

Instituto de Educación Superior Tecnológico Público
"De las Fuerzas Armadas"



TRABAJO DE APLICACIÓN PROFESIONAL
PROSPECCIÓN DE MERCADO DE LA JUGUERÍA
“MCBUENO’S”, EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS 2024
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL TÉCNICO EN
ADMINISTRACIÓN HOTELERA

PRESENTADO POR:

BUENO MARTEL, Sulma Rocío

CABOS MUÑOZ, María Lorena

SALVADOR TORRES, Esneider

LIMA, PERÚ

2024

A Dios, quien nos permitió estudiar
esta maravillosa carrera, con salud y
en especial a nuestros padres quienes
nos apoyaron con amor paso a paso
para la realización y la culminación
de la carrera.

Agradecimientos

A lo largo de nuestra vida académica como estudiantes en esta prestigiosa institución, hemos conocido a muchas personas, algunas de ellas tienen un lugar especial en nuestros corazones, en gratitud a esas personas queremos compartir unas líneas de agradecimiento por sus enseñanzas.

Agradecemos a nuestra institución por habernos albergado estos tres años en esta casa de estudios.

A nuestros familiares más queridos como padres, abuelos y hermanos por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en este trabajo a realizar.

A nuestra jefa de carrera y docente Mg. Mónica Gómez del Prado por el apoyo brindado durante nuestro trabajo de investigación y el acompañamiento académico en estos tres años, además de las enseñanzas de vida que nos transmitió y nos servirán en un futuro como aprendizaje.

Por último y muy importante a los docentes de nuestra carrera profesional de Administración Hotelera, por habernos brindado su experiencia y dedicación como profesionales y motivarnos a superarnos y ser futuros profesionales técnicos de éxito.

.

Índice

Carátula	
Dedicatoria	
Agradecimientos	
Índice	
Índice de figuras	
Índice de tablas	
Resumen	
Introducción	
Capítulo I: Determinación del Problema	
1.1 Formulación del problema	14
1.1.1 Problema general	15
1.1.2 Problemas específicos	15
1.2 Objetivos	16
1.2.1 Objetivo general	16
1.2.2 Objetivos específicos	16
1.3 Justificación	16
1.3.1 Justificación teórica	16
1.3.2 Justificación práctica	16
1.3.3 Justificación metodológica	17
1.3.4 Justificación social	17
Capítulo II: Marco Teórico	
2.1 Estado de arte	19
2.2 Bases teóricas	21
2.2.1 Definición salud	22
2.2.2 Alimentación saludable	22
2.2.3 Estilos de vida saludable	23
2.2.4 La importancia de las frutas regionales	24
2.2.5 Descripción de las frutas, semillas y granos regionales	25
2.2.5.1 Frutas regionales	25
2.2.5.2 Semillas y granos regionales	30
2.2.6 Gestión sostenible en los emprendimientos	35

2.2.7 Significado de juguería	36
2.2.8 Actividad de la juguería	36
2.2.9 Surgimiento de las juguerías	37
2.2.10. Juguería McBueno'S	37
2.2.11 Plan de marketing	37
2.2.12 Análisis de la situación	38
2.2.13 Análisis de mercado	38
2.2.14 Análisis estratégico	39
2.2.15 Análisis foda	39
2.2.16 Objetivos	39
2.2.17 Estrategias	39
2.2.18 Marketing operativo	40
a) Producto	40
b) Precio	40
c) Plaza	40
d) Promoción	41
2.2.19 Presupuesto	41
2.2.20 Control	41
Capítulo III: Desarrollo del Trabajo	
3.1 Finalidad	44
3.2 Propósito	44
3.3 Componentes	44
3.3.1 Identificar los beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos regionales	44
3.3.2 Desarrollo de recetas innovadoras a base de jugos de frutas, semillas regionales	44
3.3.3 Plan de marketing de la juguería “McBueno'S”	45
3.4 Actividades	45
3.4.1 Actividad I: reconocimiento, valor nutricional y beneficios de las frutas	45
3.4.2 Actividad II: desarrollo de recetas innovadoras	46
3.4.3 Actividad III: elaborar un plan de marketing	46
3.5 Limitaciones	47
Capítulo IV: Resultados	
4.1 Identificar los beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos regionales	50

4.2 Desarrollo de recetas de jugos de frutas, semillas y granos regionales innovadores	60
4.3 Plan de marketing de la Juguería McBueno'S en el distrito de Los Olivos 2024	72
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	
Conclusiones	111
Recomendaciones	113
Referencias Bibliográficas	114
Apéndices	
Apéndice A: Matriz de formulación de preguntas para entrevistar a las especialistas de nutrición	120
Apéndice B: Matriz de formulación de preguntas para entrevistar a las dueñas de las juguerías	121
Apéndice C: Matriz de formulación como instrumento de encuesta	122

Índice de Figuras

Figura 1. Fruta pitahaya amarilla	26
Figura 2. Fruta sanky	27
Figura 3. Fruta lúcuma	28
Figura 4. Fruta tuna	29
Figura 5. Semilla de chía	30
Figura 6. Semilla linaza	32
Figura 7. Grano de kiwicha	33
Figura 8. Grano de cañihua	34
Figura 9. Hoja de stevia	35
Figura 10. Evolución de la actividad de servicios de bebidas periodo 2021-2023	36
Figura 11. Inicio de operaciones y evolución de juguerías	37
Figura 12. Marketing mix	38
Figura 13. Matriz foda	39
Figura 14. Plaza	41
Figura 15. Visita al mercado	52
Figura 16. Foto de la entrevista con la Lic. Yazmín Huerta Figueroa	54
Figura 17. Entrevista con la Mg. Norma Pariona Ayllón	56
Figura 18. Entrevista con la Br. Sonia Riofrio Correa	57
Figura 19. Entrevista con la Ing. agroindustrial. Nelva Palomino Ayala	59
Figura 20. Carta de jugos de la juguería paraíso frutal	61
Figura 21. Jugo quema grasa	61
Figura 22. Degustación de la carta de jugos	62
Figura 23. Entrevista a la juguería fruty fruity	63
Figura 24. Carta de jugos de la juguería fruty fruity	63
Figura 25. Entrevista frutti meli	65
Figura 26. Entrevista Juguería jugos medicinales	66
Figura 27. Entrevista vía zoom con la nutricionista	67
Figura 28. Preparación de jugos de frutas, semillas y granos	68
Figura 29. Degustación de jugos de frutas, semillas y granos	68
Figura 30. Jugo la poderosa	69
Figura 31. Jugo la fabulosa	70

Figura 32. Jugo la maravillosa	71
Figura 33. Jugo la majestuosa	72
Figura 34. Población distrito Los Olivos	73
Figura 35. Ingresos y gastos de Lima Metropolitana 2021	76
Figura 36. Análisis FODA de la juguería McBuenos'S	78
Figura 37. Creación del volante de la juguería	79
Figura 38. Creación de afiche de la juguería.	80
Figura 39. Creación del banner publicitario	80
Figura 40. Creación del cupón de fidelización	81
Figura 41. Creación de la página web	82
Figura 42. Creación de página de facebook	82
Figura 43. Creación de página de instagram	83
Figura 44. Creación de cuenta de tiktok	83
Figura 45. Creación de whatsApp business	84
Figura 46. Posicionamiento en google my business	85
Figura 47. Nombre comercial de la juguería	85
Figura 48. Diseño del logotipo y slogan	86
Figura 49. Presentación del envase	87
Figura 50. Ubicación de la juguería McBueno's	89
Figura 51. Respuestas al valor nutricional de los jugos	90
Figura 52. Respuestas al asesoramiento nutricional	91
Figura 53. Respuestas gustos por los jugos de frutas	92
Figura 54. Respuestas gustos para endulzar el jugo de frutas	93
Figura 55. Respuestas consumo frutas, semillas y granos regionales	94
Figura 56. Respuestas consumo de jugos saludables fuera de la casa	95
Figura 57. Porcentaje edad	96
Figura 58. Porcentaje sexo	97
Figura 59. Porcentaje distrito donde vive	97
Figura 60. Porcentaje prioridad en una juguería	98
Figura 61. Porcentaje cuanto pagaría por un jugo de frutas naturales	99
Figura 62. Porcentaje lugares donde compras jugos de frutas naturales	100
Figura 63. Porcentaje horario de consumo de jugo de frutas naturales	101
Figura 64. Porcentaje redes sociales más utilizadas	102
Figura 65. Porcentaje tiempo dedicado al uso de redes sociales	103

Índice de Tablas

Tabla 1 Propiedades de la pitahaya por 100 gramos	26
Tabla 2 Propiedades del sanky por 100 gramos	27
Tabla 3 Propiedades de la lúcuma por 100 gramos	28
Tabla 4 Propiedades de la tuna por 100 gramos	29
Tabla 5 Propiedades de la chía por 100 gramos	31
Tabla 6 Propiedades de la linaza por 100 gramos	32
Tabla 7 Propiedades de la Kiwicha por 100 gramos	33
Tabla 8 Propiedades de la cañihua por 100 gramos	34
Tabla 9 Cuadro de actividad I: reconocimiento, valor nutricional y beneficios de las frutas	46
Tabla 10 Cuadro de actividad II: desarrollo de recetas innovadoras	46
Tabla 11 Cuadro de actividad III: plan de marketing, estrategias de visualización y posicionamiento	47
Tabla 12 Cuadro comparativo de las frutas	50
Tabla 13 Cuadro comparativo de las semillas y granos	51
Tabla 14 Costo de frutas, semillas y granos	52
Tabla 15 Preguntas de la entrevista a la Lic. Yazmín Esperanza Huerta Figueroa.	53
Tabla 16 Preguntas de la entrevista a la Mg. Norma Pariona Ayllón	55
Tabla 17 Preguntas de la entrevista a Br. Sonia Riofrio Correa	57
Tabla 18 Preguntas de la entrevista a la Lic. Nelva Palomino Ayala	58
Tabla 19 Preguntas y resultados de la entrevista a la juguería Paraíso Frutal	60
Tabla 20 Preguntas y resultados de la entrevista a la Juguería Fruty Fruity	62
Tabla 21 Preguntas y resultados de la entrevista a la juguería Frutti Meli	64
Tabla 22 Preguntas y resultados de la entrevista a la juguería Jugos Medicinales	65
Tabla 23 Receta de jugo la poderosa	69
Tabla 24 Receta de jugo la fabulosa	70
Tabla 25 Receta de jugo la maravillosa	71
Tabla 26 Receta de jugo la majestuosa	71
Tabla 27 Actividad en canales digitales de la competencia directa	77
Tabla 28 Cuadro con precios de los jugos de la competencia directa e indirecta	87

Tabla 29 Cuadro de precios de las 4 recetas de jugos	88
Tabla 30 Pregunta sobre el valor nutricional de los jugos de frutas.	90
Tabla 31 Pregunta sobre asesoramiento nutricional.	91
Tabla 32 Pregunta: ¿Qué jugos de frutas te gustaría consumir más?	92
Tabla 33 Pregunta: ¿Con qué le gustaría endulzar normalmente su jugo de frutas?	93
Tabla 34 Pregunta: ¿Estas interesado(a) en consumir jugos de frutas, semillas y granos regionales?	94
Tabla 35 Pregunta sobre frecuencia de consumo de jugos de frutas saludables	95
Tabla 36 Edad	96
Tabla 37 Sexo	96
Tabla 38 Distrito donde vive	97
Tabla 39 Pregunta: ¿Qué es lo que usted considera prioritario en una Juguería?	98
Tabla 40 Pregunta: ¿Cuánto pagarías por un jugo de frutas naturales?	99
Tabla 41 Pregunta: ¿Dónde compras jugos de frutas naturales?	100
Tabla 42 Pregunta: ¿En qué horario te gusta consumir jugo de frutas naturales?	101
Tabla 43 Pregunta: ¿Qué redes sociales utiliza más?	102
Tabla 44 Pregunta: ¿Cuánto tiempo le dedica al uso de sus redes sociales?	103

Resumen

El trabajo de aplicación profesional consiste en analizar la posibilidad de demanda de una juguería denominada “McBueno’S” cuyo rubro será alimentos y bebidas y que para diferenciarse de las demás, utilizará en sus recetas frutas, semillas y granos regionales, con alto valor nutritivo, que ayudarán a prevenir o mantener la salud de los consumidores que sufren de distintas dolencias como la obesidad, sobrepeso, diabetes y otros. Ofrecerá a los clientes jugos especializados de frutas como pitahaya, sanky, lúcuma y tuna, también semillas y granos regionales como chía, linaza, kiwicha y cañihua, entre otros de gran valor nutricional, por el valor que poseen y los grandes beneficios que aportan al organismo pudiendo prevenir futuras enfermedades preexistentes.

En la actualidad, los consumidores son exigentes al momento de adquirir un servicio o producto, buscan que sea rápido, sencillo, higiénico y sobre todo saludable, es por ello por lo que se tomará en cuenta todo lo considerado para la elaboración de los jugos y sus complementos.

En el Perú, se cuenta con una gran variedad de frutas, semillas y granos regionales, debido a la variedad de microclimas, por ello la visión del trabajo de aplicación profesional busca analizar la demanda de los jugos saludables para ver si la presente iniciativa es sostenible, y se puede tener satisfechos a los clientes, con jugos de acuerdo con las necesidades de salud, cumplir con las exigencias de atención al cliente, tener tiempos de entrega rápidos, tarifas de acuerdo al bolsillo, etc. además de ello contribuiremos con el cuidado del medio ambiente, usando empaques eco-amigables.

Los factores por los cuales nos diferenciamos con respecto a otras juguerías serán sobre todo por la continua innovación de las recetas, así también brindar a los consumidores una asesoría nutricional acerca de los beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos a sus necesidades de salud, a cargo de todo el personal que será capacitado.

La imagen de McBueno’S como marca será el de promover la mejora de la salud de los consumidores mediante el consumo de jugos de frutas, semillas y granos regionales, que aportara a la prevención o al mantenimiento de la salud, ya que dichas frutas, semillas y granos tienen un alto grado de valor nutricional.

Palabras claves: Consumo de alimentos, frutas regionales, recetas e innovación.

Introducción

En el Perú existen muchas juguerías, unas más reconocidas en el medio a diferencia de las demás. Sin embargo, hasta el momento hay pocas juguerías que utilizan frutas regionales poco conocidas y que brinden asesoramiento nutricional de acuerdo con las necesidades de salud de los consumidores.

Debido a los problemas de salud que tiene el consumidor moderno, nace el interés de elaborar el siguiente trabajo de aplicación profesional, cuya denominación sería Prospección demercado de la Juguería “McBueno’S”, ubicado en la Av. Carlos Izaguirre en el distrito de Los Olivos, que busca conocer si existe demanda de jugossaludables que contribuyan a mejorar la alimentación de los consumidores y optar por consumir frutas, semillas y granos que mejoren la salud y a la vez a nosotros nos genere unpuesto de trabajo que permita mejorar nuestra calidad de vida.

Este trabajo de aplicación profesional se desarrollará en 5 capítulos, que se encuentran detallados de la siguiente manera:

Capítulo 1, se determinará el problema general del trabajo de aplicación profesional, explicación de la problemática, objetivo general y objetivos específicos para poder abrir una juguería con frutas, semillas y granos regionales en el distrito de Los Olivos. El cual consta de analizar el mercado para ver si existe demanda de jugos saludables, referencia del trabajo y justificación del trabajo.

Capítulo 2, contiene información sobre antecedentes de investigaciones sobre Juguerías saludables llegando a encontrar investigaciones internacionales, nacionales. Así como las tendencias al consumo de alimentos saludables

Capítulo 3, detalla la finalidad del trabajo, el propósito, los componentes en que trabajaremos y las actividades que realizaremos para poder desarrollar el trabajo de aplicación profesional.

Capítulo 4, analizaremos los resultados de la investigación, el tamaño del mercado potencial, también se desarrollará un plan de marketing.

Capítulo 5, se detallará las conclusiones del trabajo de aplicación profesional y las recomendaciones que destacamos de dicho trabajo de investigación

Capítulo I

Determinación del Problema

1.1 Formulación del problema

Según el Atlas Mundial de Obesidad (2023), el mundo tendrá cambios importantes con relación a temas de la salud, donde se estimó que más de la mitad de los habitantes en el mundo, aproximadamente el 51 %, sufrirán de sobrepeso y obesidad, donde se calculó que más de 4 000 millones de habitantes sufran dicha enfermedad para el año 2035. Por ello, es fundamental cambiar los malos hábitos alimenticios por una alimentación saludable, que ayude a prevenir futuras enfermedades por lo cual se requiere que el cambio empiece de manera individual.

La Organización de las Naciones Unidas (2022), en su boletín de noticias informa que la obesidad es un problema de salud que sigue en aumento, cada año sigue en aumento afectando a 650 millones de adultos, 340 millones son adolescentes y 39 millones son niños. Por lo tanto, se estima que para el año 2025 aproximadamente 167 millones de personas debido al sobrepeso y obesidad padecerán problemas de salud.

El Instituto Nacional de Estadística e Información (2022) puso a disposición a la población peruana el documento Perú: Enfermedades No Transmisibles y Transmisibles que fue elaborado con la información recopilada de la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES), a personas en edades de 15 años a más entrevistando a un total de 31 917 entre mujeres y hombres. Donde se evidencia a nivel nacional que el 37.5 % de personas de 15 años a más presento sobrepeso, de la misma manera se obtuvo que el 25.6 % de personas sufre de obesidad. Así mismo, dicha investigación también informa que los peruanos de 15 años a más consumen menos de 5 porciones de frutas al día, que representa un 10.5 %, lo cual evidencia la necesidad de mayor consumo de frutas por el valor nutricional.

En este contexto del Perú, el Ministerio de Salud (2022) elaboró un Plan Nacional de Prevención y Control de Sobrepeso y Obesidad en el Contexto del COVID-19, donde brindan información, sobre el sobrepeso y obesidad donde promueven el consumo de alimentación saludable.

Actualmente, en el distrito de Los Olivos existe un centro de diabetes y obesidad, en donde se van atendiendo ya alrededor de 5000 personas, lo que indica que la problemática de sobrepeso, obesidad y diabetes va en aumento y aún son muchas las

personas que no han sido diagnosticadas. Por eso es importante tomar conciencia del cuidado que le ponemos a nuestra salud, comenzando por nuestra alimentación.

Esta información y las distintas investigaciones ayudan a validar la necesidad de una alimentación saludable que sería el objetivo de la juguería “McBueno’S”, que ayudará a prevenir las enfermedades tales como, el sobrepeso y la obesidad.

Por tal motivo surge la iniciativa, de investigar el mercado para ver si existe demanda y en un futuro crear una juguería en donde se elaboren jugos de frutas, semillas y granos regionales de alto valor nutricional, que se adapten a las exigencias y preferencias del consumidor, además de fomentar el consumo de jugos de frutas saludables, como quedó evidenciado en dichas investigaciones ya que los peruanos presentan un consumo deficiente de frutas.

La ubicación del negocio se establecería entre el cruce de la Av. Carlos Izaguirre cruce con Panamericana Norte, debido a que en el distrito de Los Olivos se encuentra pocos negocios con las características propias que tendrá la juguería McBueno’S. Por otro lado, existe como competencia una gran diversidad de restaurantes de comida chatarra o comúnmente llamada comida rápida.

El mercado “Mayorista Unicachi” sería el principal abastecedor de frutas, semillas y granos de la juguería McBueno’S, por la cercanía.

1.1.1 Problema general.

¿De qué manera una prospección de mercado ayudará a la juguería McBueno’S en el distrito de Los Olivos 2024?

1.1.2 Problemas específicos.

¿Qué beneficios aportaría el consumo de frutas y productos regionales que se utilizarán en la Juguería McBueno’S en el distrito de Los Olivos?

¿Cómo desarrollar recetas innovadoras a base de frutas y productos regionales en la Juguería McBueno’S en el distrito de Los Olivos?

¿Cómo elaborar un plan de marketing para la juguería McBueno’S en el distrito de Los Olivos?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Desarrollar una prospección de mercado para la juguería “McBueno’S”, en el distrito de Los Olivos 2024.

1.2.2 Objetivos específicos.

Identificar los beneficios que aportarán las frutas y productos regionales que se utilizarán en la juguería “McBueno’S”, en el distrito de Los Olivos.

Desarrollar recetas innovadoras de jugos a base de frutas y productos regionales en la juguería “McBueno’S”, en el distrito de Los Olivos.

Elaborar un plan de marketing para definir posibles estrategias para la juguería “McBueno’S”, en el distrito de Los Olivos.

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

La indagación describe y explica conocimientos científicos, por lo cual consideramos desarrollar nuevas recetas de jugos de frutas, semillas y granos para la mejora de la salud de los consumidores actualmente en el Perú, las cifras de personas que sufre de sobrepeso cada año van en aumento. Por lo cual, el MINSA no ajeno a este problema de salud pública desarrollaron en conjunto una Guía de Alimentación para la Población Peruana, donde promueven los buenos hábitos de alimentación y estilos de vida para vivir una vida plena sin enfermedades (Lázaro y Domínguez, 2019).

1.3.2 Justificación práctica

El estudio permitirá la aplicación de las nuevas recetas con conocimientos relacionados a la alimentación saludable debido a la existente necesidad de los consumidores de llevar un mejor estilo de vida saludable, dado que en el país existen muchos alimentos procesados que dañan a la salud porque tienen en su composición muchos químicos que afectan la salud. De acuerdo con la existente problemática el Gobierno Peruano promulgó la Ley N° 31315 “Ley de Seguridad Alimentaria y Nutricional” (Diario el Peruano, 2021) que promueve el consumo de alimentación saludable a la población peruana.

1.3.3 Justificación metodológica

La investigación para el desarrollo de la juguería “McBueno’S”, utilizará la técnica de encuesta mediante la aplicación de un cuestionario para conocer gustos y preferencias de los potenciales consumidores, así mismo utilizaremos la técnica de entrevista para conocer sobre los beneficios de las frutas y las combinaciones más saludables. Además, entrevistaremos a la competencia directa dichos datos recopilados serán de importancia relevante para obtener conocimiento a nivel general y específico de las necesidades, preferencias, actitudes y motivaciones, así como semillas y granos de mayor demanda.

Las encuestas se llevarán a cabo en la zona señalada del distrito de Los Olivos - Av. Carlos Izaguirre cruce con Panamericana norte dirigida a un público objetivo, que son los consumidores de otras juguerías. Referente a ello. Chasteauneuf (2009) define a un cuestionario como un instrumento para recolectar datos y obtener información de una o varias variables.

1.3.4 Justificación social

La indagación permitirá establecer relaciones sociales, culturales, nacionales y regionales que brindará alianzas estrategias con productores y comercializadores para obtener las frutas, semillas y granos regionales de calidad. Además, es importante contribuir con la preservación del medio ambiente, por ello se tendrá un buen aprovechamiento de los desperdicios. López (2020) comentó en la revista de *The Food Tech* que los antropólogos estudian al ser humano y la relación que tiene la alimentación con la cultura a través de métodos cuantitativos. Así como la investigación etnográfica que ayuda obtener datos cualitativos, estos enfoques ayudan a obtener conocimiento acerca de la nutrición, hábitos, sistemas, política y seguridad alimentaria y las relaciones que tienen con el hombre.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Estado de arte

En el presente trabajo, se indagó investigaciones como antecedentes de juguerías internacionales y nacionales con la finalidad de reunir datos para tener un sustento al momento de presentar el trabajo de aplicación profesional Juguería McBueno'S en el distrito de Los Olivos 2024.

Investigaciones internacionales

Ospina (2022) en su investigación denominada *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de pulpa de frutas y batidos JK Batifrut S.A.S. en el Barrio Floralia de la Comuna 6 de la Ciudad de Santiago de Cali*, tuvo como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de jugos de frutas y batidos, la metodología que utilizó fue la investigación mixta debido a que se quería obtener una información más completa con el fin de ver si es viable la propuesta, por lo cual se llegó a la conclusión que la creación de la empresa JK Batifrut S.A.S si es factible basado en los resultados obtenidos de la TIR que es del 74% siendo un porcentaje positivo a partir del tercer año y obtener ganancias.

Machado (2022) en su investigación titulada *Plan de Negocios para una Cadena de Smoothie Bar en Santiago de Chile*, tuvo como objetivo desarrollar un plan de negocios para una cadena de smoothie bar cuyo motivo primordial es convertirse en un opción saludable, nutritiva y accesible. La metodología que se realizó es Lear-Startup se basa en fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para los consumidores, cuyo trabajo de investigación concluyó que el modelo de negocio es viable a partir del mes 15 de funcionamiento del primer punto de venta, ya que se obtendrán utilidades en un horizonte de seis 6 años, donde se proyecta un ingreso de 42.5 millones de pesos.

López & Martínez (2020) realizaron una investigación titulada *Proyecto de empresa para una productora de batidos naturales en la ciudad de Ibagué*, su objetivo fue realizar un estudio de factibilidad para una empresa productora y comercializadora de jugos saludables en la ciudad de Ibagué, la metodología es de tipo descriptiva para obtener información de las características y comportamientos de la población se realizaron encuestas y entrevistas, dando por conclusión el presente trabajo de investigación que los jugos saludables ocupan un lugar importante en el sector de las bebidas no alcohólicas, además la

producción de proyecto a 5 años calculada en base a la población y se obtendrán utilidades a partir del primer año demostrando que este proyecto si es viable.

Zuleta, et al., (2020) realizaron una investigación titulada *Estudio de viabilidad de fabricación y comercialización de productos saludables a base de frutas exóticas*, su objetivo fue el estudio de viabilidad de fabricación y comercialización de productos saludables a base de frutas exóticas en el Municipio de Itagüí, con el fin de brindar a la población de dicho municipio una opción saludable que ayude a obtener beneficios para su salud, la metodología que se empleó para la investigación fue mixta ya que necesitaba recolectar información cuantitativa y cualitativa a través de encuestas, se concluyó que el estudio de viabilidad del proyecto obtuvo un buen nivel de aceptación del producto saludable 92.3%.

Zabala, et al., (2019) realizaron una investigación titulada *Plan de negocios para la creación de una franquicia de elaboración y comercialización de smoothie en la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo principal la elaboración de un esquema de negociación, franquicia y comercialización de smoothie en la ciudad de Guayaquil. Su metodología de investigación fue descriptiva con un enfoque mixto; la parte cualitativa, está relacionada con el análisis de entrevistas y en el enfoque cuantitativo se realizaron encuestas. Concluyó que el plan de negocio se caracteriza por ser un tema factible y rentable, se descubrió que el principal motivo de consumo es la curiosidad que causa su sabor y mezclas de frutas para el sector la alborada en la ciudad de Guayaquil.

Investigaciones nacionales

Fajardo et al., (2022) su investigación titulada *Propuesta para Fomentar el Consumo de Jugos de Frutas hacia una Alimentación Saludable y Práctica*, tuvo como objetivo conseguir eficiencia de tiempo y practicidad en la preparación de jugos de frutas brindándole información nutricional sustentada a los clientes, el desarrollo de la metodología fue el desing thinking, la cual plantea que en la actualidad es la era del conocimiento en innovación, dicha herramienta se centra en la experiencia del cliente comprendiendo sus necesidades y emociones. Se concluye desde la viabilidad de la propuesta es aceptada por los consumidores y están dispuestos a pagar por el producto y servicio.

Espinoza (2021) en su investigación denominada *Plan de Negocio Cadena de Juguería al paso (formato de barra)*, ubicado en tres puntos de venta Estación Central,

Carnaval y Moreira, y por último Angamos. Para optar por el grado de maestro en Administración de Empresas en Lima, Perú. Tuvo como objetivo principal buscar determinar la viabilidad de un negocio de comercialización de jugos saludables, la metodología que se aplicó es el modelo de Business Model Canvas. Donde, se concluyó la viabilidad en base a los resultados positivos de los estudios realizados del VAN 185,897.03 y el TIR DE 85%.

Ayala, et al., (2020) en su investigación denominada *Formulación de un plan de negocios para una juguería temática-ecológica en la ciudad de Tacna, 2020* el objetivo principal fue formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica financiera de la creación de una juguería temática-ecológica, la metodología que se utilizó fue Desing Thinking, la conclusión que se obtuvo de dicha investigación de la juguería temática es que financieramente viable debido a los datos rentables que se demuestra en el Valor Actual Neto fue de S/. 71,895.69 y el TIR de 42.73 %.

Man (2019) la investigación titulada *Propuesta de un perfil de identidad corporativa para mejorar la imagen corporativa de juguería amaro en la ciudad de Chiclayo* donde el objetivo principal fue diseñar una propuesta de un perfil de identidad corporativa para la juguería, la metodología que se desarrollo fue descriptiva -propositiva para demostrar hechos y características de las personas, donde se concluyó de acuerdo con los resultados de las entrevistas que el punto más bajo en valoración fue la infraestructura, pero para el público aun así tiene mejor aceptación debido a su buena y personalización a atención, sobre todo por la calidad de sus productos y esto sirvió para elaborar el perfil de identidad de la juguería amaro.

Valdez (2019) en su investigación *Implementación de una Juguería de Frutas Exóticas en el Centro Comercial Plaza Norte*, el objetivo fue evaluar la viabilidad del negocio de comercialización de jugos de frutas exóticas. La metodología que se realizó fue cuantitativa de la cual se obtuvo información a través de encuestas y se concluyó, que el negocio es rentable y viable ya que el TIR es 56.29% y la VAN asciende a S/103, 155.66.

2.2 Bases teóricas

A continuación, se presenta investigaciones de los temas de intereses para desarrollar el trabajo de aplicación profesional como son:

2.2.1. Definición salud

Según indicó, la OMS (1948) la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no meramente la ausencia de afecciones o enfermedades. La cita procede del preámbulo de la Constitución de la OMS y fue adoptada por la conferencia sanitaria internacional, entrando en vigencia el 7 abril de 1948, la cual actualmente no fue modificada desde ese año.

Toledo (2021) comentó para el Diario Peru21: “La salud es el principal motivo del cambio de hábitos de alimentación en las personas. Por lo cual, al momento de adquirir sus alimentos, buscan que los restaurantes ofrezcan productos saludables y frescos en su carta, y que informen el valor nutricional de los alimentos”.

2.2.2 Alimentación saludable

Verástegui (2022) señaló en el Seminario Científico Internacional “Alimentos y Bebidas ultra procesados” evento organizado por el (CENAN), que sin dudas el factor más importante del sistema alimentario, tiene que ver con el comportamiento de los consumidores, como también con sus hábitos, los aspectos culturales y valores, estos son quienes toman la decisión final de lo que van a consumir. Un consumidor bien informado va a tomar mejores decisiones, por eso es importante seguir fortaleciendo mensajes que promuevan una alimentación saludable.

Debido a ello el MINSA, a beneficio de la población creó el manual de advertencias publicitarias mediante Decreto Supremo N° 012-2018-SA, en el marco de lo establecido en la Ley N° 30021, “Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y adolescente”, publicado en el Diario el Peruano (2018). En ella se establece la protección al derecho de la salud y desarrollo de las personas, por lo cual se aprobó los alineamientos sobre los alimentos procesados a través de los octágonos que brindarán información más rápida del contenido de los productos y que va a ayudar al consumidor a tomar conciencia al momento de consumir un producto.

El mismo Decreto Supremo N° 012-2018-SA, define como Alimentos Naturales aquellos que se conservan en su estado natural y que no fueron intervenidos a alteraciones químicas desde el momento que fueron extraídos de la naturaleza hasta el momento de ser preparados para su consumo. A diferencia de los alimentos procesados que dañan a la salud por su alto contenido de químicos.

La alimentación saludable, proporciona los nutrientes que necesita el cuerpo, ayudando al correcto funcionamiento del organismo, evitando así futuras enfermedades crónicas. Para ello, será importante el consumo de frutas, como de otros alimentos que tengan alto valor nutritivo.

Un estudio de Taste Tomorrow 2021 de Puratos, señaló que el consumo de productos saludables en la actualidad es muy importante para los peruanos, siendo así el Perú en ocupar el tercer lugar en Latinoamérica en su búsqueda de productos bajos en grasas y calorías.

De acuerdo con lo que indicó Garzón (2020), “Existe una aprobación de parte de la población por llevar una alimentación saludable y de la importancia que tiene en su vida”. Motivo que a la hora de adquirir sus alimentos y bebidas buscan que estos contengan información acerca del origen de los componentes y que sean mínimamente procesados, inclusive prevaleciendo más por encima del sabor y adquisición económica.

La Asociación de Exportadores del Perú (ADEX) a través de su nota de prensa llamada Adex: Perú fue el proveedor mundial N° 9 de frutas en el 2021, dio a conocer sobre la alimentación de calidad de productos frescos y orgánicos que ayudan a la salud. Como fuente de análisis del tema de tendencias de consumo y proyecciones citó a la Encuesta de Consumidores de Innova (2020), la cual informó que a nivel mundial 6 de cada 10 consumidores buscan cada vez más alimentos y bebidas que cuiden su salud inmunológica. Además, respecto al año anterior 2019 enfatizaron que 1 de cada 3 se preocupó más de su salud inmunológica.

2.2.3 Estilos de vida saludable

Rodríguez (2019) explicó el estilo de vida saludable es la integración de conductas diarias para preservar el cuerpo y la mente en un excelente estado de salud, preocupándose un mantener una alimentación equilibrada, tener actividad física regularmente, además de encontrarle sentido a la vida, tener amor propio y mantener buenas relaciones interpersonales.

Saco (2019) enfatizó que practicar algunos estilos de vida saludable ayudan preservar organismo más fuerte y evitar futuras enfermedades, el experto recomendó aumentar el consumo de frutas. Por lo cual, el MINSA sugiere a la población cultivar por lo menos cuatro

hábitos saludables como lo son: realizar deporte, una buena alimentación, reducir el consumo de alcohol y disminuir el consumo del cigarro.

2.2.4 La importancia de las frutas regionales

La OMS (2018) recomienda que para poder llevar dieta saludable debemos consumir bajo en azúcar, grasas y sodio entre otros. Al contrario, se debe aumentar el consumo de frutas aproximadamente 400 a más gramos para mejorar la salud inmunológica y mental, reduciendo el riesgo de contraer enfermedades no transmisibles”. La Asamblea Nacional de las Naciones Unidas, declaró el 2021 como el “Año Internacional de las Frutas y Verduras” con el objetivo de incentivar el consumo de frutas y verduras, valorando los beneficios nutricionales que brinda a la salud. El consumo de frutas, como lo menciona la OMS contribuye a la mejora alimentaria y sanitaria, también provee a los agricultores una mejor calidad de vida ya que al consumirlas les estamos generando trabajo para que puedan salir adelante y tengan ganancias en sus producciones y sigan invirtiendo, como también al crecimiento económico del país.

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), mediante Resolución Ministerial N° 028-2017- MINAGRI, expuso en conocimiento a la población peruana que los días 24 al 30 de abril se celebrará la “Semana Nacional de las Frutas y Verduras”. MIDAGRI, (2022) las frutas registraron el 35.8 % del valor bruto de la producción agrícola, superando a las cifras del año anterior. Cabe recalcar que, en el Perú, se ha generado un crecimiento en el consumo de frutas, dado que los consumidores se preocupan por llevar a sus hogares alimentos saludables que aporten nutrientes.

A raíz de esta necesidad de los peruanos en la búsqueda de alimentos ricos en valor nutricional, es importante brindar información de los beneficios de las frutas que hay en el Perú, gracias a su megadiversidad que ofrece una variedad de microclimas que hacen de las frutas fuentes de vitaminas, minerales, calcio, fósforo, hierro, fibra entre otras propiedades que nos aporta beneficios a la mejora de la salud y reducción de posibles enfermedades en un futuro. Pumasunco (2021), informó que el país se ubicó en el puesto N° 9 del ranking de proveedores mundiales de frutas en el año 2021, debido que el estado de emergencia sanitaria COVID-19, que atravesó el Perú influyó en los consumidores a priorizar más su alimentación a la hora de adquirir un producto.

En un estudio que realizó a 500 varones y mujeres naturales de Lima metropolitana, entre las edades de 15 a 65 años. Las personas perciben que una alimentación saludable es consumir frutas 34%, verduras 49% y evitar comidas dañinas para la salud. Como también, se perciben que un estilo de vida saludable es una adecuada alimentación 88% y actividad física 32% (IPSOS 2019).

2.2.5 Descripción de las frutas, semillas y granos regionales

Los valores nutricionales de las frutas regionales que se utilizarán tienen gran beneficio para la salud física y mental de las personas.

2.2.5.1 Frutas regionales.

Palacios y Filio (2019), en su libro titulado *frutoterapia*. “Poder Nutritivo y Medicinal de las Frutas”, donde concluyen que las frutas son el mejor alimento y medicamento para el ser humano, debido a que contienen todo lo necesario que nuestro organismo necesita como: agua, sales minerales, enzimas, vitaminas, proteínas, celulosa, ácidos orgánicos, grasas entre otros componentes químicos que sirven para preservar una buena salud.

En ese sentido, los autores fundamentan que dichos elementos fitoquímicos, son principales activos que tiene acción farmacológica, siendo mejor cualquier medicamento de laboratorio que previenen y corrigen el mal funcionamiento energizan al cuerpo y curan.

Como mencionó, Brack en el portal de MIDAGRI en el Perú existen muchas frutas desconocidas en el mundo e incluso para el hombre. Por ello, a través de este trabajo de investigación, se busca dar a conocer las frutas nativas como son la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna. A continuación, se describe la ubicación, características, propiedades de las frutas, semillas y granos regionales que se utilizará en la juguería “McBueno’S”.

Pitahaya: Es una fruta que se encuentra en el Perú, crece en regiones de la selva peruana como Amazonas y San Martín, asimismo fue introducida en las zonas de Piura, Chanchamayo, Junín. La pitahaya o fruta del dragón, su forma es ovoide, su piel es escamosa, a su nacimiento es de color verde luego se torna en color amarillo o rojo según la especie a cultivar, también posee un aroma exquisito y buen sabor, entre sus propiedades que destacan las calorías, agua, proteínas, grasas, carbohidratos, fibra, calcio, fósforo, hierro, vitamina A, tiamina, riboflavina, niacina y ácido ascórbico (Verona et al., 2020).

Figura 1
Fruta pitahaya amarilla



Nota. Adaptado del trabajo de investigación de la pitahaya por A. Verona-Ruiz et al, (2020), de la Revista Scientia agropecuaria.

Valor nutricional de la pitahaya:

Tabla 1
Propiedades de la pitahaya por 100 gramos.

Propiedades de la Pitahaya	Porcentaje de composición
Ácido palmítico	11.52 %
Acido esteárico	4.29 %
Ácido oleico	11.09 %
Ácido vaccénico	3.08 %
Ácido linoleico	69.98 %
Agua	84.40 %
Proteína	1.4 g
Fibra	0.5 g
Vitamina C	8 mg

Sanky: Fruto de origen andino se desarrolla primordialmente, en las alturas de las regiones Ayacucho, Arequipa, Huancavelica y Tacna. Las características de este fruto son parecidas a la tuna, es redonda, sus espinas son pequeñas y delgadas, posee propiedades curativas es un antioxidante natural muy poderoso, contiene minerales, calcio y fósforo, es un nutriente esencial en vitamina C, protege del cáncer y lo ayudará a controlar la diabetes,

las gomas de su pulpa eliminan el estreñimiento y sus demás componentes activos depuran el hígado (Agencia Peruana de Noticias Agraria, 2020).

Figura 2
Fruta sanky



Nota. Adaptada de la agencia peruana de noticias andina por M. Fernández (2021).

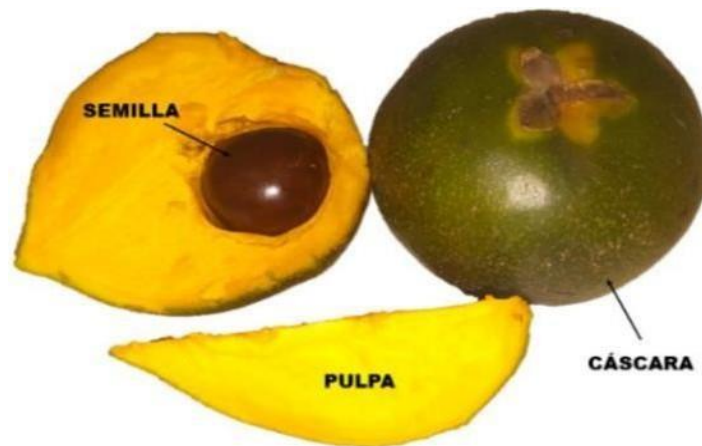
Valor nutricional del sanky:

Tabla 2
Propiedades del sanky por 100 gramos

Propiedades del Sanky	Porcentaje de Composición
Humedad	95.2 %
Proteínas	1.3 %
Fibra	0.9 %
Carbohidratos	3.1 %
Caloría (Kcal)	17.6 %
Grasa	0.0 %
Vitamina C	57.1 mg/100 g

Lúcuma: Es una fruta de procedencia andina, actualmente su mayor concentración destaca en las regiones de Ayacucho, Cajamarca, Ancash, Moquegua y Lima. Tiene un exquisito sabor, su textura es harinosa, su pulpa es suave y tiene un aroma agradable, de color amarillo o naranjado. Dentro de sus propiedades de gran valor nutricional, como carotenos, niacina, compuestos fenólicos, fitoesteroles, fibra, vitamina, potasio, caroteno, hierro, minerales, carbohidratos, niacina que ayuda a la reducción del colesterol malo, betacaroteno que refuerza las defensas y ayuda a proteger el organismo, además contribuye a la concentración de la glucosa en la sangre (Maza y Paucar 2020).

Figura 3
Fruta lúcuma



Nota. Adaptada del trabajo de investigación de la lúcuma por R. Maza De la Quintana y L. Paucar Menacho (2020), de la Revista Scientia agropecuaria.

Valor nutricional de la lúcuma:

Tabla 3
Propiedades de la lúcuma por 100 gramos

Propiedades de Lúcuma	Porcentaje de composición
Agua	1.5 g
Valor energético	99 cal
Proteínas	1.5 g
Fibra	1.3 g
Calcio	16 mg
Caroteno	2.3 g
Fósforo	26 mg
Hierro	0.4 mg
Niacina	1.96 mg

Tuna: Este fruto es principalmente producido en las regiones de Ayacucho, Huancavelica y Cusco. Tiene forma de trompo, pero también puede variar a cilíndrica, su pulpa puede ser la misma que la cáscara, es carnosas, jugosa y de sabor dulce. Entre sus propiedades que aporta la tuna son vitamina C y A, azúcares, taninos, pectinas, antidiarreicos y son astringentes.

La tuna ayuda a disminuir el colesterol, es un alimento saludable que controla los niveles de colesterol y triglicéridos, las hojas de la fruta ayudan producir glucosa en la sangre. Además, previene enfermedades cardiovasculares, contiene alcaloide llamado cantina. (libro Frutoterapia poder nutritivo y medicinal de las frutas, 2019).

Figura 4
Fruta tuna



Nota. Adaptada del Manual técnico de cultivo de la tuna por Info Agrónomo (2021).

Valor nutricional de la tuna:

Tabla 4
Propiedades de la tuna por 100 gramos

Propiedades de La Tuna	Porcentaje de composición
Calorías	31 g
Agua	90.6 g
Carbohidratos	8.0 g
Grasas	0.0 g
Proteínas	0.5 g
Fibra	0.5 g
Calcio	22 mg
Fósforo	7 mg
Hierro	0.3 mg
Tiamina	0.01 mg
Niacina	0.3 mg
Ácido ascórbico	30 mg

2.2.5.2 Semillas y granos regionales.

Los nutricionistas del INS y el MINSA (2021), recomiendan a la población peruana consumir desayunos a base de granos andinos o cereales por su alto valor nutritivo. Además, resulta ser económico y su consumo representa un gran aporte para el fortalecimiento del sistema inmune”. Como mencionan los profesionales en nutrición del INS en el Perú, se producen granos andinos con unos grandes beneficios a la salud. Por ello es importante consumirlos, por su contenido de proteínas, grasas, calcio, magnesio, hierro, fibra y otros micronutrientes importantes para el organismo.

La nutricionista Zurschmitten (2020), en su libro *comer bien, vivir mejor* explicó que los productos regionales tienen un gran poder curativo, son una fuente de propiedades nutricionales siendo esenciales para el desarrollo de una persona. Los beneficios que aportan los productos regionales al organismo son varios: disminuyen el colesterol malo, mejoran el sistema digestivo. También son excelentes aliadas a la hora de perder peso, producen un gran estado de saciedad. Por ello, se utilizará algunos de los granos más representativos del Perú en la juguería McBueno’S, a continuación, se describirá cada una de ellas como su ubicación, características y propiedades.

Chía: La chía es una semilla que crece en las regiones de Ayacucho, Puno y Arequipa, su disponibilidad estacionaria está vigente todo el año. Para la nutricionista Sara Abu- Sabbah, este superalimento peruano, tiene propiedades funcionales, es considerado un alimento recomendado y saludable, contiene omega 3, aporta grandes cantidades de energía al organismo. Además, su alto valor de fibra, calcio, hierro, minerales y antioxidantes todas estas propiedades que contienen la chía hacen de ella un súper alimento considerándolo saludable para el consumo humano (Ecología verde 2023).

Figura 5
Semilla de chía



Nota. Adaptada de la página web Ecología Verde por R. Roths Schuh 2023.

Valor nutricional de la chía:

Tabla 5
Propiedades de la chía por 100 gramos

Propiedades de la Chía	Porcentaje de composición
Calorías	490
Carbohidratos	43.85 g
Grasas	30.75 g
Proteínas	15.62 g
Fibra	37.7 g
Calcio	631 mg
Fósforo	600 mg
Hierro	6.5 mg
Sodio	19 mg
Vitamina A	36 mg
Vitamina C	15.7

Linaza: Es una semilla que crece en la región central del Perú, en los departamentos de Huancayo, Ancash y Junín. Las características de la linaza son planas de forma ovalada, su color es marrón oscuro y puede llegar a medir 6 mm, entre sus propiedades tenemos su gran cantidad de fibra dietética (40%) ácidos grasos poliinsaturados y fotoquímicos como los lignanos. Su consumo regula los niveles de colesterol cardiovasculares y ayuda al control de los niveles de azúcar en la sangre (MejorconSalud,2023).

Figura 6
Semilla linaza



Nota. Adaptada de la página web Mejor con Salud por, C. Betancourt, 2023.

Valor nutricional de la linaza:

Tabla 6
Propiedades de la linaza por 100 gramos

Propiedades de Linaza	Porcentaje de composición
Calorías	534.0 kcal
Agua	6.96 g
Hidratos de Carbono	18.88 g
Proteínas	18.29 g
Grasa total	42.16 g
Fibra	27.3 g
Azúcares totales	1.55 g
Sacarosa	1.15 g
Glucosa	0.4 g
Vitamina C	0.6 mg
Vitamina B1	1.644 mg
Vitamina B2	0.161 mg
Vitamina B3	3.08 mg

Kiwicha: Este súper grano se cultiva en costa, sierra y selva alta del Perú, siendo el de mayor escala de productores Cusco. La Kiwicha es un grano pequeño 1-1.5 mm de diámetro, es liso y brillante y sus colores dependen de la especie. Entre sus propiedades está el calcio que ayuda a proteger los huesos y también tiene lisina que es muy favorable para absorber el calcio, también es una muy buena fuente de energía ya que contiene aminoácidos. Además, contribuye a la mejora de los huesos y músculos (Mejor con Salud, 2022).

Figura 7
Grano de kiwicha



Nota. Adaptada de la página web Mejor con Salud por M. Pinero (2022).

Valor nutricional del grano kiwicha

Tabla 7
Propiedades de la Kiwicha por 100 gramos

Propiedades de la Kiwicha	Porcentaje de composición
Calorías	490
Carbohidratos	65,1 g
Grasas	30.75 g
Proteínas	12,9 g
Fibra	6,7 g
Calcio	247 g
Fósforo	500 mg
Hierro	3,4 mg
Sodio	19 mg
Vitamina C	3,0 mg

Cañihua: Este grano se cultiva en las zonas altas de Arequipa, Cusco y principalmente en Puno, la planta de la cañihua crece entre 20 y 65 cm, su sabor es dulce y es parecido a la nuez. Entre sus propiedades la cañihua cuenta con proteínas, fibras, antioxidantes entre otras que favorecen al mantenimiento de la masa muscular. Además, la harina de Cañihua es libre de gluten, siendo recomendable en la dieta de las personas que son celiacos (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo).

Figura 8
Grano de cañihua



Nota. Adaptada de la página web HerbaZest por el Equipo Editorial de HerbaZest, 2023.

Valor nutricional de la semilla cañihua

Tabla 8
Propiedades de la cañihua por 100 gramos

Propiedades de la Cañihua	Porcentaje de la composición
Agua	9.6 %
Proteínas	13.1 g
Fibra	3.8 g
Grasas	8.63 g
Carbohidratos	59.59 mg
Fósforo	0.59 mg
Potasio	0.24 mg
Calcio	0.7 mg
Magnesio	200 mg
Hierro	50 mg

Hoja de stevia: La stevia mucho más que ser una planta para endulzar, tiene muchas propiedades terapéuticas para la salud. Su nombre científico es *stevia rebaudiana bertonii*, que pertenece a la familia botánica de las asteráceas y es originaria de Paraguay, la cual es hasta 300 veces más dulce que el azúcar blanco y no aporta calorías. En el Perú la zona que más produce áreas de cultivo de la stevia es la Amazonía alta.

Esta planta medicinal además de fotoquímicos, también aportan nutrientes como la vitamina A y vitamina C, y minerales como el hierro, fósforo, calcio potasio y zinc. Sus hojas tienen una acción antidiabética, antiinflamatoria, anti carcinogénica, hipoglucemiante, antioxidante, antimicrobiana, antitumoral, hipotensiva. Entre los muchos beneficios que brindan a las personas es contribuir a la pérdida de peso ya que se utiliza también para mitigar la ansiedad y fortalece nuestras defensas, (Blog Ecoagricultor 2021).

Figura 9.
Hoja de Stevia



Nota. Adaptada de la página web Ecoagricultor tienda ecológica 2023.

2.2.6 Gestión sostenible en los emprendimientos

Lukacs (2022) la gestión sostenible en un modelo de emprendimiento implica una responsabilidad de transformación a largo plazo que beneficiará a los negocios y su entorno. En ese sentido, se realizó la “Cumbre de Sostenibilidad de Forbes” en su edición 2022 en el cual se mencionó que la sostenibilidad es un compromiso de gestión de largo plazo, al cual se deben sumar todos los negocios que tengan iniciativa de responsabilidad social.

Astudillo (2023) enfatizó que en la actualidad las empresas comprenden mejor la importancia de ser responsables, no solo desde el punto ético y legal, sino también ético y medioambiental. La juguería McBueno`S, busca ser responsable con la preservación del medioambiente, con políticas de protección que promuevan el bienestar social y

medioambiental. Para ello, las estrategias a utilizar serán el aprovechamiento y manejo de los desperdicios, el uso de empaques ecoamigables y el uso de herramientas digitales.

2.2.7 Significado de juguería

El Diccionario Real Lengua Española (2022) define juguería como: establecimiento donde se venden jugos de frutas y vegetales. En el Oficial Diccionario de Americanismos (2010), define el termino juguería: “Establecimiento donde se vende zumos de frutas”.

2.2.8 Actividad de la juguería

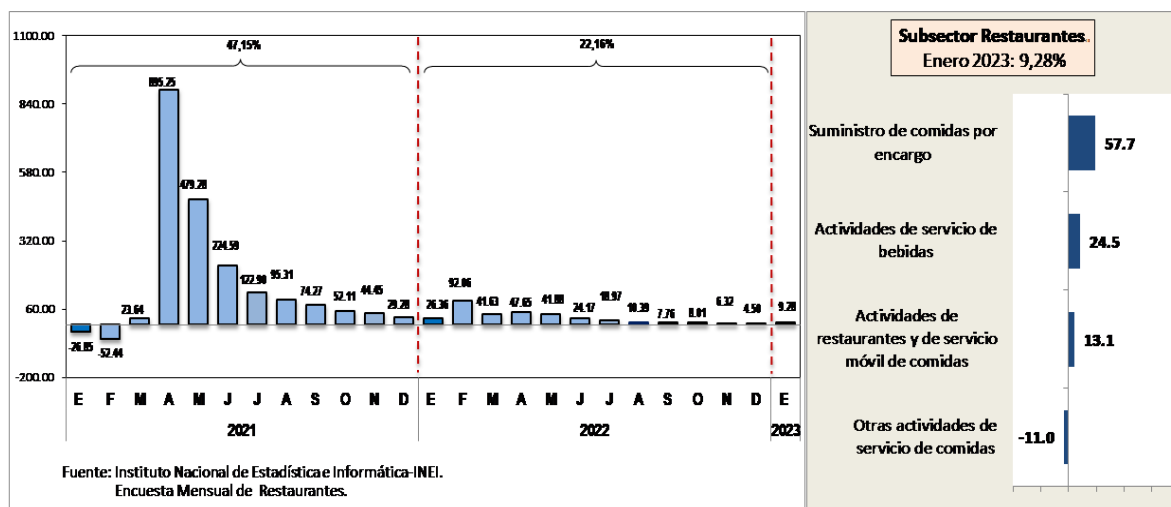
La actividad principal de las juguerías es la comercialización de jugos de frutas naturales, este negocio se dedica a la creación de recetas de jugos de frutas, adicionalmente se vende alimentos para el acompañamiento de los jugos, relacionados al rubro.

La actividad de servicios de bebidas aumentó en 24,49% como dio a conocer el informe del INEI (2023), donde explica que por el dinamismo en las actividades (de cafeterías, bar restaurantes, juguerías, bares y discotecas), en mejora de sus ambientes, combinación de bebidas, variedades de macerados a base de frutas andinas y promociones por temporada de verano con mayor presencia de actividad nocturna.

Los datos brindados por el INEI demuestran que la actividad de las juguerías es un rubro que está en crecimiento y que cada año se sigue posicionando entre los establecimientos de bebidas no alcohólicas que brindan una opción más saludable.

Figura 10

Evolución de la actividad de servicios de bebidas periodo 2021 a enero del 2023



Nota. El gráfico representa el aumento del Subsector de Restaurantes, cuyo porcentaje es el 9,28% en enero del año 2023 y el rubro de actividades de servicios de bebidas en el cual se encuentran las juguerías tuvo un porcentaje de 24,49%. Tomado de la Nota de Prensa del INEI (2023).

2.2.9 Surgimiento de las juguerías

La evolución de las juguerías en el Perú se remonta a puestos tradicionales dedicados a la venta de jugos de frutas en los mercados de abastos, posteriormente debido a la demanda del negocio fueron abriéndose paso en locales modernos y en la actualidad gracias a la aceptación de los consumidores existen grandes cadenas y franquicias. Siendo el negocio de las juguerías un rubro que sigue en crecimiento y que genera desarrollo económico al Perú. A continuación, se mostrará una imagen comparativa del recorrido a lo largo de los años de las juguerías que son más reconocidas en Lima metropolitana y su evolución en el tiempo.

Figura 11

Inicio de operaciones y evolución de las juguerías más reconocidas de Lima Metropolitana

Las Delicias	Las 4 Estaciones	Disfruta	La Gran Fruta	Mi Fruta	Frutix	Hijos de Fruta
Inicio de operaciones 1973	Inicio de operaciones 2003	Inicio de operaciones 2004	Inicio de operaciones 2006	Inicio de operaciones 2006	Inicio de operaciones 2007	Inicio de operaciones 2009
Actualmente cuenta con dos locales en Perú	Actualmente cuenta con dos locales en Perú	Actualmente cuenta con 43 locales en Perú, Chile y Panamá	Actualmente cuenta con 10 locales en Perú	Actualmente cuenta con seis locales en Perú	Actualmente cuenta con 12 locales en Perú	Actualmente cuenta con cinco locales en Perú

Nota. La imagen representa una línea de tiempo de las juguerías que actualmente en el Perú son muy representativas y valorizadas porque han trabajado muy bien sus estrategias comerciales y se mantuvieron vigentes en el mercado. Tomado de la Fuente: Tesis Buenas Prácticas en Gestión Sostenible de Juguerías, 2018

2.2.10 Juguería McBueno'S

Para esta investigación se busca conocer la demanda de jugos saludables y más adelante si se evidencia que existe demanda en otra investigación se aspira hacer una empresa sostenible que busca contribuir a la mejora de la salud de las personas, a través del desarrollo de recetas de jugos saludables y especializados, donde se buscará fomentar el consumo de “Jugos naturales de frutas y semillas y granos regionales” de gran valor nutricional, que se adapte las necesidades de salud del consumidor.

2.2.11 Plan de Marketing

El concepto marketing mix fue creado en el año 1950 por el Licenciado de economía Neil H. Borden dicho tema investigado dio por origen a 12 variables. Sin embargo, en el año 1960 el profesor E. Jerome McCarthy lo redujo de las 12 variables iniciales a solo 4 variables creando así la famosa 4P o también llamadas (Producto, Precio, Plaza y Promoción). Esta

estrategia sirve para establecerse en una empresa, es decir, estos componentes básicos deben tener coherencia con los objetivos organizacionales (Julsmarketing 2022).

Figura 12
Marketing mix



Nota: Las 4 P representación el producto, precio, plaza y promoción.

2.2.12 Análisis del negocio

Quiroa (2020) define al estudio que se desarrolla con el motivo de conocer el estado de la empresa, analizando el entorno interno y externo en que se encuentra en su momento actual. El análisis externo o macroentorno proporciona datos que ayudarán a encontrar las oportunidades y las amenazas en una empresa. También el análisis interno o microentorno proporciona datos que permiten a la empresa determinar cuáles son las fortalezas y debilidades.

Para realizar un análisis situacional se pueden utilizar las siguientes herramientas: Modelo 5C, que consiste en analizar los componentes como (cliente, compañía, competidores, colaboradores y contexto). Como también 5 fuerzas de Porter, el análisis del entorno para encontrar las amenazas de la competencia y enfrentar los problemas que pueda tener la empresa.

2.2.13 Análisis de mercado

Santos (2022) la investigación de mercado sirve para obtener datos, analizarlos e interpretar dicha información sobre el mercado, consumidores, competidores y el entorno, con la finalidad de tomar decisiones correctas, también que permita a la empresa adaptarse a nuevas necesidades y preferencias a través del tiempo.

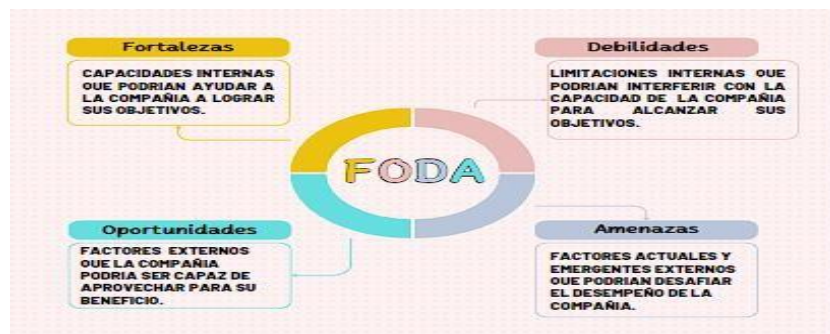
2.2.14 Análisis estratégico

Quiroa (2021) este proceso resulta muy importante para tomar decisiones, basadas en el análisis del entorno interno y externo de la empresa. También se considera los aspectos como recursos y capacidades que posee, esa información valdrá para saber en qué posición se encuentra la empresa frente a la competencia, ayudando así a mejorar el logro de los objetivos establecidos.

2.2.15 Análisis FODA

Kotler y Armstrong (2017) un especialista en marketing debe realizar un análisis SWOT o también llamado FODA que significa (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas). Este análisis se basa en dos pilares importantes: análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas).

Figura 13
Matriz FODA



Nota. la matriz FODA representa las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

2.2.16 Objetivos

Pursell (2022) los objetivos en el plan del marketing en la empresa buscan lograr durante la vigencia del plan analizar los aspectos clave que influirían en su logro. Estos pueden ser corto, mediano y largo plazo, indican como lo van a lograr, la razón y lo que se quiere alcanzar. Además, los objetivos permiten medir las acciones e ir mejorando y culminar la meta establecida.

2.2.17 Estrategias

Pursell (2023) consiste en la forma y el método que se emplea para crear oportunidades de venta, en esta sección se comunica y posiciona los productos o servicios

de un negocio, las estrategias permiten que los emprendimientos creen alternativas competitivas en el mercado, creando para ellos un valor agregado y logrando que los consumidores tengan gran interés en conocer la marca y ofertas.

2.2.18 Marketing operativo

Silva (2022) es una herramienta que se relaciona con las acciones comerciales específicas a corto plazo para alcanzar los objetivos de la empresa, se centra en los atributos del producto como táctica para atraer a los clientes. Por ello, el marketing operativo este asociado a las estrategias de marketing porque forman parte de las tácticas emprendidas para alcanzar los objetivos.

a) Producto.

Mañez (2022) el producto es el primer paso para buscar comercializar, puede ser tangible (bien material) o intangible (servicios), con el objetivo de satisfacer alguna necesidad de los clientes y que exista una demanda en el mercado, para ello se debe crear un valor agregado que los consumidores valoren y aprecien a diferencia a las demás.

b) Precio.

Mañez (2022) esta variable significa el precio de tu producto o servicio, lo que significa que el cliente está dispuesto a pagar, este paso debe ser rigurosamente investigado y comparado con la competencia con el fin de determinar el precio adecuado del producto o servicio, para así evitar poner un precio sin justificación. De esta variable dependerá el éxito del negocio, porque si no se hace una correcta estimación del precio del producto, podría fracasar la juguería.

c) Plaza.

Mañez (2022) La plaza es el lugar donde se comercializa el producto o servicio y los canales de distribución que se utilizan para hacerlo llegar al cliente, se realiza actividades como la repartición del producto a través de los canales que sean adecuados para que lleguen de manera rápida y en condiciones óptimas a los clientes. Esta variable es de mucha importancia por ello los canales de distribución deben ser seleccionados de acuerdo con la segmentación de los consumidores y al estudio del mercado para satisfacer las necesidades.

Figura 14
Plaza



Nota: La plaza representa los canales de venta, la cobertura, localización, inventario, transporte y logística.

d) Promoción.

Mañez (2022) en este paso se enfoca la forma en que se da a conocer el producto o servicio, esta variable tiene que ver en como la comunicación se relaciona con los clientes para impulsar la compra del producto o servicio, además de proporcionar la información adecuada sobre los beneficios y bondades del producto o servicio, también la relación de calidad-precio del producto o servicio y el método en el que puede ser adquirido.

2.2.19 Presupuesto

Kotler y Armstrong (2017) en esta fase muestra los ingresos esperados y los costos de producción, distribución y marketing. En el cual, se detalla un presupuesto de apoyo para la compra de materiales, programación de producción, el personal y las operaciones de marketing, como también se demuestra los resultados (utilidades y perdidas).

2.2.20 Control

Como se menciona en el libro de fundamentos de marketing el termino control es el último paso del plan de marketing es importante medir y evaluar los resultados de las estrategias del plan de marketing, para tomar medidas correctivas que aseguren el alcance de los objetivos del marketing. Sirve para saber hallar áreas de mejora y darles seguimiento y soluciones.

Capítulo III
Desarrollo del Trabajo

3.1 Finalidad

Realizar una prospección de mercado para la juguería “McBueno’S”, en el distrito de Los Olivos 2024, se busca fomentar el consumo saludable de jugos de frutas, semillas y granos regionales de gran valor nutricional, que aportará a los consumidores beneficios a su salud. Además, brindará asesoramiento e información nutricional de las propiedades que contribuirán a la mejor calidad de vida de las personas.

3.2 Propósito

Ayudar a los consumidores a llevar un mejor estilo de vida, a través de una alimentación saludable, revalorando la importancia que tienen las frutas regionales del Perú que poseen grandes bondades nutricionales, considerando también los semillas y granos oriundos del país.

3.3 Componentes

3.3.1 Identificar los beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos regionales.

Para obtener información sobre las características nutricionales y beneficios de las frutas, semillas y granos regionales que se utilizarán en la juguería, se realizará un estudio de gabinete.

Además, se realizará un trabajo de campo para hacer el reconocimiento de las frutas, semillas y granos que se usarán en la preparación de los jugos.

Por último, se diseñará una matriz de preguntas para la entrevista a las 4 profesionales de la especialidad de nutrición.

3.3.2 Desarrollo de recetas innovadoras a base de jugos de frutas, semillas y granos regionales.

El resultado a obtener de las entrevistas a las especialistas de nutrición será importante dado que se nos brindará información sobre los beneficios y de acuerdo con ello se podrá innovar sobre las combinaciones de las frutas para desarrollar las nuevas recetas innovadoras de jugos a base de frutas, semillas y granos regionales.

También se pedirá el apoyo de los especialistas en nutrición para el asesoramiento y acompañamiento en el desarrollo de las nuevas recetas de jugos y posteriormente hacer las pruebas de laboratorio y degustación para saber la aceptación de los jugos.

Para reconocimiento del mercado del rubro de juguerías, se entrevistará a los dueños de las juguerías: Paraíso Frutal, Fruty Fruity, Frutti Meli y Jugos saludables, para

obtener información sobre productos de mayor demanda y precios, así como los tipos de necesidades de salud que tienen sus clientes. Para ello, se diseñará una matriz de preguntas.

3.3.3 Plan de marketing de la juguería “McBueno’S” en el distrito de Los Olivos 2024.

Para realizar el plan de marketing de la juguería “McBueno’S”, en el distrito de Los Olivos 2024 se recurrirá a implementar estrategias de marketing, que informen a los consumidores de los productos regionales implementados en este negocio, la calidad y los beneficios que aportarán para poder motivar a la adquisición del producto. También, se buscará información del análisis de la situación, por lo cual se investigará el entorno demográfico, político, económico y el social.

Además, será importante tener información del análisis del mercado el cual será a través del modelo de las 5 Fuerzas de Porter. también se realizará una encuesta de aceptación de los jugos de la juguería McBueno’S. Para obtener información del análisis estratégico se trabajará el método de las 5C del marketing. Asimismo, se realizará un análisis FODA de la juguería McBueno’S, así como se plantearán los objetivos, las estrategias y el marketing operativo del plan de marketing.

3.4 Actividades

3.4.1 Actividad I: reconocimiento, valor nutricional y beneficios de las frutas.

Para esta actividad se tuvo que realizar visitas a Biblioteca Nacional del Perú la cual nos permitió obtener información sobre las frutas, semillas y granos. También se realizó la visita al mercado mayorista de Unicachi para hacer el reconocimiento de las frutas, semillas y granos que se utilizaran en la Juguería.

Por último, para validar el primer objetivo del presente trabajo que es conocer los beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos regionales que se utilizarán en la juguería McBueno’S. Se entrevistó a profesionales de la especialidad de nutrición: Lic. Yazmín Huerta especialista en nutrición y dietoterapia, Br. Sonia Riofrio correa, Mg Norma Pariona Ayllón y Ing. agroindustrial. Nelva Palomino Ayala especialista en Industrias Alimentarias.

Tabla 9

Cuadro de actividad I reconocimiento, valor nutricional y beneficios de las frutas

Actividad I:	N° de Actividades	AGOSTO			
		1	2	3	4
Reconocimiento, valor nutricional y beneficios de las frutas.	1.- Visitas a Biblioteca Nacional del Perú				
	2.- Visita al mercado mayorista de Unicachi				
	3.-Se realizó matriz de las preguntas para la entrevista a 4 profesionales de la especialidad de nutrición				
	4.-Se realizó las entrevistas a las especialistas en nutrición				

3.4.2 Actividad II: Desarrollo de recetas innovadoras.

Se diseñó la matriz de preguntas para la muestra de estudio que se aplicaría a los dueños de juguerías para poder tener información relevante a la hora del desarrollo de las recetas. Segundo se realizó la entrevista y se dio el asesoramiento de parte de la nutricionista Pricila Pairazamán, para el desarrollo de las 4 recetas de jugos priorizadas. Luego, se realizó la compra de las frutas, pruebas de laboratorio de las recetas y degustación de las 4 nuevas recetas para jugos de frutas, semillas y granos regionales teniendo en cuenta la información de la especialista.

Tabla 10

Cuadro de actividad II Desarrollo de recetas innovadoras.

Actividad II:	N° de Actividades	SEPTIEMBRE			
		1	2	3	4
Desarrollo de recetas innovadoras.	1.- Matriz de preguntas para la entrevista a los dueños de juguerías.				
	2.- Entrevista a las dueñas de las juguerías				
	3.- Se desarrolló las recetas con el asesoramiento y acompañamiento de una nutricionista.				
	4.- La compra, preparación y degustación de las 4 recetas jugos de frutas, semillas y granos regionales.				

3.4.3 Actividad III: Elaborar un plan de marketing

Se realizó las actividades de búsqueda de información: del análisis de la situación, análisis de mercado, análisis estratégico. Así como el análisis FODA de la juguería McBueno'S, el planteamiento de los objetivos, las estrategias y el marketing operativo del plan de marketing del 1 al 15 de octubre de 2023.

Para trabajar el plan de marketing y llevar a cabo las estrategias de visualización y posicionamiento de la marca McBueno'S, se elaboró un cuadro de actividades:

Tabla 11

Cuadro de actividad III plan de marketing, estrategias de visualización y posicionamiento.

Estrategias	Nº Actividades/Fechas	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
VISUALIZACIÓN DE LA MARCA	1.-Creación de volantes												
	2.-Creación de afiches												
	3.-Creación de banners publicitarios												
	4.-Creación de cupones de fidelización												
POSICIONAMIENTO DE LA MARCA	5.-Creación de la página web												
	6.-Creación página de Facebook												
	7.-Creación página de Instagram												
	8.-Creación de cuenta de Tiktok												
	9.-Creación de correo electrónico												
	10.-Creación de WhatsApp Business												
	11.-Posicionamiento en Google my Business												

3.5 Limitaciones

Para el primer objetivo el cual era identificar los **beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos regionales**, las limitaciones fueron no encontrar información actualizada en la biblioteca, de las frutas como pitahaya y sanky. También se tuvo limitaciones a la hora de encontrar las especialistas de nutrición para realizar las entrevistas, tomó un tiempo, pero se logró encontrarlas con ayuda de la jefa de la carrera de Administración Hotelera.

Para el segundo objetivo el cual era el **desarrollo de recetas innovadoras de jugos de frutas, semillas y granos regionales**, las limitaciones fueron realizar las entrevistas a las juguerías hubo algunos dueños que rechazaron y no quisieron acceder a la entrevista, también el poco conocimiento sobre las tablas de valor nutricional de los alimentos, debido a ello se nos hizo mejor buscar el asesoramiento de una nutricionista.

Para el tercer objetivo el cual fue **elaborar un plan de marketing**, las limitaciones fueron falta de información actual y especializada en características de los consumidores, precios, y combinaciones de jugos de frutas con semillas y granos regionales, la creación del logo por lo cual se tuvo que requerir de un especialista de diseño para el logode la marca.

Otras limitaciones como al momento de la aplicación del instrumento, al realizar la encuesta hubo personas que se negaron a dar su opinión y no quisieron realizar la encuesta.

Capítulo IV

Resultados

Resultados

4.1 Identificar los beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos regionales.

De la actividad 1: Se realizó la visita a la biblioteca Nacional del 1 al 7 de agosto del 2023, el resultado que se obtuvo fue el valor nutricional, características y beneficios de las frutas, para la realización de la siguiente tabla comparativa de las frutas, semillas y granos regionales a utilizar en los 4 jugos de este negocio.

Tabla 12

Cuadro comparativo de las frutas

Propiedades %	Frutas			
	PITAHAYA	SANKY	LÚCUMA	TUNA
Ácido palmítico	11.52 %			
Ácido ascórbico				30 mg
Ácido esteárico	4.29 %			
Ácido linoleico	69.98 %			
Ácido oleico	11.09 %			
Ácido vaccénico	3.08 %			
Agua	84.40 %		1.5 g	90.6 g
Calcio			16 mg	22 mg
Calorías (Kcal)		17.60 %		31 g
Carbohidratos		3.10 %		8.0 g
Caroteno			2.3 g	
Fibra	0.5 g	0.90 %	1.3 g	0.5 g
Fósforo			26 mg	7 mg
Hierro			0.4 mg	0.3 mg
Humedad		95.20 %		
Niacina			1.96 mg	0.3 mg
Proteína	1.4 g	1.30 %	1.5 g	0.5 g
Tiamina				0.01 mg
Valor energético			99 cal	
Vitamina C	8 mg	57 mg		

En esta actividad se puede concluir que todas las frutas tienen diferentes valores nutricionales y en el caso de las frutas regionales elegidas por la juguería McBueno'S, presentan diferentes propiedades y compuestos beneficiosos para el organismo, es decir aportan vitaminas, minerales, agua, fibra y también antioxidantes que ayudan en evitar el envejecimiento de las células, además ayudan a regular los niveles de azúcar en la sangre brindando mayor calidad de vida.

Tabla 13

Cuadro comparativo de las semillas y granos

Propiedades %	SEMILLAS Y GRANOS			
	CHÍA	LINAZA	KIWICHA	CAÑIHUA
Agua		6.96 g		9.60%
Azúcares totales		1.55 g		
Calcio	631 mg		247 g	0.7 mg
Calorías (Kcal)	490 kcal	534.0 kcal	490 kcal	
Carbohidratos	43.85 g		65.1 g	59.59 mg
Fibra	37.7 g	27.3 g	6.7 g	3.8 g
Fósforo	600 mg		500 mg	0.59 mg
Glucosa		0.4 g		
Grasa	30.75 g	42.16 g	30.75 g	8.63 g
Hidratos Carbono		18.88 g		
Hierro	6.5 mg		3.4 mg	50 mg
Magnesio				200 mg
Potasio				0.24 mg
Proteína	15.62 g	18.29 g	12.9 g	13.1 g
Sacarosa		1.15 g		
Sodio	19 mg		19 mg	
Vitamina A	36 mg			
Vitamina B1		1.644 mg		
Vitamina B2		0.161 mg		
Vitamina B3		30.8 mg		
Vitamina B5		0.985 mg		
Vitamina B6		0.473 mg		
Vitamina C	15.7	0.6 mg	3.0 mg	

En esta actividad se puede concluir que los semillas y granos regionales seleccionadas por la juguería McBueno'S, aportarán propiedades muy importantes al organismo como fibra, proteínas, vitaminas, minerales y grasas saludables. Por lo cual, es recomendable añadir semillas y granos en los jugos naturales para que ayuden a proteger a las personas de diferentes enfermedades que puedan dañar su salud.

De la actividad 2: Se realizó la compra en el mercado Unicachi del 8 al 14 de agosto del 2023, se pudo hacer el reconocimiento de las distintas calidades de las frutas, semillas y granos como también obtener información de los costos de acuerdo con la calidad de las mismas.

Figura 15
Visita al mercado



Nota: Equipo de trabajo de compras en el mercado Unicachi para obtener información sobre la calidad y acerca de los costos de las frutas, semillas y granos.

Tabla 14
Costo de frutas, semillas y granos

Unidad	Frutas, semillas y granos	Precio en soles 1ª calidad
Kg	Pitahaya	15.00
Kg	Sanky	10.00
Kg	Lúcuma	9.00
Kg	Tuna	6.00
Kg	Chía	18.00
Kg	Linaza	10.00
Kg	Kiwicha	12.00
Kg	Cañihua	13.00

Nota: Costos – Actualizados Julio 2024 – Mercado Unicachi

Como se puede apreciar en esta actividad los resultados que se obtuvieron fueron los costos de las frutas, semillas y granos como mencionaron los negociantes estos precios pueden variar no siempre son fijos todo depende de la temporada o estaciones de las frutas, también de la inestabilidad del país que puede influir en los precios, además de otros factores.

De la actividad 3: Diseño de la matriz de formulación de preguntas para la entrevista a las especialistas de nutrición realizada del día 14 al 21 de agosto de 2023, se tuvo el

asesoramiento y acompañamiento de la jefa de carrera la profesora Mg. Mónica Gómez del Prado. (véase Apéndice A).

El desarrollo de la matriz de la entrevista a las nutricionistas tuvo como objetivo identificar los beneficios de las frutas, semillas y granos para ello se plantearon cinco preguntas las cuales se basaron en poder identificar las características y obtener información de las frutas y su valor nutricional.

De la actividad 4: Se aplicó las entrevistas del día 21 al 28 de septiembre de 2023 y se pudo obtener información importante de las cuatro especialistas en Industrias Alimentarias y Nutrición. A continuación, se mostrarán los resultados en las siguientes tablas para evidenciar las respuestas de cada una de ellas. La primera entrevista fue a la Lic. Yazmín Esperanza Huerta Figueroa; la segunda a la Mg. Norma Pariona Ayllón; la tercera especialista fue la Br. Sonia Riofrio Correa; y la entrevista fue a la especialista la Lic. Nelva Palomino Ayala en 2023.

Tabla 15

Preguntas y Resultados de la entrevista a primera especialista.

ÍTEMS	RESPUESTAS
¿Por qué es importante incluir los jugos de frutas, semillas y granos regionales a nuestra dieta diaria?	Porque tienen vitaminas, minerales esenciales y fibras para nuestro organismo. Siendo importante incluir un consumo diario.
¿Cuál es el valor nutricional de la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna? además cuál de las frutas antes mencionadas aportan más beneficios nutricionales?	La pitahaya contiene fibra y ayuda ya que es un laxante natural. El sanky es un antioxidante y baja el colesterol de la sangre, ayuda a eliminar las toxinas y bajar la azúcar en la sangre. La lúcuma contiene proteínas y carbohidratos y para las mujeres es beneficioso porque contiene hormonas femeninas. La tuna es un antioxidante natural por sus pigmentos que tiene.
¿Qué combinaciones recomendaría para las siguientes frutas pitahaya, sanky, lúcuma y tuna?	Cuando se va a combinar frutas para jugos se tiene que hacer combinaciones de dos frutas es lo ideal, una fruta que tenga sabor con otra que no tenga sabor fuerte para que prevalezca el sabor de una y también la función que va a brindar a nuestro organismo. El sanky se puede combinar con tuna, y los dos van a servir como un laxante natural y bajar el colesterol. En el caso de la pitahaya se puede trabajar con la lúcuma hacen una excelente combinación de proteínas y antioxidantes.
¿Con qué recomienda usted endulzar un jugo de frutas?	La stevia en hoja que es natural y se puede hacer de dos opciones en polvo o en líquido, el proceso de líquido es hervir el agua con las hojas de stevia haciendo lo más natural, ambas presentaciones son una buena opción para la salud.
¿Se pueden combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales?	Esta combinación es muy buena por los beneficios de las semillas y granos que contienen mayor cantidad de proteínas y grasas naturales que ayudan a eliminar el colesterol malo en la sangre. Por otro lado, es bueno que se esté revalorando la semillas y granos andinos y por ende a los agricultores de estas.

Figura 16

Foto de la entrevista con la Lic. Yazmin Esperanza Huerta Figueroa



En conclusión, en la entrevista realizada a la Lic. en Industrias Alimentarias Yazmín Esperanza Huerta Figueroa se destacó varios aportes importantes, como incorporar jugos de frutas, semillas y granos regionales en nuestra dieta diaria para obtener vitaminas, minerales esenciales y fibras necesarias para nuestro organismo. Además, se identificó los beneficios nutricionales de frutas como la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna, y cómo combinarlas de manera estratégica para potenciar sus efectos positivos en nuestra salud, y nos brindó una recomendación importante endulzar los jugos de frutas con la hoja de la stevia porque considera que es más saludable y la valoración de combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales reflejan una perspectiva de promover hábitos alimenticios saludables y naturales para el bienestar general.

b) La segunda entrevista fue realizada a la Mg. Norma Irene Pariona Ayllón con la especialidad de Industrias Alimentarias, realizada el día 23 de agosto de 2023.

Tabla 16

Preguntas y Resultados de la entrevista a segunda especialista.

ÍTEMS	RESPUESTAS
¿Por qué es importante incluir los jugos de frutas, semillas y granos regionales a nuestra dieta diaria?	Todas las frutas tienen beneficios para la salud y sirven para elevar el sistema inmunológico, para ayudar a la asimilación de los nutrientes y también para evitar enfermedades no contagiosas.
¿Cuál es el valor nutricional de la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna? además cuáles de las frutas antes mencionadas aportan más beneficios nutricionales?	La pitahaya tiene mayor cantidad de agua aparte por eso genera el menor porcentaje de kilocalorías, esta fruta tiene menos del 10% de carbohidratos. Asimismo, tiene vitaminas y minerales que es esencial para regular el organismo. El sanky contiene vitamina C es un poderoso antioxidante, por otro lado, la lúcuma es rica en vitamina C, vitamina E, vitamina A y vitamina B3 (niacina) conocida por los incas como el oro verde, y la tuna disminuye los niveles de colesterol y triglicéridos. Es buena para reducir problemas estomacales y la producción de ácido gástrico, todas de alguna manera tienen beneficios que pueden mejorar o mantener la salud de los consumidores
¿Qué combinaciones recomendaría para las siguientes frutas pitahaya, sanky, lúcuma y tuna?	Sería conveniente combinar para aprovechar su propio dulzor el sanky con lúcuma, ya que el sanky tiene alto contenido de vitamina C y lúcuma vitamina A, otra combinación sería la tuna con la pitahaya o lúcuma con pitahaya la recomendación sería tratar de combinar frutas que contienen acidez con frutas que no contienen acidez
¿Con qué recomienda usted endulzar un jugo de frutas?	Lo más recomendable es que no se le añada azúcar y que el jugo sea endulzado del propio dulzor natural de las frutas, pero también puede haber otras opciones como la miel o la algarrobina.
¿Se pueden combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales?	Actualmente se busca combinar frutas con semillas y granos porque lamentablemente no consumimos fibra y en las semillas y granos encontramos un alto porcentaje de fibra. Por lo tanto, si es recomendable combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales y esta combinación ayuda en problemas estreñimiento.

Figura 17
Entrevista con la Mg. Norma Pariona Ayllón



En la evaluación como grupo sobre la entrevista realizada a la Mg. Norma Pariona Ayllón, se consideró que es importante incorporar jugos de frutas, semillas y granos regionales en nuestra dieta diaria porque es fundamental debido a los nutrientes que nos aporta a nuestro organismo. También destacó la variedad de beneficios nutricionales que ofrecen las frutas como la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna, y como su combinación estratégica puede potenciar sus efectos positivos en nuestro organismo. Gracias a su aporte de conocimientos valoramos las recomendaciones sobre la forma de endulzar los jugos de manera natural, así como la posibilidad de combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales para aumentar la ingesta de fibra y mejorar la salud digestiva.

c) La tercera entrevista fue realizada a la Bachiller Sonia Riofrio Correa con la especialidad de Industrias Alimentarias y Nutrición, realizada el día 25 de agosto de 2023.

Tabla 17

Preguntas y Resultados de la entrevista a la tercera especialista.

ÍTEMS	RESPUESTAS
¿Por qué es importante incluir los jugos de frutas, semillas y granos regionales a nuestra dieta diaria?	Es importante incluir los jugos en nuestra dieta diaria porque las frutas nos aportan un alto contenido de ciertos tipos de minerales calcio, hierro, vitaminas, proteínas eso va a depender del tipo de fruta vitamina o proteína que deseen.
¿Cuál es el valor nutricional de la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna? además cuáles de las frutas antes mencionadas aportan más beneficios nutricionales.	La pitahaya tiene un alto contenido de fibra y dependen también de la variedad de la pitahaya porque existe la roja y la blanca. El sanky tiene un alto contenido de potasio minerales y calcio. La lúcuma tiene un alto contenido de riboflavina, betacaroteno, liasina y también contiene ácidos ascórbicos. La tuna tiene un alto contenido de fibra, minerales también betacarotenos por el color intenso de la tuna.
¿Qué combinaciones recomendaría para las siguientes frutas pitahaya, sanky, lúcuma y tuna?	Se recomienda trabajar con frutas con alto contenido de azúcar y combinar las frutas dulces con las frutas acidas para que pueda haber una neutralización de sabores. En este caso se puede combinar pitahaya con sanky, lúcuma con sanky.
¿Con qué recomienda usted endulzar un jugo de frutas?	Entre los endulzantes naturales tenemos la chancaca en polvo, la miel de abeja, la algarrobina.
¿Se pueden combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales?	Si, la recomiendo porque las semillas y granos tienen un alto contenido de fibra y nos ayudan a limpiar el estómago.

Figura 18

Entrevista con Br. Sonia Riofrio Correa



De la entrevista realizada a Br. en Industrias Alimentarias y Nutrición Sonia Riofrio Correa donde señaló que, si es importante incluir jugos de frutas, semillas y granos regionales, en nuestra dieta diaria es que al hacerlo podemos obtener una variedad de beneficios nutricionales. Además, mencionó que la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna, ofrecen una amplia gama de nutrientes como fibra, vitaminas, minerales y antioxidantes que son esenciales para una dieta equilibrada. Un dato importante que nos brindó fue como combinar las frutas, para ello mencionó que se tiene que combinar una fruta con alto contenido de azúcar con frutas ácidas para que se pueda proporcionar un balance de sabores, y como opciones de endulzantes naturales las alternativas que nos brindó fueron la chancaca en polvo, la miel de abeja o la algarrobina porque las considero opciones más saludables. Por último, indicó que el incluir semillas y granos regionales en los jugos puede añadir un alto contenido de fibra que ayuda a limpiar el estómago.

d) La cuarta entrevista fue realizada a la Ing. Agroindustrial. Nelva Palomino Ayala realizada el día 28 de agosto de 2023.

Tabla 18

Preguntas y Resultados de la entrevista a la cuarta especialista.

ÍTEMS	RESPUESTAS
¿Por qué es importante incluir los jugos de frutas, semillas y granos regionales a nuestra dieta diaria?	La transcendencia que tienen hoy en la actualidad las frutas es por sus fortalezas ya que la comunidad científica ha tomado mucha atención en incluir dentro de nuestra dieta diaria frutas, semillas y granos saludables ya que el consumo masivo de bebidas y jugos ultra procesados está generando altos índices de sobrepeso y obesidad, entonces en consecuencia se ve la necesidad por una mejor calidad de vida incluir cualquier tipo de semillas y granos naturales y frutas a la dieta diaria.
¿Cuál es el valor nutricional de la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna? además cuáles de las frutas antes mencionadas aportan más beneficios nutricionales?	La pitahaya tiene fibras muy interesantes para el tratamiento del estreñimiento siendo un jugo más funcional. El sanky, lúcuma y tuna todas son componentes muy importantes para la nutrición por poseer vitaminas A, B, hidrosolubles como son las vitaminas del complejo B1, B2, B3. Estas se van a ir complementando para que nuestro organismo pueda absorber y esto va a repercutir en la mejora del funcionamiento de muchos órganos. Por ejemplo, la tuna para el hígado.
¿Qué combinaciones recomendaría para las siguientes frutas pitahaya, sanky, lúcuma y tuna?	Lo recomendable para poder hacer una combinación correcta y el tipo de necesidad que estamos buscando es dirigirse a la tabla de composición nutricional de las frutas para poder equilibrar bien los valores y porcentajes y potenciar bien un jugo.
¿Con qué recomienda usted endulzar un jugo de frutas?	En el mercado existen muchos tipos de endulzantes tenemos los naturales como son la miel de abeja, panela que se puede utilizar porque es un azúcar integral que no ha sufrido ningún tipo de transformación tiene mucho más minerales, 5 veces más que el azúcar blanca y 3 veces más que la rubia y los endulzantes artificiales que no son los recomendables.

¿Se pueden combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales?	El azúcar siempre va a hacer un carbohidrato y toda fruta tiene su azúcar y cuando se consume fruta si es saludable, va a pasar cierto momento y vas a tener hambre ya que al hacer azúcar se desdobra muy rápido del cuerpo entonces que se hace para evitar esa saciedad o ansiedad por seguir comiendo se adiciona tipos de fibras, ósea un carbohidrato más una fibra, hace que el metabolismo sea mucho más lento y por ende vas a tener más horas de saciedad, entonces definitivamente es una muy buena combinación.
---	---

Figura 19

Entrevista con la Ing. agroindustrial. Nelva Palomino Ayala



En la entrevista realizada a la Ing. agroindustrial. Nelva Palomino Ayala, nos explica y considera de vital importancia incluir jugos de frutas, semillas y granos regionales, en nuestra dieta diaria debido a la necesidad creciente de promover una mejor calidad de vida y combatir los altos índices de sobrepeso y obesidad generados por el consumo masivo de bebidas y jugos ultra procesados, motivándonos a consumir y seguir promoviendo una alimentación saludable. Además, resalto la relevancia de las propiedades nutricionales de frutas como la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna, que aportan vitaminas esenciales y contribuyen al buen funcionamiento de diversos órganos del cuerpo. También nos recomendó utilizar la tabla de composición nutricional para poder equilibrar valores y porcentajes a la hora de combinar las frutas para realizar una receta de jugos de frutas y también nos brindó opciones de para endulzar los jugos con alternativas naturales, así como la posibilidad de combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales, demuestran la versatilidad y beneficios adicionales que se pueden obtener al incorporar estos elementos en nuestra alimentación diaria.

4.2 Desarrollo de recetas de jugos de frutas, semillas y granos regionales innovadores.

De la actividad I: Realizar la matriz para la entrevista a las juguerías se contó con el asesoramiento de la jefa de carrera la profesora Mg. Mónica Gómez del Prado, realizada el día 1 al 6 de septiembre de 2023. (véase Apéndice B)

El desarrollo de la matriz de preguntas para realizar la entrevista a los negocios de juguerías que cumplen con los registros sanitarios y certificados de salubridad para ello se realizó cinco preguntas, con el objetivo de obtener información sobre las preferencias y gustos de los consumidores, para poder desarrollar con el apoyo de la nutricionista recetasde jugos innovadores.

De la actividad II: Se realizó las entrevistas a los propietarios de las juguerías de las zonas aledañas los días del 7 al 14 de septiembre de 2023, y se obtuvo información de la preferencia y consumo, los resultados se mostrarán a través de 4 tablas para evidenciar las respuestas de cada una de ellas.

a) La primera entrevista fue a la Juguería Paraíso Frutal, realizada el día 7 de septiembre de 2023.

Tabla 19

Preguntas y resultados de la entrevista a la juguería Paraíso Frutal.

ÍTEMS	RESPUESTA
¿Qué combinación de jugo de frutas es el preferido por sus consumidores?	La combinación más requerida por los consumidores es el jugo quemado de grasa el cual es el más solicitado por personas que desean bajar de peso, seguido de ello también consumen el jugo de colesterol y el jugo de diabetes.
¿Qué tipo de endulzante prefieren los consumidores?	Muchos de los consumidores prefieren la algarrobina y la miel ya que no quieren consumir mucha azúcar procesada porque con mucha frecuencia eso puede ocasionarles diabetes.
¿Cuál es el tipo de necesidad de salud que más influye en la compra del producto?	El tipo de necesidad de las personas que consumen jugos medicinales son personas que quieren bajar de peso, sufren de gastritis y los deportistas
¿Con qué frecuencia consumen sus clientes?	El consumo de sus clientes es diario y otros 4 veces por semana. y también depende según sea el tratamiento que le dan.
¿Qué suplemento es el más solicitado para agregar a sus jugos de frutas?	Los suplementos que añade a los jugos dependen como lo requiera el cliente puede ser vainilla, algarrobina, miel o maca.

Observaciones generales de la entrevista: Se observó que la juguería (Paraíso Frutal) cuenta con una carta de presentación de jugos nutritivos que sirven como tratamiento para enfermedades, además el personal de atención al cliente cuenta con la adecuada información de las frutas, semillas y granos, como punto importante ofrecen opciones de endulzantes y no solo es el tradicional azúcar, dando al consumidor otras opciones de decisión al momento de su pedido, también se observó que no cuentan con suplementos como colágeno, vitamina C, entre otros.

Figura 20

Carta de jugos de la juguería Paraíso frutal



Figura 21

Jugo quema grasa



Figura 22
Degustación de la carta de jugos



b) La segunda entrevista fue a la juguería Fruty Fruity realizada el día 9 de septiembre de 2023.

Tabla 20
Preguntas y resultados de la entrevista a la Juguería Fruty Fruity

ÍTEMS	RESPUESTA
¿Qué combinación de jugo de frutas es el preferido por sus consumidores?	Los jugos en combinaciones como los jugos surtidos y fresa con leche
¿Qué tipo de endulzante prefieren los consumidores?	Los endulzantes que ofrecen son azúcar y miel de abeja.
¿Cuál es el tipo de necesidad de salud que más influye en la compra del producto?	Los deportistas son quienes piden jugos especiales que son con leche y huevo tipo ponche buscan algo sano y que le brinde energía.
¿Con qué frecuencia consumen sus clientes?	Sus clientes son recurrentes y son de la misma zona que llegan diario o Inter diario y son personas adultas que trabajan cerca.
¿Qué suplemento es el más solicitado para agregar a sus jugos de frutas?	No cuentan con suplementos, pero en ocasiones si vienen los clientes con sus propios suplementos y se les agregan.

Observaciones generales de la entrevista: Se observó que la juguería (Fruty Fruity), no cuenta con una carta de presentación de jugos nutricionales que sirvan como tratamiento para enfermedades y además el personal de atención al cliente no cuenta con la adecuada información sobre los beneficios de los jugos de frutas, como valor agregado ofrecen opciones de endulzantes como la miel o algarrobina y no cuentan con suplementos nutricionales o semillas y granos.

Figura 23

Foto de la entrevista a la Juguería Fruty Fruity



Figura 24

Carta de jugos de la juguería Fruty Fruity



c) La tercera entrevista fue a la juguería Frutti Meli realizada el día 12 de septiembre de 2023

Tabla 21

Preguntas y resultados de la entrevista a la juguería Frutti Meli

ÍTEMS	RESPUESTA
¿Qué combinación de jugo de frutas es el preferido por sus consumidores?	Los jugos más solicitados son el de papaya y el jugo surtido.
¿Qué tipo de endulzante prefieren los consumidores?	Tienen como endulzantes la stevia, la algarrobina y la miel, depende de su consumidor como lo prefieran muchas veces piden más con miel.
¿Cuál es el tipo de necesidad de salud que más influye en la compra del producto?	Piden más el surtido porque muchos de ellos quieren mejorar la anemia y subir su hemoglobina. Dentro del rango de edad están niños como también personas adultas.
¿Con qué frecuencia consumen sus clientes?	La gran mayoría vienen todos los días son conocidos del local y vienen a consumir y otros clientes vienen 2 veces por semana y otros que están de pasada por el lugar.
¿Qué suplemento es el más solicitado para agregar a sus jugos de frutas?	No cuenta con una línea de suplementos vitamínicos, pero si ofrecen té filtrantes como té verde entre otros.

Observaciones generales de la entrevista: Se observó que la juguería (Frutti Meli), no cuenta con una carta de jugos nutricionales que ayuden a prevenir futuras enfermedades, siendo una opción de juguería tradicional que ofrece más preferencias y gustos a diferencia de los jugos medicinales que son para un tipo de necesidad de salud. Además, el personal de atención al cliente no cuenta con conocimiento nutricional de sus jugos de frutas, como valor agregado ofrecen opciones de endulzantes como la stevia, miel o algarrobina, y en desventaja no cuentan con suplementos nutricionales o semillas y granos.

Figura 25

Foto de la entrevista a la juguería Frutti Meli



c) La cuarta entrevista fue a la juguería Jugos Medicinales el día 14 de septiembre de 2023.

Tabla 22

Preguntas y resultados de la entrevista a la juguería Jugos Medicinales

ÍTEMS	RESPUESTA
¿Qué combinación de jugo de frutas es el preferido por sus consumidores?	Cuentan con dos jugos preferidos por sus consumidores, PITAYSAN que es a base de extracto de caña, pitahaya, piña y Sanky. y ARANDUVA que contiene Arándanos, uva, piña y extracto de caña.
¿Qué tipo de endulzante prefieren los consumidores?	Entre los consumidores, señaló que un 20% de ellos prefieren tradicional con agua y el 80% solicita con extracto de caña o jugo de naranja o toronja.
¿Cuál es el tipo de necesidad de salud que más influye en la compra del producto?	Para la compra de los jugos medicinales, indicó que sus consumidores sufren de algunos malestares como infecciones urinarias en caso de damas y problemas respiratorios en caso de personas adultas.
¿Con qué frecuencia consumen sus clientes?	La frecuencia de los consumidores es variada porque de lunes a viernes sus clientes son los mismos comerciantes y personas cerca de la zona que trabajan y llegan diario o 2 veces por semana, los fines de semana hay más afluencia de personas porque llegan a realizar sus compras, son personas visitantes y que llegan a consumir su jugo.
¿Qué suplemento es el más solicitado para agregan a sus jugos de frutas?	Los consumidores solicitan más el colágeno, que se agregue camu, jugo de naranja o Sanky que es la fruta que contiene mucho más colágeno natural.

Observaciones generales de la entrevista: Se observó que la juguería (Jugos Medicinales), cuenta con una carta de jugos nutritivos especializados y a diferencia de las anteriores juguerías mencionadas se encontró que utilizan como endulzante natural la caña de azúcar en casi todas sus preparaciones de jugos que sirvan como tratamiento para enfermedades, el personal tiene conocimiento sobre los beneficios de los jugos de frutas que brinda, como valor agregado es que ofrecen a sus clientes una gama amplia de complementos nutritivos que pueden añadir a sus jugos para reforzar el valor nutricional.

Figura 26

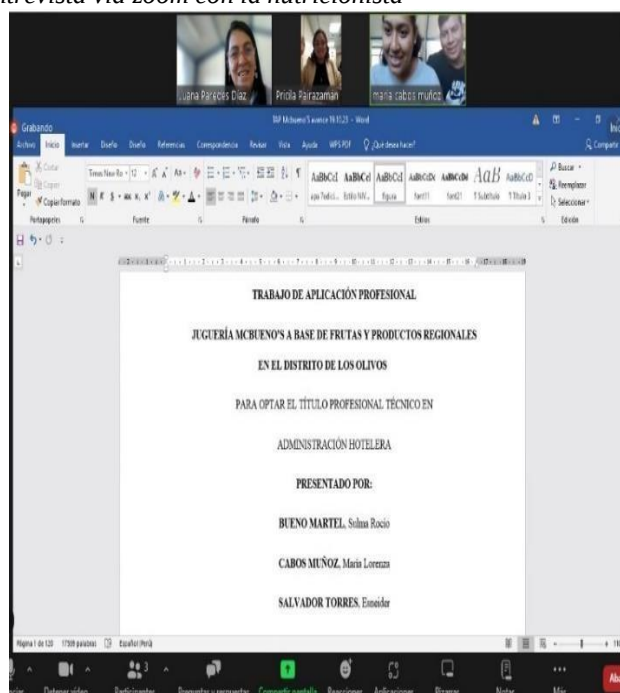
Foto de la entrevista a la juguería Jugos Medicinales



De la actividad 3: Para el desarrollo de las recetas de jugos de frutas, semillas y granos, se realizó la entrevista vía zoom con la nutricionista Priscila Pairazamán realizada el día 18 de septiembre, para poder recibir los conocimientos y el asesoramiento para las cuatro recetas de jugos de frutas, semillas y granos regionales.

Figura 27

Fotografía tomada de la entrevista vía zoom con la nutricionista



De la entrevista realizada con la nutricionista se obtuvo información acerca de las frutas, semillas y granos, que se utilizarán en la presente investigación. Además de ello, nos brindó recomendaciones para elaborar cada una de las recetas de jugos a base de frutas, semillas y granos, por lo cual se tiene que seguir ciertos puntos importantes a la hora de realizar una combinación de frutas los cuales son: el color de la fruta que es importante para el jugo tenga un color armonioso y motivador a la vista de los consumidores, preocuparse del sabor para que sea agradable tanto para niños como adultos pero para ello, nos recomendó no combinar frutas dulces con acidas sino por el contrario combinarlas con frutas neutras para que prevalezca más el sabor de las frutas que se trabajara, el aroma también es importante para que los consumidores no lo rechacen y lo acepten, la textura del jugo también tiene que ser la adecuada no puede ser muy espesa ni muy aguada tiene que ser la correcta para que se pueda consumir de una manera fácil.

Figura 28

Preparación de pruebas de laboratorio de las recetas de jugos de frutas, semillas y granos



Figura 29

Degustación de las pruebas de laboratorio de las recetas de jugos de frutas, semillas y granos.



En el desarrollo de esta actividad ya teniendo los conocimientos de los factores organolépticos como el color, sabor, aroma y textura, se puso en práctica los conocimientos antes mencionados en el momento de realizar la degustación para poder tener una opinión propia cada uno y como grupo tener una decisión unánime. Por lo cual, se llegó a la conclusión que los jugos que quedaron seleccionados serán los siguientes que se detallarán en la siguiente actividad.

De la actividad 4: Luego de haber realizado las pruebas de laboratorio y ser degustadas, el día 25 de septiembre de 2023, se tuvo como resultado el desarrollo de las cuatro recetas finales de jugos de frutas, semillas y granos regionales; de los cuales son los siguientes jugos.

- **La Poderosa**

Este jugo presenta beneficios de la pitahaya que ayudará a regular el tránsito intestinal, evitando el estreñimiento, a regular los niveles de azúcar en la sangre, asimismo la piña es una frutadiurética combate la retención de líquidos y es rica en fibra al igual que la semilla de cañihua siendo importante para las personas que tienen dietas de adelgazamiento y personas diabéticas.

Tabla 23
Receta de jugo la poderosa

FRUTAS		AGUA con	SEMILLA
PITAHAYA	PIÑA	STEVIA	CAÑIHUA
120 gramos	80 gramos	200 ml	30 gramos

Figura 30
Jugo la poderosa



- **La Fabulosa**

Beneficios del Sanky regula los niveles de glucosa, colesterol y triglicéridos, además incrementa las defensas del organismo ante posibles enfermedades, también es ideal para personas con sobrepeso por su poder de saciar el hambre y es apto para ayudar y prevenirla diabetes. El aguaymanto al igual que Sanky, trata problemas con la glucosa y es diurético reduce los niveles de grasa en el organismo.

Tabla 24
Receta de jugo la fabulosa

FRUTAS		AGUA con	SEMILLA
Sanky	Aguaymanto	Stevia	Linaza
120 gramos	80 gramos	180 ml	30 gramos

Figura 31
Jugo la fabulosa



- **La Maravillosa**

Jugo que contiene la lúcuma que ayuda a potenciar el sistema inmunológico protegiéndonos de futuras enfermedades, además reduce los niveles de colesterol y triglicéridos gracias a su contenido de vitamina B3, es antidiabético y a regular la concentración de glucosa en la sangre. El durazno es rico en vitaminas, minerales además que previene enfermedades de obesidad.

Tabla 25
Receta de jugo la maravillosa

FRUTAS		AGUA con	SEMILLA
Lúcuma	Durazno	Stevia	Chía
1300 gramos	80 gramos	170 ml	30 gramos

Figura 32
Jugo la maravillosa



- **La Majestuosa**

La tuna es una fruta baja en calorías, disminuye los niveles de colesterol y triglicéridos, es recomendado para personas con diabetes por su contenido de fructuosa, ayuda a perder peso ya que contiene 80% de agua favoreciendo a personas con sobrepeso por su efecto de saciedad. La fresa contiene fibra creando una sensación de saciedad, además el azúcar de la fresa es fructuoso (levulosa), siendo aptas para personas diabéticas.

Tabla 26
Receta de jugo la majestuosa

FRUTAS		AGUA Con	SEMILLA
Tuna	Fresa	Stevia	Kiwicha
140 gramos	70 gramos	150 ml	30 gramos

Figura 33
Jugo la majestuosa



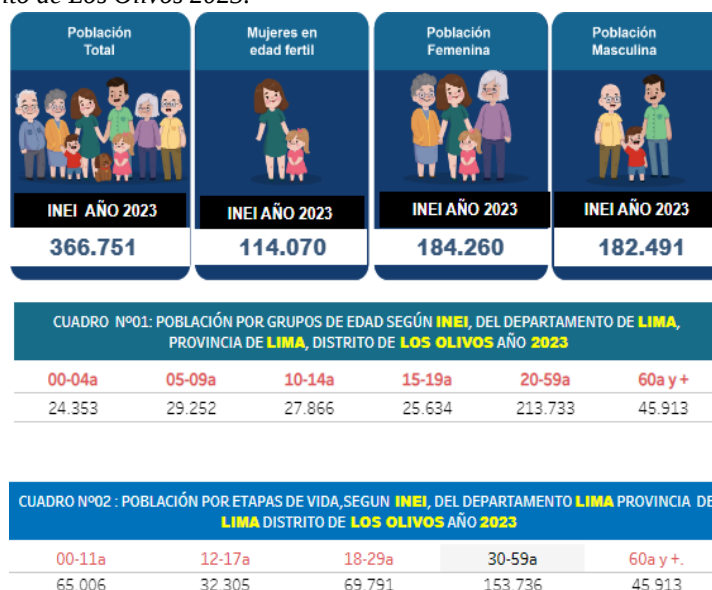
Se puede concluir que las 4 recetas de jugos de frutas, semillas y granos antes mencionadas fueron seleccionadas por su agradable sabor, su color armonioso, su aroma exquisito y su textura equilibrada, cabe resaltar que lo más importante es que ayudan a las personas a regular los niveles de azúcar en la sangre, aportan fibra, y ayuda a las personas que tienen sobrepeso y obesidad.

4.3 Plan de marketing de la Juguería McBueno'S en el distrito de Los Olivos 2024.

Los resultados obtenidos de la búsqueda de información del **análisis de la situación** son los siguientes y se detallará de la siguiente manera: entorno demográfico, entorno político, entorno económico y el entorno social.

En el entorno demográfico, el INEI nos indica la muestra poblacional del distrito de Los Olivos, del periodo 2023 la cual fue de 366.751.

Figura 34
Población del distrito de Los Olivos 2023.



Nota. Fuente: REUNIS - Repositorio Único Nacional de Información en Salud.

En el entorno político. Tal como se mencionó, actualmente está en vigencia la Ley N° 30021 de alimentación saludable para niños, niñas y adolescente, busca promover una alimentación consciente e informada al momento de adquirir los productos que se compran, a través del manual de advertencias publicitarias las cuales advierten del peligro del consumo alto en azúcar, grasas saturadas, sodio entre otros.

En el entorno económico. Se puede indicar que el Producto Bruto Interno del primer trimestre de 2023, se redujo 0.4 por ciento interanual, el cual se registra la primera contracción de la actividad económica en dos largos años de crecimiento. Todo esto se produjo debido a la caída de la inversión y consumo privado y la disminución de los demás componentes del gasto, en un contexto social acaecidos en el periodo diciembre 2022 y febrero 2023 que produjo paralizaciones de labores en distintos sectores, además la ausencia de nuevos megaproyectos mineros, retiro del gasto relacionado a la pandemia y caída de la inversión pública subnacional. (Banco Central de Reserva del Perú, 2023). Lo cual afectaría en la capacidad de gasto de los peruanos.

En el entorno social. A nivel nacional como regional el Perú enfrenta problemas climatológicos tanto como en el norte con la llegada de inundaciones, lluvias. Mientras que en el sur sequías, heladas dichos acontecimientos afectan a los agricultores y sus

producciones agrícolas. Además, según los pronósticos del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú. Más de 3.6 millones de hectáreas agrícolas se ven en riesgo ante las bajas temperaturas que podrían agravarse entre julio y setiembre 2023 (Radio Programas del Perú, 2023). La inestabilidad política genera conflictos sociales como protestas que se ven reflejadas en movilizaciones en todo el territorio nacional, lo cual afectaría en la llegada de los semillas y granos a la capital y en un alza de precios.

Los resultados obtenidos de la búsqueda de información para saber el **análisis del mercado** son los siguientes y se detalla de la siguiente manera: el poder de negociación de los clientes, el poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de productos sustitutos, y por último la rivalidad entre los competidores.

El poder de negociación de los clientes: Como se demuestra en los estudios los consumidores buscan en la actualidad llevar una alimentación más saludable eso nos lleva a ser un servicio de bebidas saludables único y diferenciado, debido a las recetas innovadoras que posee el negocio siendo alto nuestro poder de negociación con los clientes.

El poder de negociación de los proveedores: La Juguería McBueno'S tendrá como abastecedor principal el mercado mayorista Unicachi debido a su alta competitividad de proveedores de frutas, semillas y granos, proveedores entrantes los cuales ofrecen precios al por mayor accesibles. siendo nuestro poder de negociación alto porque se podrá escoger a quien le compramos.

Amenaza de nuevos competidores entrantes: La existencia de dicho nicho de mercado puede hacer que surjan nuevos emprendimientos de juguerías saludables y competencia en el sector. Sin embargo, no se cuenta con competidores directos en la zona lo que es una buena oportunidad de introducir el negocio al mercado.

Amenazas de productos sustitutos: Existe una amenaza de productos sustitutos como lo son las juguerías en el sector que estamos ubicados quienes ofrecen jugos de frutas tradicionales, a diferencia del negocio McBueno'S cuyo producto innovador utilizará frutas, semillas y granos siendo una marca "saludable" que ofrecerá información nutricional.

Rivalidad entre los competidores: En la actualidad existe la tendencia de alimentación saludable, siendo el distrito de Los Olivos una zona donde se encuentra pocos negocios de competencia directa. El cual hace a la marca de Juguería McBueno'S que brinde un valor agregado.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos del **análisis estratégico** son los siguientes y se detalla de la siguiente manera: empresa cuyo nombre comercial será Juguería McBueno'S, consumidores, competencia directa e indirecta y por último los colaboradores de la juguería.

La empresa cuyo nombre comercial será Juguería McBueno'S, nace con la idea de integrar los tres nombres de los socios accionistas y estará ubicada en el distrito de los Olivos, y prestará sus servicios en la zona estratégica de av. Carlos Izaguirre con Panamericana Norte, ofreciendo a los consumidores una opción de alimentación saludable, rápida y accesible. Con el propósito de ayudar a las personas a cambiar sus malos hábitos de alimentación.

Debido a la necesidad del consumidor por mejorar su estilo de vida con respecto a su alimentación. Por ello, el público objetivo con el que se trabajó serán hombres y mujeres entre las edades de 20 a 55 años ya que encontramos según la fuente de INEI, que es mayor el número de población según edades del distrito de Los Olivos. Quienes tienen como características el cuidado de su salud y prefieren consumir alimentos naturales y saludables. Siendo importante desarrollar estrategias para interactuar con este público objetivo.

Figura 35

Ingresos y gastos de Lima Metropolitana 2021.



Nota. La imagen representa los niveles socioeconómicos de Lima metropolitana donde se observa, que en el Grupo 11: Restaurantes y hoteles, alimentos fuera del hogar que los niveles socioeconómicos B y C, generan un gasto de entre 65 a 35 soles y el promedio mensual familiar oscila entre 4.000 a 2000 soles. Tomado de La Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados, (p. 18), 2021.

Actualmente, en la zona de Los Olivos se encuentra con la **competencia directa** como juguerías, fuentes de soda y cafeterías de los cuales son establecimientos que ofrecen productos similares a McBueno'S; en cambio en la **competencia indirecta** son pollerías, cevicherías, chifas, hamburgueserías, chicharronerías, restaurantes de comida, Cabe resaltar que la zona es altamente transitable y se encuentra cerca a centros comerciales como mega plaza, royal plaza, plaza vea y metro.

Competencia directa de la Juguería McBueno'S

Juguería frutería Palacios: Es un comercio peruano que inicio sus actividades económicas el 01 de julio de 2000. Este comercio fue inscrito como persona natural con negocio con dirección: av. Carlos Izaguirre N° 408, el negocio que ofrece jugos de frutas naturales, extractos y sándwich.

Crema Roma: Es una crepería que ofrece a sus consumidores crepes, jugos de frutas, capuchinos, café y demás aperitivos, ideal para ir en grupo su ambiente es agradable y acogedor, ubicado en Av. Carlos Izaguirre N° 749, Los Olivos.

Cafetería blanquita: Ofrece a sus consumidores una lista amplia de cafés y comidas saludables, como también postres y tortas, el lugar tiene acceso para personas con sillas de ruedas y está ubicado en Luis Alva N° 689 Mercurio Los Olivos.

Para mayor análisis se ha trabajado una tabla comparativa de su actividad en canales digitales.

Tabla 27

Actividad en canales digitales de la competencia directa.

	Juguería Frutería Palacios	Crema Roma	Cafetería Blanquita
	FACEBOOK		
Reacciones	139 me gustas	1400 me gustas	651 me gustas
Seguidores	139	1500	668
Última publicación	24 de julio 2022	8 de mayo de 2023	15 de diciembre de 2021
	INSTAGRAM		
Reacciones	No hay presencia	100 me gustas	No hay presencia
Seguidores	No hay presencia	208	No hay presencia
Última publicación	No hay presencia	12 de junio de 2020	No hay presencia
	TIKTOK		
Reacciones	No hay presencia	45 me gustas	No hay presencia
Seguidores	No hay presencia	9	No hay presencia
Última publicación	No hay presencia	16 de junio de 2023	No hay presencia
	PÁGINA WEB		
WEB	Sí tiene	Sí tiene	No tiene

Competencia indirecta de la Juguería McBueno'S

La choza náutica: Restaurant peruano, calificado con una valoración de 3,9 de estrellas sobre su atención y recomendación de los clientes. Cuenta con una comodidad agradable dentro y fuera del local, entrada con acceso para silla de ruedas, recomendable para ir con niños, y con un público usual en grupos; ubicado en el jirón Zeus N° 809, con un horario para brindar servicios de lunes a domingo de 11:00 a.m. – 18:00 p.m.

Punto Marisko: Restaurant cevichería, con una aceptación de 4,4 por sus clientes. Entre sus aspectos destacados cuenta con un ambiente agradable, ofertas en cerveza y vino, recomendado para ir en familia o pareja. Se ubica en el jirón Zeus, urb. Mercurio, N° 822 – Los Olivos. Abierto todos los días de 8:00 a.m.- 18:00 p.m.

El Meromero: Taquería, con una calificación 3,9 de acuerdo con los servicios que brinda a sus comensales, cuenta con un local agradable, recomendable para pasar un momento en familia, se encuentra al costado de la Plaza de Armas de Los Olivos, en la Av. Antúnez de Mayolo N° 845, con horario de atención en todos los días a partir de las 16:00 p.m. 1:00 a.m.

Los colaboradores de la juguería McBueno'S serán personal especializado en control, manejo y procesos de alimentos y bebidas que trabajarán en el área de cocina,

con respecto a el área de atención al cliente los colaboradores contarán con conocimiento y experiencia con el buen trato a los clientes y servicio de delivery, con lo que respecta a los proveedores del negocio serán comerciantes de frutas, semillas y granos, proveedores de descartables, utensilios y menaje.

El entorno en que se maneja el negocio y el continuo avance tecnológico como también el surgimiento de nuevas tendencias de consumo y hábitos, hace que como marca jugaría McBueno'S se adapte a ellos y sea una empresa que con el transcurso del tiempo seguirá innovando en cuanto a productos y servicios.

Los resultados obtenidos de **análisis FODA** se demuestran a continuación:

Figura 36
Análisis FODA de la jugaría McBueno'S

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<i>Producto innovador frente al mercado.</i> <i>Personal capacitado.</i> <i>Uso adecuado de la tecnología.</i> <i>Promociones, ofertas de acuerdo al público objetivo.</i> <i>Buena imagen externa e interna.</i> <i>Calidad de los productos.</i> <i>Publicidad informativa sobre el valor nutricional del producto</i> <i>Buena ubicación.</i>	<i>Pocos negocios que ofrecen productos nutricionales personalizados.</i> <i>El crecimiento de consumo de alimentación saludable.</i> <i>Aumento del uso de las redes sociales.</i> <i>Presentación en ferias y expo ferias para dar a conocer el producto al público.</i> <i>Variedad de frutas regionales del Perú.</i>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<i>Falta de local propio</i> <i>Falta de capital de inversión para el negocio</i> <i>Desconocimiento de la jugaría McBueno'S</i> <i>Desconfianza de parte de los consumidores.</i>	<i>Alto número de competidores indirectos en la zona.</i> <i>Productos sustitutos con bajos precios (gaseosas, bebidas energéticas, etc.)</i> <i>Puestos de desayunos ambulantes.</i> <i>La inseguridad ciudadana.</i> <i>Inflación</i>

Los resultados del planteamiento de los objetivos del plan de marketing son los siguientes:

- Visualizar la marca de la Jugaría McBueno'S, en un 10% en la población del distrito de Los Olivos, a través de estrategias offline por un periodo de 3 meses.
- Posicionar la marca de la Jugaría McBueno'S, en un 10% de los consumidores del distrito de Los Olivos, utilizando estrategias online en un periodo de 6 meses de manera que se pueda obtener una cartera de clientes que sustente el negocio.

Los resultados de las **Estrategias** del plan de marketing son las siguientes:

Estrategia 1: Visualización de la marca Juguería McBueno'S.

Offline:

De la actividad 1: El resultado que se obtuvo fue el diseño del volante de la juguería, donde se destacó los beneficios de las frutas para captar la atención de los consumidores que buscan cambiar sus hábitos alimenticios, consumiendo alimentos más saludables. En la publicidad se aprecia información de los semillas y granos que se ofrecerán y el nombre comercial de la marca y datos de contacto. Y para incentivar a la compra se ofrecerá un descuento del 10 % en la primera semana de apertura.

Figura 37

Creación del volante de la juguería



De la actividad 2: El resultado que se obtuvo fue el diseño del primer afiche donde informaremos a los consumidores del valor nutricional que aporta el consumo de la pitahaya, además invitaremos a los consumidores a visitar y seguir las redes sociales del negocio.

Figura 38
Creación de afiche de la juguería



De la actividad 3: El resultado fue la creación y diseño del banner publicitario que se muestra a continuación, por el cual se eligió colores pasteles y utilizar imágenes de frutas referenciales, brindar información de las ofertas de los nuevos jugos innovadores de frutas, semillas y granos que se ofrecerán.

Figura 39
Creación del banner publicitario



De la actividad 4: El resultado fue la creación y diseño de cupón de fidelización como estrategia para fidelizar a los clientes, válido hasta la quinta visita se les obsequiara un jugo de frutas, para ello deberán llenar su cupón con el sello de compra de la juguería y

presentar a la cajera para verificar su conformidad y obtener su premio. El cual deberán elegir dependiendo de las opciones que ese día se le ofrezca la juguería.

Figura 40
Creación del cupón de fidelización



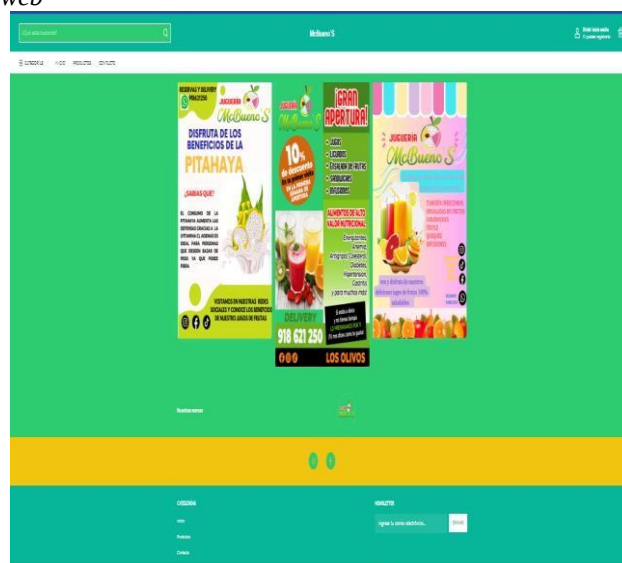
Para concluir con las estrategias de offline los volantes y afiches serán distribuidas afuera del local como también cerca al perímetro de la juguería. El banner publicitario estará en la entrada de la juguería para conocimiento de los consumidores y los cupones de fidelización se harán entrega a la hora del pago de su consumo sellándolo desde su primera visita.

Estrategia 2: Posicionamiento de la marca Juguería McBueno'S.

Online:

De la actividad 5: Para esta actividad los resultados que se obtuvieron fueron la creación y diseño de la página web, se tuvo que crear un correo para poder acceder a ella. Además, la página cuenta con información de contacto, tiene indicadores de fácil acceso y para que conozcan más de la Juguería McBueno'S, se difundió en la parte superior de una galería donde se posicionará el negocio.

Figura 41
Creación de la página web



De la actividad 6: Los resultados que se obtuvieron fueron la creación del perfil de Facebook de la juguería, se subió el logo de la marca como foto de perfil para que puedan reconocer la marca y también se diseñó una portada donde se brindó información de los jugos de frutas, semillas y granos que ofreceremos, la dirección donde está ubicado el negocio. Además, se optó por colocar el botón de WhatsApp para que las personas que quieran comunicarse con nosotros puedan ser redirigidos más fácil al link de la empresa.

Figura 42
Creación de página de Facebook



De la actividad 7: Los resultados de esta actividad fueron la creación de la página de Instagram de la marca, se colocó como imagen de perfil el logo y se realizó dos publicaciones para que pueda tener mayor visualización.

Figura 43

Creación de página de Instagram



De la actividad 8: Los resultados obtenidos de esta actividad fueron la creación de la cuenta de Tiktok, con el nombre comercial de McBueno'S, con una breve descripción del rubro del negocio y se realizaron dos videos publicitarios de la marca que fueron publicados.

Figura 44

Creación de cuenta de Tiktok



De la actividad 9: Los resultados obtenidos de esta actividad fue la creación de correo electrónico, el cual como grupo se decidió que tuviera el rubro del negocio y la denominación de la marca quedando como se muestra a continuación: jugueriamcbuenos@gmail.com el cual se mostrará en todas nuestras redes sociales como información de contacto de la juguería.

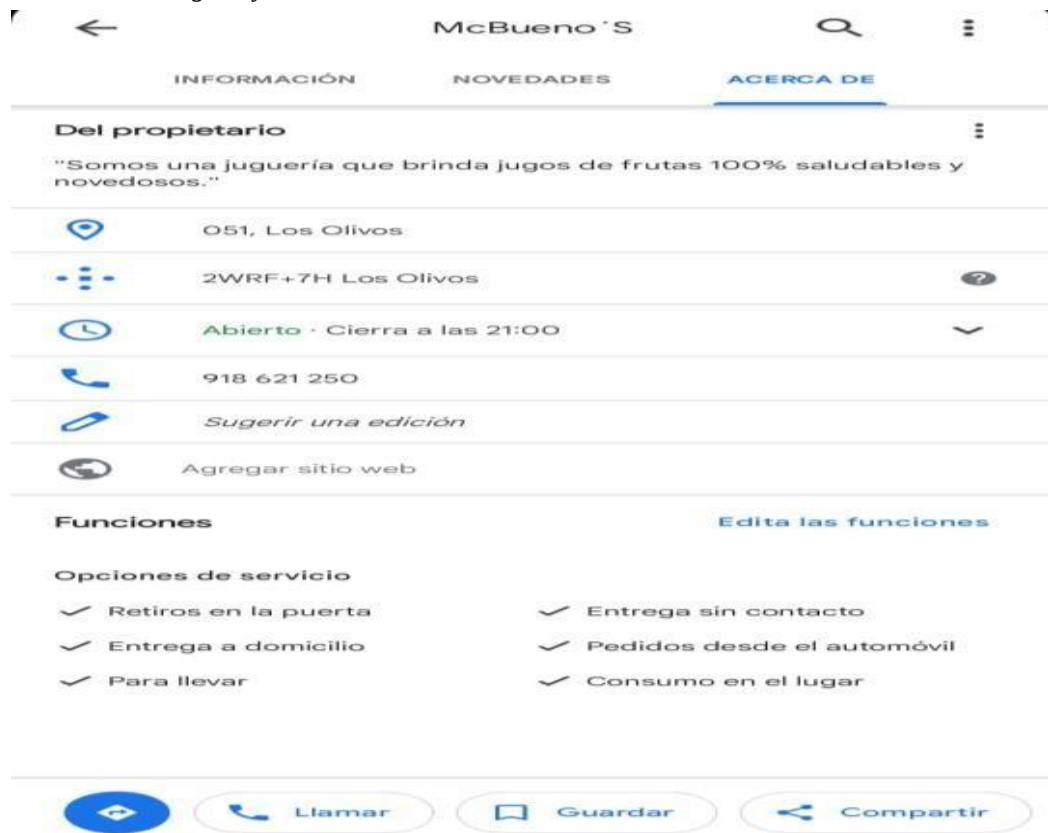
De la actividad 10: Los resultados que se obtuvieron de esta actividad fue la creación de WhatsApp Business, para tener una comunicación escrita rápida con los clientes. Además de ello, también podrán ver el catálogo de los jugos de frutas, semillas y granos que se ofrecerán.

Figura 45
Creación de WhatsApp Business



De la actividad 11: Los resultados obtenidos de esta actividad fue el posicionamiento de la marca en google my business, para que las personas puedan localizarnos más rápido y el cual tendrá información del negocio como teléfono, ubicación, fotos del negocio.

Figura 46
Posicionamiento en Google My Business



Marketing Operativo.

Producto

A continuación, se detallará las propuestas del producto de la Juguería McBueno'S:

Marca: el nombre de la empresa está compuesto de las iniciales del apellido de los integrantes del Trabajo de Aplicación profesional los cuales son Cabos, Bueno y Salvador. como resultado el nombre comercial McBueno'S.

Figura 47
Nombre comercial de la juguería

The diagram shows the brand name 'McBueno'S' in a large, bold, black font. Below the name, there are three blue brackets. The first bracket is under 'Mc' and points to 'MARIA CABOS'. The second bracket is under 'Bueno' and points to 'BUENO'. The third bracket is under 'S' and points to 'SALVADOR'.

Logotipo: Se tuvo en cuenta la combinación del nombre y figuras. De la misma manera se buscó lograr una armonía en los colores, como también se tomó más importancia en el nombre para que pueda quedar grabado en la mente de los consumidores, el cual fue acompañado de frutas y slogan.

Figura 48
Diseño del logotipo y slogan



Slogan: Se buscó describir el valor del producto a través de la calidad, lo que se busca es brindar insumos de primera en óptimas condiciones de los cuales darán como resultado un buen sabor y lo más primordial que serán saludables. El slogan será el siguiente “De buena semilla, buena fruta & de buena fruta, buen jugo”.

Carta: Para la elaboración de la carta de jugos de frutas se tomó en cuenta los cuatro jugos innovadores y los tradicionales, además de otros acompañamientos de la Juguería McBueno’S.

Envase: La presentación será en vasos de 14 onzas y vasos de 16 onzas, de material de cartón, ya que dicho material mantiene la temperatura del jugo, este tendrá el logo de la juguería colocado en la superior del vaso, además se contará con una maquina selladora de vaso que protegerá el jugo de frutas de posibles derrames y mantendrá en buenas condiciones.

Figura 49
Presentación del envase



Adquisición de la fruta: para garantizar que las frutas, semillas y granos sean de buena calidad se evaluó minuciosamente a los posibles proveedores, seleccionando a los que cumplan con los requisitos y normas establecidas para garantizar un producto de buena

calidad. se tomará en cuenta los factores organolépticos los cuales son visión, textura, olor, color, sabor.

Precio

El precio es un sentido más estricto en la suma de valores que se cuantifican en una moneda considerando los costos variables, costos fijos más una ganancia y además el impuesto a las ventas, este resultado es el valor que se cobra por un producto o servicio, que para esta investigación debe tener un valor accesible al público, con una presentación creativa.

Tabla 28

Cuadro con precios de los jugos de la competencia directa e indirecta

COMPETENCIA DIRECTA				COMPETENCIA INDIRECTA			
	Jugos (16oz)	Precios	Venta diaria		Jugos/A&B	Precios	Venta diaria
Juguería "Miriam"	Papaya	S/6.00	5 a 8 Jugos	Restaurant Frucaté	Granadilla	S/9.00	2 a 4 Jugos
	Mango	S/7.00	3 a 5 Jugos		Lúcuma	S/9.00	3 a 5 Jugos
	Piña	S/7.00	5 a 8 Jugos		Melón	S/9.00	2 a 4 Jugos
	Fresa	S/7.00	5 a 8 Jugos		Mango	S/9.00	3 a 5 Jugos
	Surtido	S/8.00	3 a 5 Jugos		Naranja	S/9.00	4 a 7 Jugos
	Especial	S/10.00	3 a 5 Jugos		Papaya	S/9.00	4 a 7 Jugos
					Guanábana	S/11.00	2 a 4 Jugos
Juguería Sangucheria "Nayeli"	Papaya	S/7.00	6 a 9 Jugos		Surtido	S/11.00	3 a 5 Jugos
	Naranja	S/6.00	8 a 10 Jugos		Especial	S/13.00	3 a 5 Jugos
	Piña	S/7.00	5 a 8 Jugos	Pescados y Mariscos "Poseidón"	Menú Marino	S/15.00	7 a 10
	Surtido	S/8.00	4 a 7 Jugos		Platos Carta	15 a 20	5 a 9
	Especial	S/10.00	4 a 7 Jugos		Jugos	7 a 10	4 a 7 Jugos
	Fresa/Leche	S/10.00	5 a 8 Jugos	Pollos y Parrilas "D'Gomez"	1/4 de pollo	S/14.00	10 a 15 Pollos
	Mango/Leche	S/10.00	4 a 7 Jugos		Mostrito	S/20.00	7 a 10
Carritos Fruterios	Lúcuma/Leche	S/10.00	4 a 7 Jugos	Restaurat Venezolano "Catira"	Salchipapa	S/9.00	5 a 9
	Naranja	S/2.00	10 a 15 bot.		Arepas	S/5.00	6 a 10
	Piña	S/1.50	8 a 12 bot.		Cachapa	S/12.00	4 a 7
	Papaya	S/1.50	10 a 15 bot.	Carritos Desayuneros	Café	S/3.00	6 a 10
	Rodaja de piña	S/2.00	15 a 20		Pan con relleno	S/1.50	40 a mas
	Rodaja/papaya	S/1.50	15 a 20		Bebida caliente	S/1.50	40 a mas
	Ensalada de fruta	S/4.50	13 a 16				

De acuerdo con lo que se observa en la Tabla 28 el precio de las competencias directas se encuentra alejados de la ubicación de la juguería McBueno'S y en el caso de las competencias indirectas si se encuentra más cerca. Por lo tanto, los precios de las competencias están acorde a la economía de cada familia del distrito, entonces al evaluar dichas competencias, se propone elaborar la estrategia de precios para la juguería McBueno'S.

Las estrategias de precios de la Juguería McBueno’S. De acuerdo con lo presentado y analizado anteriormente se debe considerar que los precios de la juguería se adapten a las necesidades y preferencias de los consumidores considerando el valor agregado de los jugos de las frutas, semillas y granos que se ofrecerá, es importante considerar que no se encontró en la competencia ningún jugo con frutas, semillas y granos regionales. De esta manera se puede indicar que la estrategia precio que se planteará será basada en la diferenciación por el valor agregado que tendrá el producto para los consumidores. A continuación, se mencionará las estrategias de precios que se utilizarán:

- Valor agregado del producto
- Análisis de los precios de la competencia
- Costos de producción de los jugos y gastos administrativos
- Nivel socioeconómico de los consumidores, según el estudio de mercado

De tal modo, que para fijar el precio de los jugos se tendrá como estrategia principal el valor agregado que la juguería McBueno’S ofrecerá. Además, según la tabla 28 los precios de la competencia oscilan desde 6 a 13 soles, de la misma manera sobre el estudio de mercado se obtuvo información sobre los precios que estarían de acuerdo en pagar los consumidores como se observa en la tabla 40 el mayor número de porcentajes demuestra que los precios que estarían dispuestos a pagar oscilan desde 6 a 9 soles.

Considerando todos estos factores, como la comparación de precios de la competencia, estudio de mercado y el valor del producto la estimación del precio de los jugos de frutas de la juguería será de un aproximado de 8 a 12 soles. Además, se utilizará la siguiente fórmula para calcular el precio de venta: $[PV = \text{Costo de venta} / (1 - \% \text{ Margen})]$.

Tabla 29
Cuadro de precios de las 4 recetas de jugos

Nombre	Precios de Jugos			
	Costo		Precio Venta	
La poderosa	S/	2.98	S/	10.00
La fabulosa	S/	2.65	S/	9.00
La maravillosa	S/	2.90	S/	10.00
La majestuosa	S/	3.32	S/	12.00

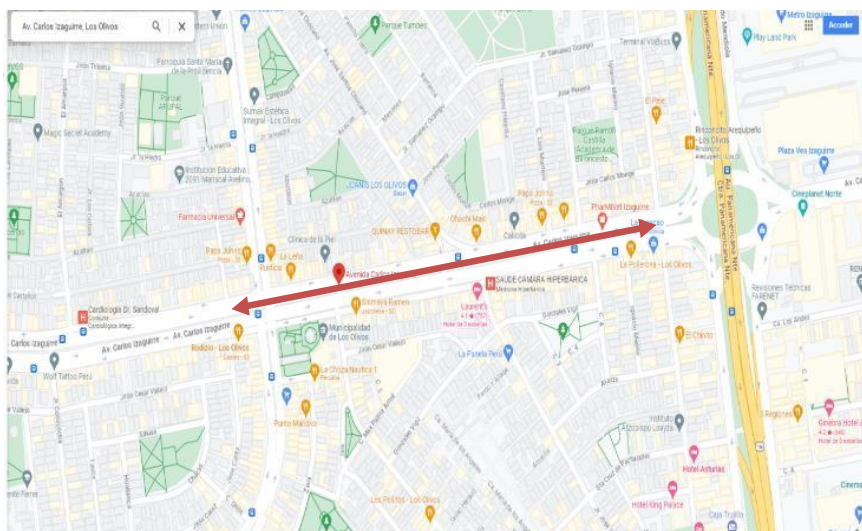
Nota. para poder definir el precio de venta se aplicó la fórmula del descuento comercial y se consideró agregar un margen del 70% lo cual dio como resultado los precios de la tabla 29 y se puede concluir que los mismos se encuentran dentro del rango de precios del mercado.

Plaza

La Juguería McBueno'S, se ubicará geográficamente en las Av. Carlos Izaguirre con Panamericana Norte. (Municipalidad Distrital de Los Olivos).

Figura 50

Ubicación de la juguería McBueno'S.



Nota. Imagen referencial de la zona estratégica donde estará ubicada la juguería McBueno'S. Tomada de Google Maps.

Promoción

Para el desarrollo de la juguería McBueno'S, acordamos que se ofrecerá las siguientes promociones:

- Descuento de 10% de la compra a los 10 primeros comensales que ingresen en días festivos (día del amor y día de la Madre) para poder fidelizarlos.
- Proporcionar tarjeta de socio la cual indique la cantidad de visitas y a la 5ª visita obtendrá un juguete gratis bajo condiciones y restricciones de la empresa.
- Happy hour (2x1) en jugos a elección del consumidor durante las horas de 13:00 a 17:00 horas en los lunes y martes.
- Realizar degustaciones durante la marcha blanca, iniciando la apertura del negocio durante el periodo de dos semanas en los lunes, martes y miércoles.

De la activad 12: Para el estudio de mercado se realizó la matriz de formulación como instrumento de encuesta, para medir la aceptación de los jugos saludables McBueno'S a base de frutas, semillas y granos regionales que constará de 15 preguntas. (véase Apéndice C)

De la actividad 13: Aplicación del instrumento de la encuesta. Se aplicó la encuesta de forma directa a las personas que concurrieron a las juguerías cerca al lugar donde se ubicará la juguería “McBueno’S” a base de frutas, semillas y granos regionales, la cual será en la Av. Carlos Izaguirre cruce con Panamericana Norte en el distrito de Los Olivos.

Análisis y resultados

Para obtener los resultados sobre la información que manejan las personas acerca del valor nutricional de las frutas, se recurrió a plantear estas dos preguntas que servirán para el **objetivo 1: identificar los beneficios de las frutas, semillas y granos regionales**.

Tabla 30

Pregunta sobre el valor nutricional de los jugos de frutas regionales.

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Sí	77	96%
	No	3	4%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 30 el 96% de personas consideraron tener interés de conocer el valor nutricional de las frutas a través de la publicidad informativa en el propio lugar y el 4% no consideraron prioritario ya que iban a consumir lo que les gusta.

Figura 51

Porcentaje de respuestas ¿Te gustaría conocer el valor nutricional de los jugos de frutas regionales a través de publicidad informativa en el local?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta al público si le gustaría el valor nutricional de los jugos de frutas regionales.

Interpretación. El 96% de los encuestados manifestaron que les interesa conocer el valor nutricional de las frutas para poder tomar una buena decisión al momento de solicitar un jugo saludable. Por lo que a diferencia del 4% de consumidores no consideraron como

importante. Se puede decir que hay actualmente un mayor número de personas que está siendo más consiente en su alimentación y en conocer lo que consume.

Tabla 31

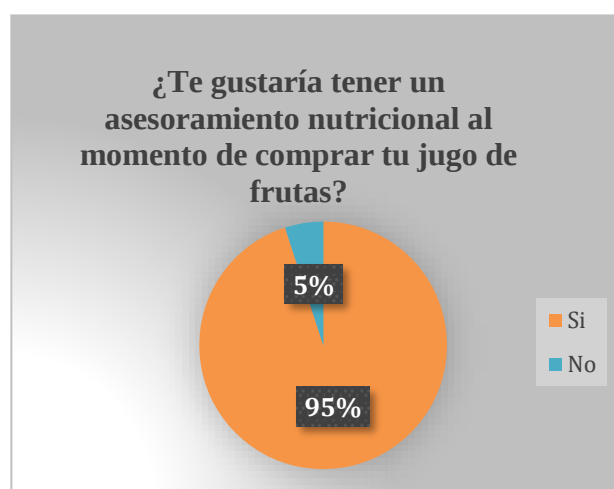
Pregunta sobre asesoramiento nutricional.

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Sí	76	95%
	No	4	5%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 31 el 95% de las personas les gustaría tener asesoramiento al momento de hacer realizar su compra, de manera que solo el 5% manifestó no interesarle la propuesta de recibir asesoramiento nutricional.

Figura 52

Porcentaje de Respuestas: ¿Te gustaría tener un asesoramiento nutricional al momento de comprar tu jugo de frutas?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta si le gustaría tener un asesoramiento nutricional

Interpretación. Del 100% de encuestados, como muestra la figura 52, las personas que consideraron **SÍ** como respuesta fueron quienes, si tienen una necesidad de salud y justo necesitan alimentos con las bondades del jugo, al contrario, las personas que manifestaron **NO**, es porque ya habían decidido consumir los jugos ya sea por un gusto o un antojo en ese momento.

A continuación, para obtener los resultados para el **objetivo 2: el cual es el desarrollo de las nuevas recetas innovadoras de jugos de frutas** se plantearon cuatro preguntas para identificar las preferencias y los hábitos de consumo de los clientes.

Tabla 32

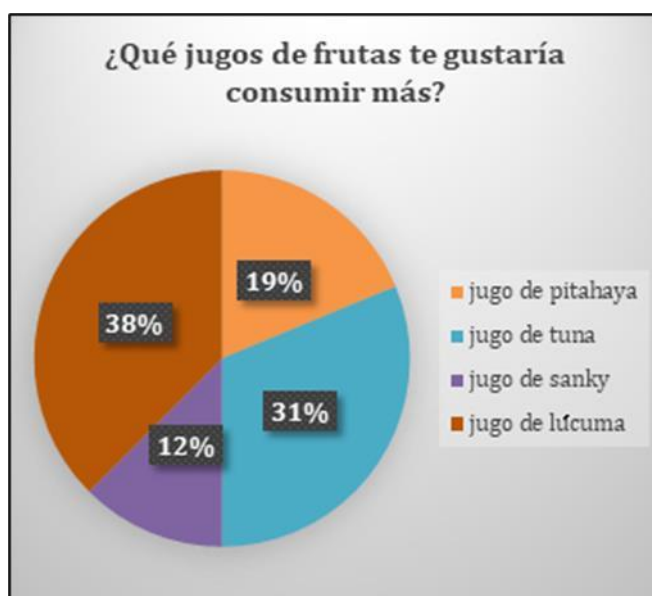
Pregunta: ¿Qué jugos de frutas te gustaría consumir más?

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Jugo De Pitahaya	15	19%
	Jugo De Tuna	25	31%
	Jugo De Sanky	10	12%
	Jugo De Lúcura	30	38%
Total		80	100%

Nota: Se observa en la tabla 32 que el jugo de fruta de lúcura es el más solicitado con un 38%, luego le sigue el jugo de tuna con un 31%, posteriormente el jugo de pitahaya con 19% y por último el jugo de sanky con un 12%.

Figura 53

Porcentaje de respuestas: ¿Qué jugos de frutas te gustaría consumir más?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta ¿Qué jugos de frutas te gustaría consumir más?

Interpretación. Como se observa el mayor porcentaje se encontró en las personas de eligieron el jugo de lúcura, debido que reconocen la fruta y su sabor. A diferencia de los jugos pitahaya, tuna y sanky que no tienen referencias, pero comentaron tener interés en poder degustar y apreciar el sabor de los jugos antes mencionados.

Tabla 33

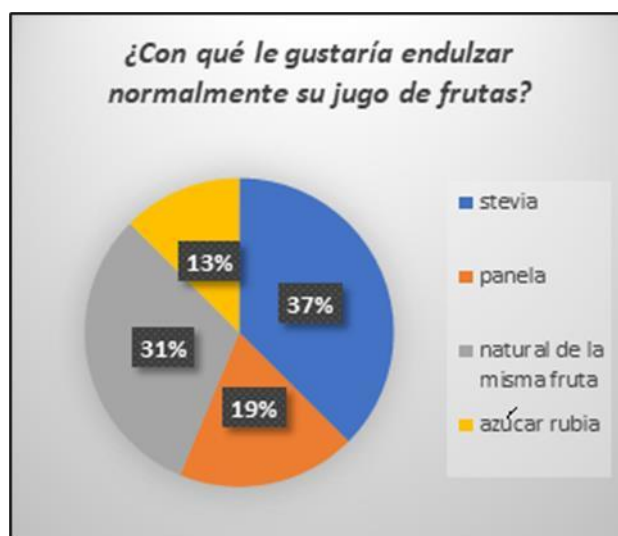
Pregunta: ¿Con qué le gustaría endulzar normalmente su jugo de frutas?

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Stevia	30	37%
	Panela	15	19%
	Natural De La Misma Fruta	25	31%
	Azúcar rubia	10	13%
	Total	80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 33 el 37 % prefirió endulzar su jugo con stevia, el 31% eligió consumir su jugo de manera natural sin añadir ningún endulzante, el 19% le gustaría endulzar con panela y por último un 13% con azúcar rubio.

Figura 54

Porcentaje de respuestas: ¿Con qué le gustaría endulzar normalmente su jugo de frutas?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta ¿Con qué le gustaría endulzar normalmente su jugo de frutas?

Interpretación. Como se observa la stevia fue la opción con mayor porcentaje por las personas quienes consideraron que es mucho mejor para su salud, posteriormente también hubo personas que comentaron que prefieren consumir los jugos sin ningún endulzante sino disfrutar del dulzor propio de la fruta, seguido se encontró que la panela también estuvo dentro de las tres primeras opciones aquellas personas que la eligieron comentaron que este endulzante es natural y muy recomendado pero su valor de costo es un poco más alto y por ultimo hubieron que se decidieron por el azúcar rubia.

Tabla 34

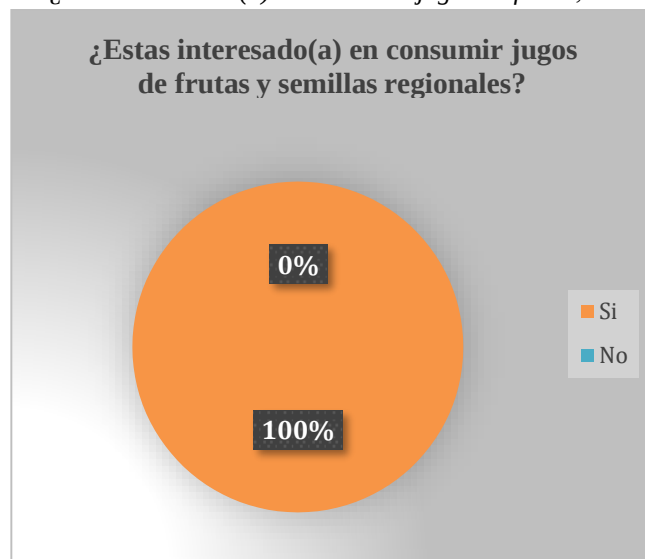
Pregunta: ¿Estás interesado(a) en consumir jugos de frutas, semillas y granos regionales?

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Si	80	100%
	No	0	0%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 34 el 100% considero que si están interesados en consumir jugos de frutas y semillas y granos regionales.

Figura 55

Porcentaje de respuestas: ¿Estás interesado(a) en consumir jugos de frutas, semillas y granos regionales?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta ¿Estas interesado(a) en consumir jugos de frutas, semillas y granos regionales?

Interpretación. El 100% de encuestados, si consideran importante incluir en su alimentación el consumo de jugos de frutas, semillas y granos regionales. Además de ello mencionan, que la comercialización de jugos podría ser una idea de negocio interesante ya que ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas, en la actualidad se encuentran más negocios de comida rápida o también llamada comida chatarra que lugares de alimentación saludable.

Tabla 35

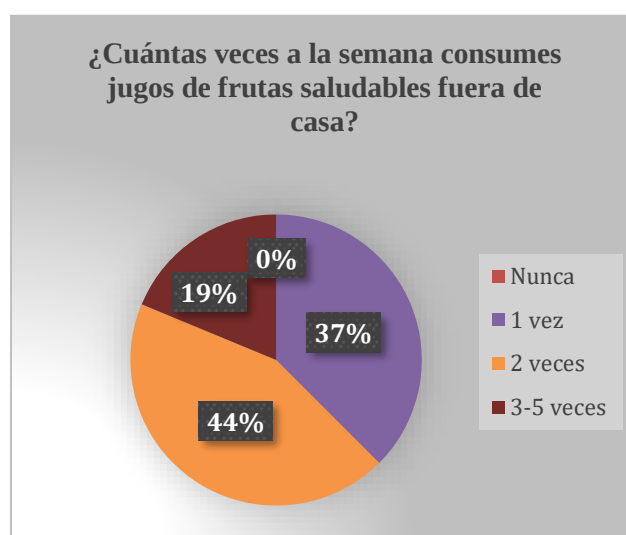
Pregunta sobre frecuencia de consumo de jugos de frutas saludables.

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Nunca	0	0%
	1 vez	30	37%
	2 veces	35	44%
	3 - 5 veces	15	19%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 35 el 37% de personas consume jugo de frutas naturales (1 vez a la semana), el 44% consume (2 veces a la semana), el 19 % de personas consume (3 a 5 veces a la semana).

Figura 56

Porcentaje de respuestas ¿Cuántas veces a la semana consumes jugos de frutas saludables fuera de casa?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta ¿Cuántas veces a la semana consumes jugos de frutas saludables fuera de casa?

Interpretación. Como se observa en la figura 56 del 100% encuestados, el mayor porcentaje fue de personas que consumen jugos de frutas 2 veces por semana, posteriormente están las personas que consumen jugos de frutas 1 vez por semana, seguido también tenemos a las personas que consumen jugos de frutas de 3 a 5 veces por semana.

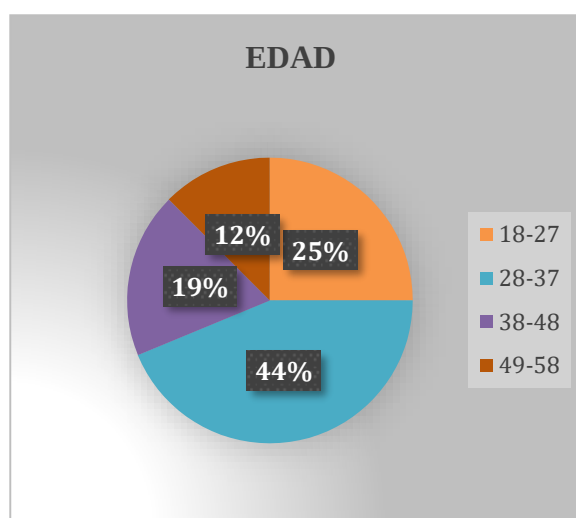
A continuación, para obtener los resultados para el **objetivo 3, el cual es la elaboración del plan de marketing** se plantearon nueve preguntas con el fin de conocer los datos geográficos del público objetivo y las 4 P del marketing.

Tabla 36
Edad

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	18-27	20	25%
	28-37	35	44%
	38-48	15	19%
	49-58	10	12%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 36 el 44% de personas tienen la edad de (28 a 37 años), el 25% tienen de (18 a 27 años), el 19 % tienen (38 a 48 años), y por último el 12% tienen (49 a 58 años).

Figura 57
Porcentaje Edad



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta de rango de edad

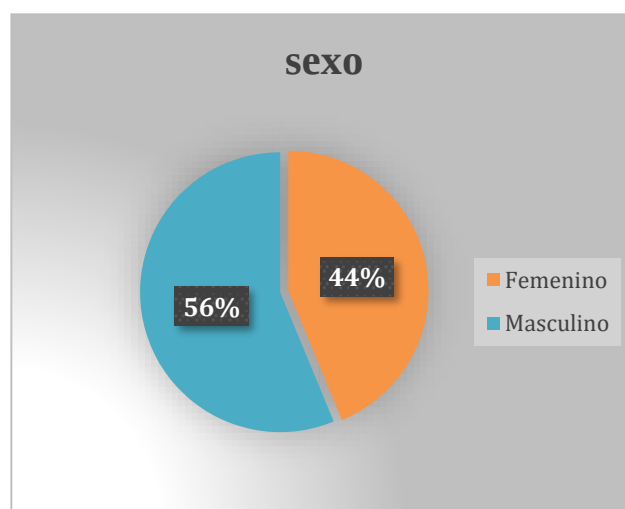
Interpretación. Del 100% de encuestados, el mayor porcentaje fue de personas entre las edades de 28 a 37 años quienes serán el público más recurrente al negocio, seguido tenemos a las personas entre las edades de 18 a 27 años quienes son un público consumidor más joven, luego tenemos a los consumidores entre las edades de 38 a 48 años y por último están las personas entre las edades de 49 a 58 años.

Tabla 37
Sexo

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Femenino	35	44%
	Masculino	45	56%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 37 el 56% de los encuestados fue masculino y el 44% fue femenino.

Figura 58
Porcentaje Sexo



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta de sexo

Interpretación. Del 100% de encuestados, se apreció que el mayor porcentaje fue del sexo masculino.

Tabla 38
Distrito donde vive

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Los Olivos	75	94%
	Otros	5	6%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 38 el 94% de las personas fueron residentes de Los Olivos y el 6% de personas fueron personas de otros distritos quienes se encontraban por trabajo o de visita.

Figura 59
Distrito donde vive



Interpretación. Del 100% de encuestados, el mayor porcentaje como se observa en la figura fue de personas que viven en los Olivos. Como también el 6% fue de personas que viven en zonas aledañas.

Tabla 39

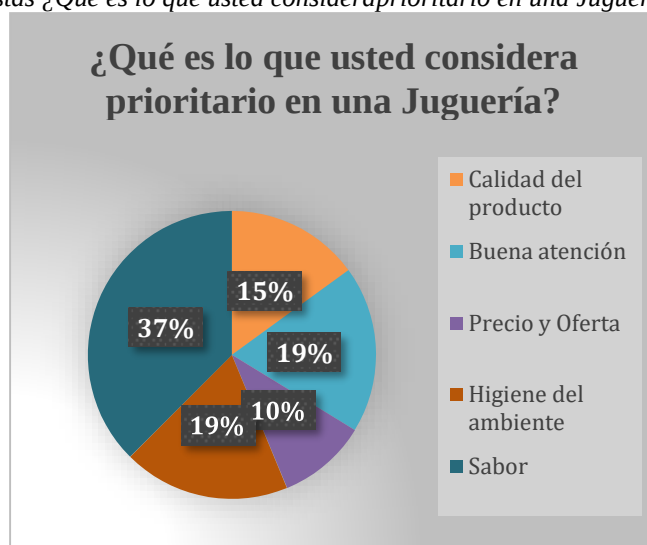
Pregunta: ¿Qué es lo que usted considera prioritario en una Juguería?

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Calidad del producto	12	15%
	Buena atención	15	19%
	Precio y Oferta	8	10%
	Higiene del ambiente	15	19%
	Sabor	30	37%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 39, el 37 % de personas respondieron el sabor, el 19% de personas consideraron la higiene y de la misma manera el 19% considero la buena atención, seguido el 15% la calidad del producto; y por último el 10% considero el precio y oferta.

Figura 60

Porcentaje de respuestas ¿Qué es lo que usted considera prioritario en una Juguería?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta ¿Qué es lo que usted considera prioritario en una Juguería?

Interpretación. Del 100% de encuestados, se aprecia en la figura con mayor número fue la opción del sabor del jugo de frutas, pero también hubo el mismo resultado para las personas que consideraron la higiene del ambiente y la buena atención, seguido de ello el otro porcentaje manifestó que es importante la calidad del producto y por último están las personas que consideraron el precio y la oferta.

Tabla 40

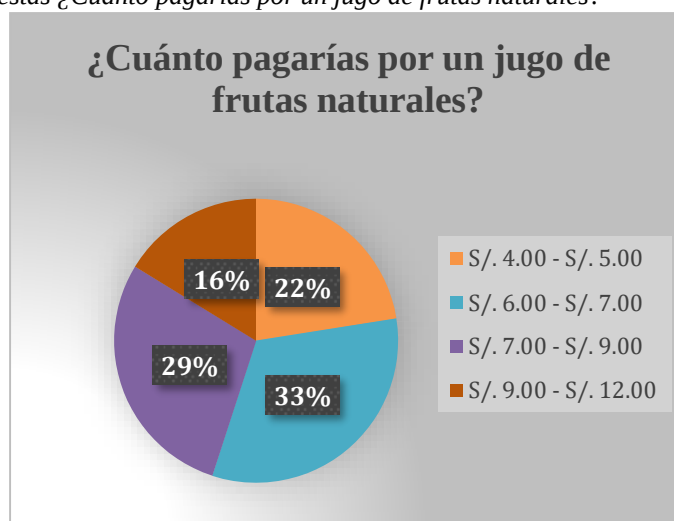
Pregunta: ¿Cuánto pagarías por un jugo de frutas naturales?

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	S/. 4.00 - S/. 5.00	18	22%
	S/. 6.00 - S/. 7.00	26	33%
	S/. 7.00 - S/. 9.00	23	29%
	S/. 9.00 - S/. 12.00	13	16%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 40, el 33% respondieron que pagarían 6.00 a 7.00 soles, el 29% de respondieron que pagarían de 7.00 a 9.00 soles, el 22% pagaría de 4.00 a 5.00 soles, y por último el 16% pagaría de 9 a 12 soles.

Figura 61

Porcentaje de respuestas ¿Cuánto pagarías por un jugo de frutas naturales?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta ¿Cuánto pagarías por un jugo de frutas naturales?

Interpretación. Como se aprecia en la figura del 100% de encuestados, el mayor porcentaje de respuesta fue de las personas que pagarían de 6.00 a 7.00 soles y el que obtuvo menor porcentaje fue de las personas que respondieron que pagarían de 9.00 a 12.00 soles.

Tabla 41

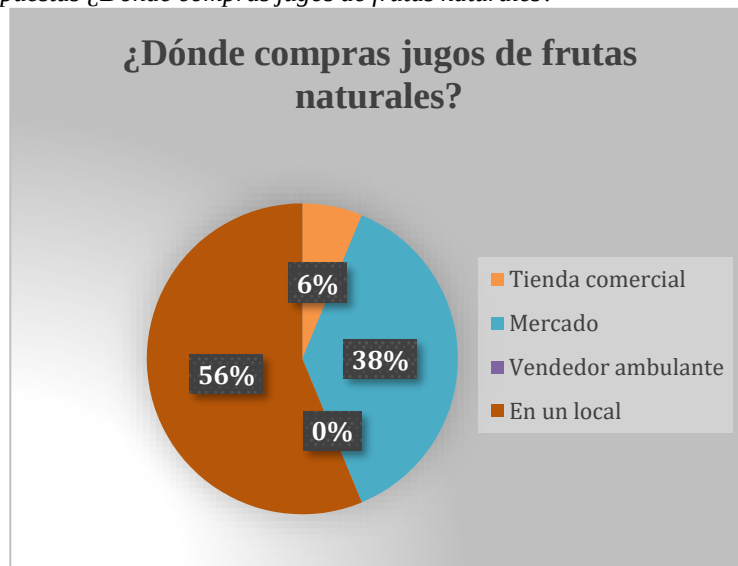
Pregunta: ¿Dónde compras jugos de frutas naturales?

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Tienda comercial	5	6%
	Mercado	30	38%
	Vendedor ambulante	0	0%
	En un local	45	56%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 41, el 56% indicó que consumen jugos de frutas en un local, el 38% en un mercado y el 6% en un centro comercial, además de los encuestados nadie considero la pregunta de vendedor ambulante.

Figura 62

Porcentaje de respuestas ¿Dónde compras jugos de frutas naturales?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta ¿Dónde compras jugos de frutas naturales?

Interpretación. Del 100% de los encuestados, la respuesta que tuvo mayor porcentaje fue de las personas que realizan su compra en un local. Seguido de ello, también hubo las personas que consumen jugos de frutas en los puestos de juguerías en el mercado y por último están las personas que por el poco tiempo que tienen compran sus jugos de frutas a los vendedores ambulantes.

Tabla 42

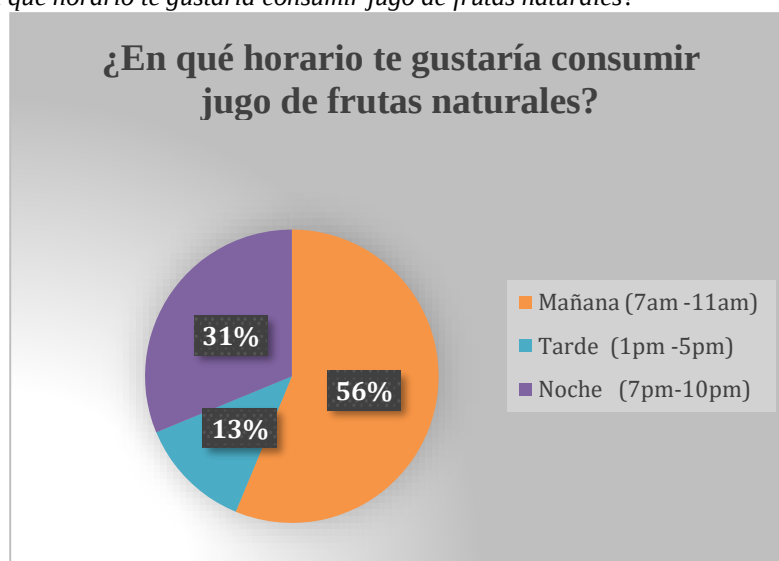
Pregunta: *¿En qué horario te gusta consumir jugo de frutas naturales?*

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Mañana (7 am -11 am)	45	56%
	Tarde (1 pm -5 pm)	10	13%
	Noche (7 pm-10 pm)	25	31%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 42, el 56% indicó que les gusta consumir jugos de fruta en las mañanas, el 31% respondió que por las noches y el 13% indicaron que por las tardes

Figura 63

Porcentaje *¿En qué horario te gustaría consumir jugo de frutas naturales?*



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta *¿En qué horario te gustaría consumir jugo de frutas naturales?*

Interpretación. Del 100 % de encuestados, la respuesta con mayor porcentaje fue de las personas que les gusta consumir jugo de frutas por las mañanas en el horario de 7 am a 11 am, siendo importante para ellos empezar su día con un buen desayuno. También hubo personas que prefieren consumir por las noches en el horario de 7 pm a 10 pm, y por último el porcentaje con menos respuesta fue de las personas que consumen su jugo de frutas en el turno de la tarde en el horario de 1 pm a 5 pm.

Tabla 43

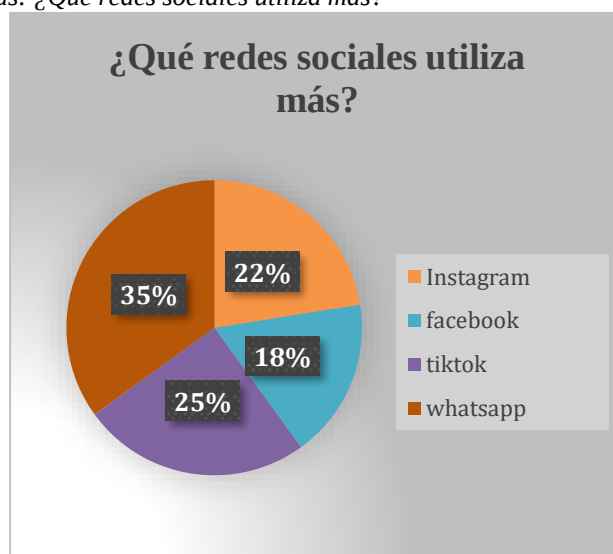
Pregunta: ¿Qué redes sociales utiliza más?

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	Instagram	18	22%
	Facebook	14	18%
	Tiktok	20	25%
	WhatsApp	28	35%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 43, el 35% indicó que utiliza más WhatsApp, el otro 25% utiliza Tiktok, seguido con un 22% está el Instagram y por último en 18% manifestó que utiliza más Facebook

Figura 64

Porcentaje de respuestas: ¿Qué redes sociales utiliza más?



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta ¿Qué redes sociales utiliza más?

Interpretación. Del 100% de encuestados, se encontró que la red social que más utilizan las personas fue WhatsApp porque los mantiene comunicados de una manera más rápida y algunos comentaron que lo utilizan más por trabajo. Además, la respuesta que tuvo menos porcentaje fue de las personas que utilizan el Facebook.

Tabla 44

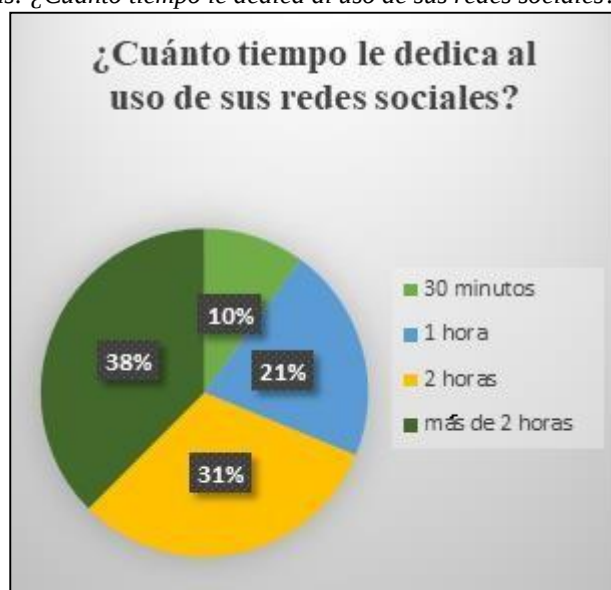
Pregunta: *¿Cuánto tiempo le dedica al uso de sus redes sociales?*

	Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Válidos	30 minutos	8	10%
	1 hora	17	21%
	2 horas	25	31%
	más de 2 horas	30	38%
Total		80	100%

Nota: Como se observa en la tabla 44, el 38% indicó que utiliza las redes sociales más de 2 horas al día, el 31% dedica tiempo de 2 horas, el 21% considero que utiliza 1 hora las redes sociales y el 10% respondió que utiliza como mínimo 30 minutos del día.

Figura 65

Porcentaje de respuestas: *¿Cuánto tiempo le dedica al uso de sus redes sociales?*



Nota: Porcentaje de respuestas a la pregunta *¿Cuánto tiempo le dedica al uso de sus redes sociales?*

Interpretación. Del 100% de los encuestados, la respuesta con mayor porcentaje de las personas que respondieron fue quienes utilizan más de 2 horas al día el uso de redes sociales y la respuesta que tuvo menos porcentaje fue de las personas que utilizan las redes sociales solo 30 minutos al día como mínimo.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Podemos concluir que al identificar los beneficios que aportan la selección de las frutas, semillas y granos regionales a la salud, los jugos saludables presentados como opción de mejorar la salud y prevenir futuras enfermedades, han sido aceptados por los potenciales consumidores, ya que las vitaminas y minerales que aportan son una necesidad primordial para la salud del ser humano. Es así como esta investigación cumple con ser una propuesta técnica viable, hay relevancia, también existe aplicación práctica, y evidencia del desarrollo de competencias de los egresados.

Se dan tres conclusiones de acuerdo con los objetivos señalados:

- a. Identificar los beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos regionales: como se evidencia en el presente trabajo, presentan propiedades y compuestos que tienen beneficios para la salud de las personas como se demuestra en las tablas comparativas 12 y 13 de las frutas, semillas y granos, es decir las propiedades que aportan son vitaminas, minerales, agua, fibra entre otras y los beneficios que brindarán serán el poder controlar los niveles de azúcar en la sangre, ayudan a prevenir el envejecimientos de las células, mejora el sistema digestivo, relaja el sistema nervioso entre otras mejorando así la calidad de vida de las personas. Además de ello, gracias a las cuatro entrevistas que se realizó a las profesionales de nutrición quienes validaron que, si es importante el consumo de jugos de frutas, semillas y granos, como se demuestra en la actividad 4 en las tablas (16, 17, 18 y 19).
- b. Desarrollo de nuevas recetas innovadoras de jugos de frutas, semillas y granos regionales: Se desarrolló las 4 nuevas recetas de jugos de frutas, semillas y granos, por recomendación de la especialista como se demuestra en la actividad 4 en las siguientes tablas 25, 26, 27 y 28, comprobándose el grado de aceptación, utilizando encuestas, entrevistas y degustaciones. Por lo cual, se concluye que de las entrevistas que se realizó a las juguerías, se pudo resaltar que por la zona potencial donde se trabajaría existen pocas juguerías con la temática de juguería saludable las cuales son paraíso frutal como se demuestra en la tabla 21 y también la juguería jugos medicinales la cual se muestra en la tabla N° 24, considerándose así un potencial negocio por la demanda y aceptación de los potenciales consumidores.

- c. Plan de marketing de la juguería: la investigación realizada del análisis del mercado demuestra una necesidad por parte de los consumidores de adquirir y cambiar sus hábitos alimenticios, como se demuestra en la encuesta en la pregunta 7 en la tabla 34 el 100 % se encuentra interesado en consumir jugos de frutas, semillas y granos regionales, siendo así la juguería McBueno'S un negocio con un alto poder de negociación para las personas, debido a sus precios que se encuentran accesibles y acorde del mercado como se puede apreciar en la tabla 29, buscando así posicionarnos como una propuesta de valor más saludable y asequible. Por ello, el público objetivo serán hombres y mujeres de 20 a 55 años de los niveles socioeconómicos B y C, quienes tienen características de cuidado de su salud y prefieren consumir alimentos naturales. Así mismo, las estrategias de marketing para alcanzar la visualización y posicionamiento, se encuentra atractiva ante la vista de las personas como se demuestra en la aplicación del instrumento de la encuesta realizada a los consumidores en la pregunta 1 de la encuesta en la tabla 30, donde las personas muestran una aceptación del 96% por conocer el valor nutricional de los jugos de frutas a través de publicidad informativa, se realizó publicidad offline las cuales fueron volantes, afiches, banners y cupones de fidelización, también como publicidad online se realizó la creación de plataformas digitales como Facebook, Instagram, Tiktok.

Recomendaciones

Se mostrarán a continuación:

- a. Seguir investigando acerca de los beneficios de nuevas frutas, semillas y granos, para seguir innovando y creando nuevas recetas que se puedan añadir a la carta de jugos, para así poder seguir promoviendo el consumo de alimentos saludables, que ayudarán a preservar la salud de las personas.
- b. Lograr un posicionamiento como marca saludable, debido que se encuentra pocas jugarías con la temática de jugos saludables, siendo favorable para poder captar al público que busca consumir bebidas saludables y no dañaran su salud.
- c. Que las instituciones públicas y privadas, como centros de salud y los profesionales en nutrición a seguir fomentando e incentivando a la población peruana a cambiar sus hábitos alimenticios y mejorar su estilo de vida, consumiendo de alimentos más saludables que van a contribuir a la mejora de su salud.
- d. Continuar realizando encuestas a los consumidores porque al final son ellos quienes nos brindarán información acerca de las mejoras que se deben implementar, tanto para el producto como el servicio que se brindará. Lo cual servirá para seguir agregando más valor a la propuesta saludable presentada.

Referencias Bibliográficas

- Agencia Peruana de Noticias Agraria. (2020). *El sanky, la fruta del Ande peruano que tiene múltiples beneficios para la salud*. Agraria. <https://agraria.pe/noticias/el-sanky-la-fruta-del-ande-peruano-que-tiene-multiples-benef-20892>
- Asamblea Nacional de las Naciones Unidas. (2021). *Las frutas y verduras, elementos esenciales de tu dieta*. Plataforma Digital Única para Orientación al Ciudadano. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/campa%C3%B1as/4059-las-frutas-y-verduras-elementos-esenciales-de-tu-dieta%7D>
- Asociación de exportadores ADEX. (2022). Adex: Perú fue el proveedor mundial N° 9 de frutas en el 2022. *Nota de prensa ADEX*. <https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/adex-peru-fue-el-proveedor-mundial-n-9-de-frutas-en-el-2021/>
- Astudillo, Z. (2023). Foro Economía Verde y Desarrollo Sostenible: así fue el primer evento organizado por Forbes Perú en 2023. *Forbes Perú*. <https://forbes.pe/sostenibilidad/2023-05-23/foro-economia-verde-y-desarrollo-sostenible-asi-fue-el-primer-foro-organizado-por-forbes-peru-en-2023>
- Ayala, K., Lupaca, Y., & Quispe, Y. (2020). *Formulación de un plan de negocios para una juguería temática-ecológica en la ciudad de Tacna, 2020*. [Tesis pregrado, Instituto de Educación Superior Privado John Von Neumann]. Repositorio Institucional. <https://repositorioapi.neumann.edu.pe/server/api/core/bitstreams/973db6b3-88f9-4cda-9835-a31b9690327e/content>
- Bardales, L & Pantoja, M. (2009). *Aprendizaje basado en problemas (ABP) y el rendimiento académico de estudiantes de tecnología médica de una universidad peruana – 2020*. [Tesis de Maestría, Universidad Privada Norbert Wiener] https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/5180/T061_42179225_41282278_M.pdf?sequence=1
- Brack, A. (s/f). *Ficha descriptiva de frutales*. Portal del MIDAGRI. <https://www.midagri.gob.pe/portal/32-sector-agrario/frutas>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (s/f). *Súper Cañihua*. PROMPERÚ. <https://sites.peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-canihua>

- El Peruano (2018). *Decreto Supremo N.º 012-2018-SA*. Plataforma digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/produce/normas-legales/185544-012-2018-sa>
- Diccionario de Americanismos (2010). Asociación de academias de la lengua española. <https://www.asale.org/damer/juguer%C3%ADa>
- Diccionario de la Real Lengua Española. (2022). Real Lengua Española. <https://dle.rae.es/juguer%C3%ADa>
- Espinoza, S. (2021). *Plan de Negocio Cadena de Juguería al paso (formato de barra)*. [Programa de Maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional UPC.
- Fajardo, C., Palomino, P., Ruíz, A., & Samame, F. (2022). *Propuesta para Fomentar el Consumo de Jugos de Frutas hacia una Alimentación Saludable y Práctica*. [Tesis Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de la PUCP. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3113704>
- Fernández, M. (2021). *Sanky, el fruto andino rico en vitamina C y potasio que muy pocos conocen*. Agencia Peruana de Noticias ANDINA. <https://andina.pe/agencia/noticia-sanky-fruto-andino-rico-vitamina-c-y-potasio-muy-pocos-conocen-864982.aspx>
- Garzón, L. (2020). *El 85% de los peruanos se preocupan por tener una alimentación más saludable*. Periódico Noticias ATV. <https://www.atv.pe/noticia/peruanos-se-preocupan-por-tener-una-alimentacion-mas-saludable>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6º ed.). Mc Graw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística e Información. (2022). *Perú: Enfermedades No Transmisibles 2022*. <https://acortar.link/N0tVwq>.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). *Actividad de Restaurantes creció 9,28% en enero de este año*. Nota de Prensa del INEI. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/actividad-de-restaurantes-crecio-928-en-enero-de-este-ano-14312/>

- Instituto Nacional de Salud. (2021). *INS recomienda desayunos preparados con semillas y granos andinos en tiempos del COVID-19*. Portal de noticias INS.
<https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/ins-recomienda-desayunos-preparados-con-semillas-y-granos-andinos-en-tiempos-del-covid-19>
- Instituto Nacional de Salud. (2022). *Seminario Científico Internacional “Alimentos y bebidas ultra procesados”*. Portal Gobierno del Perú.
<https://www.gob.pe/institucion/ins/noticias/605545-ins-presento-seminario-cientifico-internacional-alimentos-y-bebidas-ultra-procesados>
- Innovación y Conocimiento: Consumidor & Cliente. (2019). *Alimentación y vida saludable en Lima*. IPSOS. <https://www.ipsos.com/es-pe/alimentacion-y-vida-saludable-en-lima>
- Jul, M. (2022). *Las 4Ps Del Marketing*. Julsmarketing.
<https://julsmarketing.com/temas/las-4p-del-marketing/>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). *Concepto de presupuesto*. Libro fundamentos del marketing. Pearson Educación.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2017). *Significado de FODA*. Libro fundamentos del marketing. Pearson Educación.
- Lázaro, M., y Domínguez, C. (2019). *Guías Alimentarias para la Población Peruana 2019*. Ministerio de Salud. <https://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4832.pdf>
- El Peruano. (2021). *Ley N° 31315 Ley de seguridad alimentaria y nutricional*. Diario del bicentenario El Peruano.
<https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/1976374-1>
- Lobstein, T., et al. (2023). *World Obesity Atlas 2023*. World Obesity Federation.
- López, D., y Martínez, O. (2020). *Proyecto de empresa para una productora de batidos naturales en la ciudad de Ibagué*. [Proyecto de grado, Corporación Universitaria Minuto De Dios]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/11924>
- López, M. (2020). *Antropometría: aspectos culturales y alimentación*. The Food Tech.
<https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/antropometria-aspectos-culturales-y-alimentacion/>
- Lukacs, S. (2022). *¿Cómo la gestión sostenible puede transformar a las empresas?* Noticias Universidad ESAN. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-la-gestion-sostenible-puede-transformar-a-las-empresas>

- Machado, J. (2022). *Plan de Negocios para una Cadena de Smoothie Bar en Santiago de Chile*. [Tesis de Maestría, Universidad de Chile] Repositorio UCHILE.
- Man, B. (2019). *Propuesta de un perfil de identidad corporativa para mejorar la imagen corporativa de juguería amaro en la ciudad de Chiclayo*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
<http://hdl.handle.net/20.500.12423/2010>
- Mañez, R. (2022). *Marketing Mix: Qué es y cuáles son sus variables*. Escuela de Marketing y Web. <https://escuela.marketingandweb.es/marketing-mix/>
- Maza, R. y Paucar, L. (2020). *Lúcuma (Pouteria lucuma): Composición, componentes bioactivos, actividad antioxidante, usos y propiedades beneficiosas para la salud*. *Scientia Agropecuaria*, 11(1): 135-142.
<http://www.scielo.org.pe/pdf/agro/v11n1/2077-9917-agro-11-01-00135.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2021). *Resolución Ministerial N° 028-2017-MINAGRI*. Plataforma Digital Única para Orientación al Ciudadano. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/campa%C3%B1as/4059-las-frutas-y-verduras-elementos-esenciales-de-tu-dieta%7D>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2022). *MIDAGRI: Frutas y verduras superan el 46% del Valor Bruto de la Producción Agrícola*. Plataforma Digital Única para Orientación al Ciudadano.
<https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/603095-midagri-frutas-y-verduras-superan-el-46-del-valor-bruto-de-la-produccion-agricola>
- El Peruano (2013). *Ley N° 30021 Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y adolescente*. Plataforma Digital Única para Orientación al Ciudadano. <https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/118470-30021>
- Ministerio de Salud. (2022). *Plan Nacional de Prevención y Control de Sobrepeso y Obesidad en el Contexto del Covid-19, 2022*. Plataforma Digital Única para Orientación al Ciudadano. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/2781425-158-2022-minsa>
- Naciones Unidas. (2022). *Hay que acabar con la obesidad, un trastorno que afecta a más de mil millones de personas*. ONU. <https://news.un.org/es/story/2022/03/1505062>
- Organización Mundial de la Salud (s/f). *¿Cómo define la OMS la salud?* OMS.
<https://www.who.int/es/about/frequently-asked-questions>

- Organización Mundial de la Salud (2018). *Alimentación sana*. Centro de prensa de la OMS. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>
- Ospina, K. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de pulpa de frutas y batidos JK Batifrut S.A.S.* [Tesis de pregrado, Universidad Antonio José Camacho]. Repositorio UNIAJC.
- Palacios, M. y Filio, A. (2019). *FRUTOTERAPIA Poder Nutritivo y Medicinal de las Frutas*. Editores Impresos E.I.R.L.
- Pinero, M. (2022). Perla de los Andes o kiwicha: nutrición, beneficios y usos. *Revista Mejor con Salud*. <https://mejorconsalud.as.com/perla-andes-kiwicha/>
- Pumasunco, L. (2021). *Perú se ubicó como el noveno proveedor mundial de frutas en 2021*. Agencia Peruana de Noticias Agraria. <https://agraria.pe/noticias/peru-se-ubico-como-el-noveno-proveedor-mundial-de-frutas-en--29518>
- Pursell, S. (2022). *Objetivos de marketing para empresas*. Blog HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-objetivos-marketing>
- Pursell, S. (2023). *Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos*. Blog HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>
- Quiroa, M. (2020). *Análisis situacional*. Economipedia <https://economipedia.com/definiciones/analisis-situacional.html>
- Quiroa, M. (2021). *Análisis estratégico*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-estrategico.html>
- Rodríguez, J. (2019). *Ciudadanos empoderados hacia estilos de vida saludable*. Noticias Universidad ESAN. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/ciudadanos-empoderados-hacia-estilos-de-vida-saludable>
- Rothschuh, R. (2023). Semillas y granos de chía: propiedades, beneficios y cómo tomarlas. *Ecología verde*. <https://www.ecologiaverde.com/semillas-y-granos-de-chia-propiedades-beneficios-y-como-tomarlas-4315.html>
- Rothschuh, R. (2023). Semillas y granos de lino o linaza: propiedades, beneficios y contraindicaciones. *Ecología verde*. <https://www.ecologiaverde.com/semillas-y-granos-de-lino-o-linaza-propiedades-beneficios-y-contraindicaciones-4399.html>
- Saco, A. (2019). *Actividad física y estilos de vida saludables ayudan a prevenir más de 10 tipos de cáncer*. Plataforma Digital Única para Orientación al Ciudadano. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/52480-actividad-fisica-y-estilos-de-vida-saludables-ayudan-a-prevenir-mas-de-10-tipos-de-cancer>

- Santos, D. (2022). *Qué es un análisis de mercado, cómo se hace y ejemplos*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/como-hacer-analisis-mercado>
- Silva, L. (2022). *¿Qué es el marketing operativo? Características y ejemplos*. Blog HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-operativo-ejemplos>
- Taste Tomorrow de Puratos (2021). *Se incrementa la búsqueda de semillas y granos saludables en el Perú*. Agencia peruana de noticias ANDINA. [https://andina.pe/agencia/noticia-se-incrementa-busqueda-semillas y granos - saludables-el-peru-872864.aspx](https://andina.pe/agencia/noticia-se-incrementa-busqueda-semillas-y-granos-saludables-el-peru-872864.aspx)
- Toledo, M. (2021). *Tendencia de consumo saludable influye en nuevos hábitos alimenticios*. Periódico Perú 21. <https://peru21.pe/economia/tendencia-consumo-saludable-nuevos-habitos-alimentacion-tendencia-de-consumo-saludable-influye-en-nuevos-habitos-alimenticios-noticia/>
- Valdez, A. (2019). *Implementación de una Juguería de Frutas Exóticas en el Centro Comercial Plaza Norte*. [Para de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio USMP
- Verona, A., Urcia, J., & Paucar, L. (2020). *Pitahaya (Hylocereus spp.): Cultivo, características fisicoquímicas, composición nutricional y compuestos bioactivos*. *Scientia Agropecuaria* 11(3): 439-453. <http://www.scielo.org.pe/pdf/agro/v11n3/2077-9917-agro-11-03-439.pdf>
- Zabala, D., & Vélez, K. (2019). *Plan de negocios para la creación de una franquicia de elaboración y comercialización de Smoothies en la ciudad de Guayaquil*. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/06/franquicia-elaboracion-smoothies.html>
- Zuleta, H., Rodríguez, L., & Estrada, O. (2020). *Estudio de viabilidad de fabricación y comercialización de semillas y granos saludables a base de frutas exóticas*. [Tesis de Especialización en Gerencia de Proyectos, Corporación Universitaria Minuto De Dios]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/15368>
- Zurschmitten, S. (2020). *Comer bien, vivir mejor*. Editorial ALBATROS.

Apéndices

Apéndice A: Matriz de formulación de preguntas para entrevistar a las especialistas de nutrición.

OBJETIVOS	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Desarrollar una prospección de mercado para la Juguería McBueno'S en el distrito de Los Olivos 2024.	Prospección de mercado en base a las características nutricionales de las frutas	Valor nutricional	¿Porque es importante incluir los jugos de frutas, semillas y granos regionales a nuestra dieta diaria?	Entrevista
			¿Cuál es el valor nutricional de la pitahaya, sanky, lúcuma y tuna, además cuáles de las frutas antes mencionadas aportan más beneficios nutricionales?	Entrevista
		Información de las frutas	¿Qué combinaciones son las correctas al momento de elaborar un jugo de frutas saludable?	Entrevista
			para las siguientes frutas: pitahaya, sanky, lúcuma y tuna ¿Cuáles son las frutas que recomienda combinar?	
			¿Qué endulzante recomienda para añadir a un jugo de frutas para que este sea más saludable?	Entrevista
			¿Qué beneficios tiene combinar jugos de frutas con semillas y granos regionales?	Entrevista

Apéndice B: Matriz de formulación de preguntas para entrevistar a las dueñas de las juguerías.

OBJETIVO	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Desarrollar recetas innovadoras de jugos a base de frutas, semillas y granos regionales en la Juguería McBueno'S en el distrito de Los Olivos 2024.	Recetas innovadoras	Preferencias	¿Qué combinación de jugo de frutas es el más preferido por sus consumidores?	Entrevista
			¿Qué tipo de endulzante prefieren los consumidores?	Entrevista
			¿Cuál es tipo de necesidad de salud que más influye en la compra del producto?	Entrevista
		Consumo	¿Con qué frecuencia consumen sus clientes?	Entrevista
			¿Qué suplemento es el más solicitado para agregan a sus jugos de frutas?	Entrevista

Apéndice C: Matriz de formulación como instrumento de encuesta.

OBJETIVOS	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	INSTRUMENTO
Identificar los beneficios que aportarán las frutas, semillas y granos regionales que se utilizarán en la Juguería McBueno'S en el distrito de Los Olivos 2024.	Características nutricionales de las frutas	Valor nutricional	¿Te gustaría conocer el valor nutricional de los jugos de frutas regionales a través de publicidad informativa en el local?	Encuesta
		Información de la fruta	¿Te gustaría tener un asesoramiento - nutricional al momento de comprar tu jugo de frutas?	Encuesta
Desarrollar recetas innovadoras de jugos a base de frutas, semillas y granos regionales en la Juguería McBueno'S en el distrito de Los Olivos 2024.	Recetas innovadoras	Preferencias	¿Qué jugos de frutas te gustaría consumir más?	Encuesta
			¿Con qué le gusta endulzar normalmente su jugo de frutas?	Encuesta
		Consumo	¿Estas interesado en consumir jugos de frutas, semillas y granos regionales?	Encuesta
			¿Cuántas veces a la semana consumes jugos de frutas saludables fuera de casa?	Encuesta
Elaborar un plan de marketing para definir posibles estrategias para la Juguería McBueno'S en el distrito de Los Olivos 2024.	Público Objetivo	Datos Demográficos	Edad	Encuesta
			Sexo	Encuesta
			Distrito donde vive	Encuesta
		Producto	¿Qué es lo que usted considera prioritario en una Juguería?	Encuesta
		Precio	¿Cuánto pagarías por un jugo de frutas naturales?	Encuesta
		Plaza	¿Dónde compras jugo de frutas naturales?	Encuesta
			¿En qué horario te gustaría consumir jugo de frutas naturales?	Encuesta

		Promoción	¿Qué redes sociales utiliza más?	Encuesta
			¿Cuánto tiempo le dedica al uso de sus redes sociales?	Encuesta