	Agua edulcorada	Aceptable	No tiene
5	Sabor un poco amargo (agua de lluvia)	Color característico del té (favorable)	No tiene olor
6	Un poco insípido al final de tomar el té	Buen color agradable	Simple como un té, podrían usar un olor agradable
7	Sabor a té de boldo, no se siente el sabor de lo que indica el producto. Te deja una sensación insípida	El color es agradable	No tiene ningún olor, necesita un aroma atractivo
8	Muy dulce y poco agradable, sabor a hierbas	Atractivo	No tiene olor, debería tener un olor agradable
9	Falta un poco de sabor y tal vez que no sea tan dulce, solo agua de azucarada	El color está bien	No huele
10	No es agradable se me dificulta tomarlo (agua azucarada)	Adecuado para el producto (naturaleza y salud)	No tiene olor
11	Sabe a agua azucarada	De acuerdo con el color	No tiene olor
12	Carece de sabor, simple	Muy pálido	No contiene aroma
13	Necesita más sabor, el dulce está bien	Está bien, aunque se puede pigmentar un poco más	Falta más aroma a té y aguacate
14	Su sabor debe ser más, aunque contiene mucha azúcar	Color muy agresivo, sugiere rebajarlo	El olor es muy penetrante, debe ser de menos concentración
15	Muy dulce necesita un poco más de sal para nivelarse	El color está muy bien, no es tan transparente	

2.- TÉ VERDE CON SEMILLA DE AGUACATE ENDULZADO CON STEVIA			
	SABOR	COLOR	OLOR
1	No tan agradable porque no tenía mucha estevia, es mi percepción para variar los gustos	Es relevante por el tono del té	No tan agradable porque se siente el extracto del aguacate y su componente
2	Tiene sabor a romero o monte y no da una buena sensación al probarlo, le falta un poco más de consistencia. Tiene mucho sabor a monte	Tiene el mismo color que la infusión, creo que podría funcionar	Huele a romero o monte. No es un olor que quiera volver a percibir.
3	Sabe a agua de manzanilla sin azúcar y como no tiene un sabor dulce solo lo tomarían personas de 50 a 70 años	Color es un poco más claro un poco más pálido, lo que lo hace más agradable a la vista	Tiene un leve olor a té verde, lo cual no está mal
4	Herbal sin dulce	Bueno	Herbal
5	Sabor simple a agua de manzanilla sin azúcar	Color característico del té (favorable)	Ligero olor a estevia
6	No tiene buen sabor (amargo y simple)	Color agradable	Un poco agradable, pero debería de tener valor agregado
7	Tiene un sabor no tan agradable, está totalmente insípida, mejorarlo con un poco más de stevia	El color demasiado pálido	El olor no es nada bueno, huele a demasiadas hierbas
8	Por el sabor un poco más amargo por el té verde, debería dirigirse a público a partir de 50 años, te deja un sabor amargo	Buen color	Olor a té verde un poco amargo
9	Falta más sabor y que sea más concentrado	El olor podría ser un poco más fuerte u oscuro	huele a hierbas, pero no aguacate
10	No tiene sabor es como un té de cualquier marca no me lo tomé todo	Se mantiene	A hierbas
11	Sabe a hierba, predomina el té verde, es un agua aromática sin azúcar	Me parece bien el color	Debería tener un aroma para que provoque probarlo
12	Agua aromática sin azúcar	Buen color	Huele a hierbaluisa
13	No me gustó, es romero el sabor es igual	Más fuerte debe ser	Huele a romero no es agradable
14	Sabor identifica al producto, debe ser menos notorio	Buen color	Su olor es agradable, sin embargo, al target que se dirige debe contener un olor que se pueda identificar el producto
15	No me gustó	no tiene buen color	

3.- TÉ VERDE CON SEMILLA DE AGUACATE Y LIMÓN ENDULZADO CON STEVIA			
	SABOR	COLOR	OLOR
1	El sabor excelente por su fusión de té, limón y estevia	Es pésimo porque tiene limón	Pasable
2	Tiene mucho mejor sabor como a limón. Tiene buena cantidad de estevia	Es mucho mejor, es más agradable a la vista	El olor a cítrico es más agradable y genera mejor recordación y sensaciones para el consumidor
3	El sabor es mayormente de limón, no es malo, pero si es de aguacate con algo más, no se percibe el aguacate por ningún lado	Es un color amarillento pálido que no es desagradable y lo hace bastante atractivo	Tiene un olor a limón que si es buena
4	Cítrico edulcorado	Bueno	Cítrico
5	Limón	Color característico del té de limón	Limón
6	Ben sabor con el cual puede agradar al público	Buen color para vender al mercado	Buen sabor a limón se lo siente
7	Tiene un sabor agradable, el cítrico que le da el limón queda en el paladar		Muy buen aroma
8	Es el mejor, pero le quitaría un poco de cítrico	Buen color	olor agradable
9	Es agradable, agregaría un poco más ácido y quitaría azúcar	El color es agradable	Huele a limón
10	Le falta un toque de menta, me gusta	Me gusta (naturaleza-salud-vida)	Limón, hierbas, falta el toque de menta
11	Sabe bien, me gusta el sabor no es perceptible el aguacate, no se deberían basar en estos, más bien lo deberían tomar como un plus	De acuerdo con el color	Cítrico es agradable el olor, provoca probarlo
12	Mejora el sabor, tercera opción el indicado	Tiene buen color	Olor cítrico perfecto
13	Me gusta, sabe a limón, dulce está bien, un poco cítrico es bueno	Color mejor	Me gusta
14	Tiene un sabor agradable, poco debería contener menos azúcar		buen olor, falta más concentración
15			Buen color

Los parámetros de elección fueron:

Sabor, Color y Olor:

OPCIÓN 1: Infusión de semilla de aguacate endulzado con estevia

OPCIÓN 2: Té de semilla de aguacate endulzado con estevia

OPCIÓN 3: Té de semilla de aguacate endulzado con estevia sabor a limón

Quedando como resultado que 2 de cada 3 integrantes del Grupo focalizado les agradó la tercera opción ya que para los integrantes su sabor es agradable, con un toque de limón le da un color característico de un té helado y su olor cítrico.

5. CONCLUSIONES

La utilización de la semilla de aguacate que hasta este momento no es utilizada además de abono a otros cultivos o para la resiembra de árboles en el caso de pérdidas de cultivos por factores climáticos y naturales, será aprovechada en la elaboración de un producto terminado que beneficia a la salud de las personas contribuyendo con el desarrollo de productos nacionales con materia prima nacional.

La elaboración de productos terminados en el Ecuador es fundamental en el desarrollo de la economía ya que debemos dejar de ser un país productos de materia prima para convertirnos en productor de terminados que podamos comercializar dentro y fuera de las fronteras nacionales.

Las propiedades nutricionales de la semilla de aguacate basadas en los estudios previos demuestran que es totalmente factible la elaboración de un producto de origen natural y con materia prima de fuentes renovables contribuyendo a la preservación del medio ambiente, junto con el crecimiento del cuidado personal por parte de la población y el desarrollo de nuevas culturas que consumen productos vegetarianos y veganos permite un futuro prometedor en el crecimiento de la venta de este producto de origen nacional.

Finalmente, los resultados obtenidos en la encuesta y en los grupos focalizados en el presente documento evidencian la factibilidad hacia el desarrollo de este tipo de producto con una fuerte tendencia hacia los gustos y preferencias de los potenciales consumidores objeto de esta investigación.

6. RECOMENDACIONES

La semilla de aguacate que solemos desechar a menudo contiene mucha más propiedades medicinales que la misma fruta lo cual en muchas ocasiones se desconoce, por lo que se vuelve imprescindible el desarrollo de nuevas investigaciones y usos basado en los beneficios que proporciona la semilla de este fruto que es cultivado en el Ecuador.

Consideramos que se debe seguir desarrollando la agroindustria ecuatoriana en beneficio directo de su población y con carácter para exportar productos basados en materia prima de calidad cultivada en nuestros suelos utilizando recursos sustentables y renovables que contribuyen a la generación de más empleo y emprendimiento nacional.

La propuesta de un té helado a base de esta semilla de aguacate surge al observar el incremento de personas enfermas de diabetes y problemas cardiacos, cuyos familiares que están sanos optan por no consumir productos con muchos químicos y además con grandes cantidades de azúcares. Por esta razón se ha generado nuevas oportunidades en el mercado del té frío embotellado, ya que este producto es considerado menos dañino que cualquier tipo de gaseosa. Ésta semilla también puede ser consumida rallándola y agregando una pequeña cantidad en las comidas diarias tales como sopas, ensaladas y bebidas, incluso se la utiliza como mascarillas mezclándola con limón para el tratamiento de piel.

El consumo de esta semilla es un coadyuvante en el tratamiento de tiroides, te protege contra la formación de placa arterial, dando vitalidad a tu corazón permitiendo una mejor irrigación sanguínea sobre las arterias, por sus altos benéficos tiene un gran potencial para ser utilizados en el desarrollo de nuevos productos que beneficien en la salud.

BIBLIOGRAFÍA

- Barojas, A. (2012). *Redalyc.org*. Obtenido de Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud: <http://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
- Comercio, D. E. (29 de Enero de 2011). El aguacate tiene diferentes formas y sabores. *El aguacate tiene diferentes formas y sabores*, pág. 1.
- Facultad de Ciencias Agropecuarias, U. n. (2014). Estudio de la estevia como edulcorante natural y su uso en beneficio de la salud. *SCIENTIA AGROPECUARIA*, 7.
- INEC. (1 de Septiembre de 2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- INIAP, I. N. (2014). *Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias INIAP*. Recuperado el 24 de JULIO de 2018, de Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias INIAP: <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mfruti/raguacate>
- Morillas, A. (2013). *Universidad de Málaga UMA.ES*. Obtenido de MUESTREO EN POBLACIONES FINITAS: <http://webpersonal.uma.es/~morillas/muestreo.pdf>
- Productor, E. (19 de MAYO de 2015). *El Productor*. Obtenido de El Productor: <https://elproductor.com/articulos-tecnicos/articulos-tecnicos-agricolas/beneficios-de-las-semillas-de-aguacate/>
- Viteri Moya, J., Salazar Reyes, R., Medina Romo, S., & Viteri Sánchez, C. (2017). Complemento nutricional granulado a partir de la semilla de aguacate. *UNIANDES EPISTEME: REVISTA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN*, 10.