



SAN IGNACIO DE LOYOLA - ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Diseño de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Comunicación Estratégica

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

PRESENTADO POR:

Bahamonde Mejia, Leyla Sarita - Comunicación Estratégica

Mejia Marquez, Anthony Martin - Administración y Dirección de Negocios

ASESOR:

Albarracín Aparicio, Roxana Alexandra

LIMA - PERÚ

2022

“Diseño de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína”

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

MIEMBROS DEL JURADO

Vidal Gutierrez, David.

Huertas Balladares, Eduardo José.

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Leyla Sarita Bahamonde Mejia Identificado (a) con DNI N° 74986060 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alejandra Albarracín Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Anthony Martin Mejia Marquez Identificado (a) con DNI N° 72222176 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alejandra Albarracín Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

a) Somos los autores del documento académico titulado:

“Diseño de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína”.



b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual no excede del 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.


d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 21, Diciembre, 2022.

Firmas de los autores:

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
Leyla Sarita	Bahamonde Mejia	74986060	
Anthony Martin	Mejia Marquez	72222176	

Firma del asesor:

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
Roxana Alejandra	Albarracín Aparicio	41981490	

DEDICATORIA

Le dedico el resultado de esta investigación a mi familia y en especial a mi hermanita la cual me tiene como ejemplo a seguir, todas mis acciones las realizo con la finalidad de que ella pueda tener metas fuertes y claras desde pequeña. También quiero dedicarle este esfuerzo a mi mamá, quien siempre estuvo apoyándome durante mi carrera en todo momento, todo lo hago por ellas.

Leyla Sarita Bahamonde Mejia

Los resultados obtenidos se lo dedico a mi Padres, que me apoyaron en cada paso de mi carrera, y como retribución al esfuerzo realizado, les doy la imagen ejemplar a mis hermanos menores , los cuales son la razón de todo mis esfuerzo. También dedicarle este esfuerzo a mi pareja que me apoyo durante todo este proceso académico, todo este resultado son gracias a ellos.

Anthony Martin Mejia Marquez

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco a mi asesora Roxana Albarracin, por su constante apoyo durante el ciclo con sus habilidades y conocimientos para tener un trabajo satisfactorio y a mi familia por motivarme a ser mejor persona y profesional.

Leyla Sarita Bahamonde Mejia

Agradezco a mi asesora Roxana Albarracin , por la paciencia y constante apoyo en la realización del trabajo, por compartir sus conocimientos y experiencias académicas. También a mi familia por motivarme cada día a ser el mejor y no rendirme.

Anthony Martin Mejia Marquez

ÍNDICE

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL	16
1.1 Título del Proyecto	17
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	17
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	18
1.4 Alcance de la solución	18
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	19
2.1.1 Planteamiento del problema	19
2.1.2 Formulación del problema	20
2.1.2.1 Problema general	20
2.1.2.2 Problemas específicos	20
2.1.3 Objetivos de investigación	21
2.1.3.1 Objetivo general	21
2.1.3.2 Objetivos específicos	21
2.1.4 Justificación de la investigación	22
2.1.4.1 Justificación teórica	22
2.1.4.2 Justificación metodológica	22
2.1.4.3 Justificación práctica	23
2.1.5 Limitaciones de la investigación	23
2.1.6 Viabilidad de la investigación	23
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	25
3.1	27
Antecedentes	
3.1.1 Antecedentes nacionales	27
3.1.2 Antecedentes internacionales	28
3.2 Marco teórico	29
3.2.1 Bebidas saludables	29
3.2.2 Bebidas energizantes	35
3.2.2.1 Bebidas energizantes naturales	41
3.3 Definición de términos básicos	46
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES	47

4.1	Formulación de hipótesis principales y derivadas	47
4.1.1	Hipótesis principal	47
4.1.2	Hipótesis derivadas	47
4.2	Operacionalización de variables	48
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		49
5.1	Diseño metodológico	49
5.2	Diseño muestral	49
5.3	Población	9
5.4	Muestra	50
5.5	Técnica de recolección de datos	50
5.6	Técnicas estadísticas de procesamiento de la información	50
5.7	Resultados	51
5.7.1	Análisis descriptivo	51
5.7.1.1	Análisis ligados a las hipótesis	79
CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN		81
6.1	Alcance esperado	81
6.2	Descripción de la propuesta de innovación	81
6.3	Diagnóstico situacional	81
6.4	Procedimiento para la propuesta de mejora	93
6.4.1	Desarrollo del proyecto de innovación	93
6.4.2	Presupuesto	101
6.4.3	Estimaciones de Inversiones	102
CONCLUSIONES		109
RECOMENDACIONES		111
FUENTES DE INFORMACIÓN		113
ANEXOS		119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Realización de deportes	34
Tabla 2: Actividades físicas que realizan	36
Tabla 3: Consumo de productos/alimentos naturales	37
Tabla 4: Descripción de enfermedades comunes causadas por las bebidas energizantes.....	39
Tabla 5: Practica algún deportes	48
Tabla 6: Actividades físicas que realizan.....	49
Tabla 7: Consumo de productos/alimentos naturales	50
Tabla 8: Consumo de bebidas pre-entreno o energizantes.....	51
Tabla 9: Edad en la que se consumió por primera vez una bebida energética	52
Tabla 10: Consumo de suplementos energéticos que ayuden a mejorar el rendimiento físico durante el día	53
Tabla 11: Frecuencia del consumo de suplementos nutricionales	55
Tabla 12. Cuenta con alguna enfermedades respiratorias	56
Tabla 13: Enfermedades respiratorias.....	57
Tabla 14: Frecuencia de realización de actividades físicas o deportes semanalmente	58
Tabla 15: Tiempo de entrenamiento	59
Tabla 16: Presupuesto semanal utilizado para el consumo de productos pre-entreno o energizantes	60
Tabla 17: Precio preferido por una lata de 250 ml de bebida energizante.....	62
Tabla 18: Bebidas ingeridas al inicio o al final de realizar una actividad física o deporte	63
Tabla 19: Consumo de avena y/o maca	63
Tabla 20: Alimentación saludable	64
Tabla 21: Presentación de una bebida energizante orgánica	67

Tabla 22: Tamaño de una bebida energética personal.....	68
Tabla 23: Probabilidad de cambio de una bebida energizante o suplemento	69
Tabla 24: Canal de ventas.....	71
Tabla 25: Aspectos a mejorar en las bebidas energizantes	72
Tabla 26: Aspectos a mejorar.....	73
Tabla 27: Publicaciones en redes sociales.....	74
Tabla 28: Matriz FODA Enermax	83
Tabla 29: Definición de Costos	97
Tabla 30: Presupuesto de Implementación de Proyecto	97
Tabla 31: Estimación de los Activos Tangibles	98
Tabla 32: Estimación de los Activos Intangibles	99
Tabla 33: Estimación total de Activos	99
Tabla 34: Fuentes de Inversión	100
Tabla 35: Porcentaje del Rendimiento mínimo.....	100
Tabla 36: Estimación del Flujo de Ingresos.....	101
Tabla 37: Estimación del Flujo de Egresos	101
Tabla 38: Pago de Sueldos	102
Tabla 39: Proyección de Flujo de caja.....	103

RESUMEN

El objetivo principal de la investigación pretende demostrar la viabilidad de la creación de una bebida energizante natural a base de avena y maca la cual ha sido denominada Enermax. El estudio desarrollado se ciñó al enfoque mixto ya que se utilizaron herramientas como encuestas y cuestionarios. La población de estudio consideró a 100 personas que realizan algún deporte, actividades físicas, estudian, trabajan y/o mantienen una familia, sobre los cuales se les aplicó un cuestionario debidamente validados interna como externamente que permitieron determinar el nivel de aplicación de una bebida energizante natural como pieza fundamental dentro del proceso de investigación y además se tomó como una ficha de observación, una encuesta para determinar la aplicación de los elementos básicos de la calidad en los proyectos de investigación aprendidos durante el desarrollo de su formación académica. Con los resultados obtenidos de la encuesta se evidenció que la aplicación de una nueva bebida energizante natural libre de cafeína, azúcares y taurina a base de ingredientes naturales como la maca y avena , ayudaría a las personas a tener una opción más saludable al momento de querer consumir un suplemento energético para cumplir con sus actividades ya que el 72.7% de los encuestados realizan deportes y actividades físicas durante el día, además el 74% de los encuestados totales consume alimentos y bebidas naturales y saludables beneficiosas para la salud, generando una necesidad específica en cuanto a bebidas energizantes se trata ya que actualmente no hay ninguna en el mercado que cumpla con las expectativas del público objetivo, por este motivo el 30% indicó que no consume ninguna bebida energizante que hay actualmente en el mercado ya que estas pueden llegar a ser dañinas para la salud. Se llegó a la conclusión, que la creación de esta bebida llegaría a ser beneficiosa para muchas personas, ya que es una opción saludable que cumpliría con las

mismas expectativas que otras bebidas energizantes, es por ello que se trabaja la investigación desde ese punto y se demuestra viabilidad del desarrollo de este producto.

Palabras clave: Bebidas energéticas, uso de maca y avena, desarrollo de productos saludables, desarrollo de productos energéticos, análisis financiero.

ABSTRACT

The main objective of the research is to demonstrate the feasibility of creating a natural energy drink based on oats and maca which has been called Enermax. The study adhered to the mixed approach since tools such as surveys and questionnaires were used. The study population was made up of 100 people who performed some sport, physical activity, studied, worked and/or supported a family, on whom a questionnaire duly validated internally and externally was applied, which allowed determining the level of application of an energy drink. natural as a fundamental piece in the research process and was also taken as an observation sheet, a survey to determine the application of the basic elements of quality in research projects learned during the development of their academic training. With the results obtained from the survey, it was evidenced that the application of a new natural energy drink free of caffeine, sugars and taurine based on natural ingredients such as maca and oats, would help people to have a healthier option when they want to consuming an energy supplement to comply with their activities since 72.7% of the respondents perform sports and physical activities during the day, in addition 74% of the total respondents consume natural and healthy foods and beverages that are beneficial to health, indicating a specific need As regards energy drinks, there are currently none on the market that meet the expectations of the public objective. For this reason, 30% indicate that they do not consume any energy drink that is currently on the market, since these can be harmful to health. It was concluded that the creation of this drink would be beneficial for many people, since it is a healthy option that would meet the same expectations as other energy drinks, which is why the research is being worked on from that point and demonstrates the feasibility of developing this product.

Keywords: Energy drinks, use of oats and maca, healthy products development, development of energy products, financial analysis.

INTRODUCCIÓN

Los ciudadanos peruanos hoy en día realizan diferentes actividades físicas y deportes con la intención de mantener un estilo de vida más saludable, es por ello que adicionalmente el mercado de productos y bebidas naturales y saludables ha crecido en los últimos años generando así una necesidad específicamente en las personas que consumen bebidas o suplementos energéticos que ayudan a mejorar el rendimiento físico, ya que las que hay actualmente en el mercado no son saludables y tienen altos niveles de azúcares, cafeína y taurina. A raíz de esta necesidad, es donde nace Enermax, una bebida energizante natural a base de avena y maca libre de cafeína.

El presente estudio se compone de seis capítulos. En primer lugar, se detallan los estudios previos, las principales bases teóricas que fundamentan la investigación realizada a través de un constructo teórico, así como los términos básicos más relevantes.

El capítulo dos incluye la descripción del problema general y problemas específicos, los objetivos principales de la investigación y del diseño de esta bebida energizante, la justificación teórica, metodológica y práctica de la investigación y adicionalmente las limitaciones que se pueden presentar durante la investigación y la viabilidad de la investigación donde se sustenta porque sí es viable.

El capítulo tercero, detalla el marco referencial de la investigación donde se muestran los antecedentes nacionales e internacionales y también el marco teórico de la investigación donde se sustentaron los principales puntos de nuestra investigación como bebidas saludables,

alimentos y bebidas saludables en el Perú, la importancia del consumo de bebidas y alimentos saludables, las bebidas energizantes convencionales y el impacto que tienen en los deportistas y los beneficios de consumo de la avena, maca y de bebidas energizantes saludables.

En el capítulo cuatro, se encuentran la formulación de hipótesis general e hipótesis y derivadas, las cuales han sido sometidas a contrastaciones mediante la estadística. En tal sentido, esta incluye la operacionalización, que permitió diseñar los instrumentos y herramientas para poder responder a las preguntas de investigación.

En el capítulo quinto aborda la discusión de los resultados obtenidos a través de las herramientas utilizadas, en donde se pueden evidenciar datos importantes acerca de las personas que consumen bebidas energizantes convencionales y cuáles son sus preferencias, información que ayuda a continuar con la investigación. Para concluir, se ofrecen conclusiones del estudio ligadas a las hipótesis.

Finalmente en el capítulo seis se desarrolla la idea de innovación, la bebida energizante natural a base de avena y maca libre de cafeína, se explica el alcance esperado, se desarrolla el concepto de la marca y se hace un análisis externo para evaluar el mercado, se explica la filosofía de la marca, se detalla la fase de producción, objetivos planteados y se hace un análisis financiero para demostrar la viabilidad del desarrollo de esta bebida. .

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Diseño de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Para la presente investigación se eligió la línea de investigación de desarrollo de modelo de negocios, debido a que, se busca identificar los factores relevantes para la creación de un producto que cubra la necesidad de un mercado específico y genere ganancias. La idea de negocio que se presenta en esta investigación está basada en una bebida energizante natural a base de avena, maca y libre de cafeína.

Actualmente las personas cumplen con diversas actividades en el día a día, incluyendo dentro de estas el deporte, es por ello que buscan suplementar su alimentación y aumentar su energía con una bebida energizante. En el mercado actual, existen muchas variedades de suplementos energéticos que se pueden añadir a la dieta diaria de las personas como bebidas con altos porcentajes de cafeína y taurina, snacks energéticos, aminoácidos, entre otros. Esto demuestra que hay una preocupación al momento de mejorar el rendimiento físico y cumplir con sus actividades diarias.

Enermax, la bebida energizante, elaborada a base de ingredientes naturales como avena y maca, propone soluciones para este mercado dentro del marco de la industria de alimentos saludables. Se pretende con esta propuesta brindar una solución a los deportistas profesionales y aficionados a alcanzar los niveles de energía necesarios para cumplir con sus entrenamientos y otras actividades diarias.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

La actividad en la cual se desarrollará la investigación es de **tipo comercial**, debido a que se buscará en campos específicos, considerando sus actividades diarias, viéndose involucrados los deportistas y estudiantes.

En el Perú, a raíz de la pandemia del COVID-19, uno de cada tres peruanos mayores de 15 años realiza alguna actividad física, con la finalidad de cuidar su salud. (MINSA,2022) Un estudio realizado a los estudiantes de Lima Metropolitana reveló que el 81% de ellos, consumen algún tipo de bebida energizantes en sus días académicos. (CEDRO, 2018) Según lo indicado, podemos evidenciar que las personas en nuestro país han tomado conciencia con el cuidado de su salud realizando actividades físicas y/o deportes.

El Ministerio de Salud del Perú, a través del portal del Instituto Nacional de Salud, indica que el consumo frecuente de bebidas energizantes con altos porcentajes de cafeína, azúcar y taurina puede causar problemas de insomnio y alteraciones en los estados de ánimo, además los efectos secundarios pueden incrementar si estas se consumen con bebidas alcohólicas, fármacos u otras sustancias.

Según diagnósticos el 4.4 de la población de Lima Metropolitana de 15 años a más presenta diabetes (INEI,2018). En el año 2020, el 41,1% de las personas de 15 y más años de edad presentó un riesgo cardiovascular muy alto; según área de residencia, dicha incidencia fue mayor en el área urbana (Lima Metropolitana). (INEI,2020)

La idea de negocio tiene como propósito brindar una nueva y saludable opción a este público objetivo que consume bebidas energéticas en su día a día con altos porcentajes de azúcar y cafeína, mejorando de esta forma su dieta diaria.

1.4 Alcance de la solución

La propuesta de idea de negocio busca beneficiar a todos aquellos que realizan una actividad física o mental, que requiera un alto nivel de energía. Tanto deportistas, como estudiantes y personas que laboran día a día. Sin importar si tienen alguna complicación en su salud (ya sea diabetes o algún riesgo cardiovascular). Encontrándose dentro del rango de los 17 a 45 años. El enfoque es todo Lima Metropolitana y Callao. Abarcando centros deportivos, universidades, centros de labores entre otros. Donde se encuentra la población de estudio. Año 2022

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Planteamiento del problema

En un principio las bebidas energéticas era principalmente para personas que realizaban alto rendimiento físico como los deportistas profesionales pero con medida que ha avanzado el tiempo las bebidas energéticas se han vuelto de consumo diario en personas que realizaban varias actividades durante el día como deportes, trabajo, estudios, forman parte de una familia, se dedican a la crianza de sus hijos, etc. Esto genera diversos problemas y malestares relacionados a la falta de nutrientes y ansiedad.

Según la Organización Mundial de Salud (OMS), 62 millones de personas en las Américas viven con diabetes, número el cual se ha triplicado desde los años 1980, y se estima que para el 2040 pueda llegar a los 109 millones. Siendo la diabetes una de las principales causas de muchas complicaciones en la salud, como ceguera, ataques cardíacos, amputación de miembros inferiores, etc. Pudiéndose tratar y sus consecuencias se pueden evitar o retrasar con dieta, actividad física, medicación para regular sus posibles complicaciones

Dadas las consecuencias que genera el consumo de bebidas energéticas en las personas, en el año 2017, la congresista Gladys Andrade Salguero, presentó el Proyecto de Ley N° 2991 que establece disposiciones respecto al expendio de bebidas energéticas y su incidencia en la protección de los menores de edad, esto con la finalidad de reducir su consumo y eliminar enfermedades vinculadas al sobrepeso, enfermedades crónicas, entre otras.

Es por ello que el presente trabajo busca contribuir en gran medida a mejorar la dieta diaria de las personas que realizan diferentes actividades físicas en su día a día, mejorando la calidad de su salud y disminuyendo el riesgo a enfermedades, asimismo la elaboración de una bebida

energética a base de avena y maca contaría con alto valor nutritivo y con una clara propuesta saludable al consumidor final.

2.1.2 Formulación del problema

2.1.2.1 Problema general

¿De qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en las personas en la ciudad de Lima , Año 2021?

2.1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia muscular de las personas en la ciudad de Lima , Año 2021?

¿De qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia respiratoria de las personas en la ciudad de Lima , Año 2021?

¿De qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la fuerza de las personas en la ciudad de Lima , Año 2021?

2.1.3 Objetivos de investigación

2.1.3.1 Objetivo general

Determinar de qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en las personas en la ciudad de Lima, Año 2021.

2.1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar de qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia muscular de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021.

- Determinar de qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia respiratoria de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021.

- Determinar de qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la fuerza de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021.

2.1.4 Justificación de la investigación

2.1.4.1 Justificación teórica

Para llevar a cabo esta investigación se utilizará justificación de tipo teórica debido a que utilizaremos información relevante para brindar el respectivo fundamento teórico tales como, estudios de mercado, determinación de precios, uso de indicadores financieros, etc; ya que estas herramientas se utilizaran con el propósito de explorar el problema de investigación con métodos cualitativos para a continuación, utilizarlos para realizar un análisis con métodos cuantitativos. Por lo tanto, nuestra investigación tiene un enfoque mixto que combina la utilización de metodología cuantitativa como cualitativa.

2.1.4.2 Justificación metodológica

Se cuenta con una investigación de tipo metodológica, debido a que a través del desarrollo de la investigación se generará un prototipado de producto de una bebida energética natural a base de maca y avena. La investigación tendrá un enfoque de tipo mixto, ya que se considerará la realización de encuestas, entrevistas y cuestionarios a personas que realicen diferentes actividades físicas en el día a día, tales como, ir al gimnasio, asistir a un centro de labores, realizar las actividades del hogar, cuidar a sus hijos, etc. Los diagnósticos de las mismas nos ayudarán a realizar una mejor propuesta de modelo de negocio en la industria de bebidas energéticas saludables.

2.1.4.3 Justificación práctica

Esta investigación tiene una justificación práctica ya que en su realización, los resultados nos ayudarán a enfocar el producto a las necesidades de los consumidores, alcanzando así sus expectativas pero a su vez, mejorando su dieta diaria y suplementando su alimentación de una forma más saludable.

2.1.5 Limitaciones de la investigación

Los factores que limitarían nuestra investigación es la falta de investigaciones previas que se hayan realizado sobre la creación de una bebida energética a base de productos naturales, pues se podrían presentar diversas limitación con la recopilación de información, algunos consumidores de este tipo de bebidas, podrían brindar datos erróneos en sus encuestas y/o entrevistas, acerca de sus preferencias, frecuencia de consumo e incluso podrían no estar interesados en este tipo de prototipo de bebida.

La falta de conocimientos ante los beneficios que cuentan nuestros insumos naturales, podrían generar un rechazo en el consumo, haciendo que los consumidores nieguen a darle una oportunidad a la bebida, ya sea por el sabor, por las características, entre otras negaciones, esto perjudica el muestreo, ya que no nos brindaría con exactitud los datos reales para nuestra investigación generando gastos operativos como administrativos.

2.1.6 Viabilidad de la investigación

La investigación es viable porque actualmente en el Perú a raíz de la pandemia las personas han tomado conciencia en su alimentación para el bienestar de su salud. Y no solo ello, también los alimentos y bebidas que ingieren diariamente. Con ese beneficio, se buscará mostrar el gran aporte que puede dar una bebida

energizante, elaborada con insumos naturales, los cuales ayudarán a su rendimiento físico como mental.

Así mismo, es viable puesto que existe el conocimiento por parte de los investigadores con respecto a la producción de este tipo de productos saludables, que permitirá en un futuro alianzas con empresas que cuenten con la misma visión. Esto ayudaría en la aceptación del modelo de negocio, pues el producto se haría conocido con mayor facilidad.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

3.1.1 Antecedentes nacionales

Hernández, Molina, Oliva, Pérez y Valerio (2020) en su investigación titulada “Bebida saludable y energética hecha a base de moringa” tienen como objetivo brindar una solución para los deportistas dando una solución energética mediante su bebida a base de moringa con fibras y aminoácidos y su alto porcentaje en vitaminas y hierro. El diseño metodológico, es el plan de negocio y en su investigación, sostienen que en el primer trimestre del 2019 el consumo de bebidas se incrementó en 5% en volumen y 9% en valor, por la misma preferencia de las personas al momento de comprar e ingerir bebidas, específicamente las energizantes. Una de las marcas que impulsaron el crecimiento de las bebidas energizantes en el Perú fue la marca Volt de AJE, siendo esta muy accesible a los peruanos por su precio comparado a otras bebidas energizantes tales como RedBull, Monster, entre otras; obteniendo el 93% del mercado de las bebidas energizantes.

Odria, Tairo y Zoeger (2020). En su investigación “Energizante SUMAX”, su objetivo es demostrar los múltiples beneficios que le puede dar al organismo una bebida energizante elaborada a base de Sanky, proponiendo soluciones en el mercado, dentro de la industria de alimentos saludables. Su propuesta, tiene como alternativa, contrarrestar aquellos desgastes físicos y mentales que todas las personas tienen en la vida cotidiana por estudios, trabajo, actividades diarias, deportes, etc. Todo desgaste debe ser atendido o subsanado con buena alimentación, la cual será de ayuda para recuperar energía, vitaminas y mantenernos activos para realizar las diversas actividades diarias. La bebida energizante SUMAX, cuenta con 5 veces más potasio que un plátano, mejora el apetito y debido a su porcentaje de magnesio ayuda a disminuir la tensión.

3.1.2 Antecedentes internacionales

Posso y Cardenas (2020). En su investigación titulada “Diseño de plan estratégico de marketing para la empresa Skala Bebidas Energizantes”, proponen como misión la creación de una bebida energizante con diferentes aminoácidos, más saludable y que no sea nociva para la salud de sus consumidores a nivel nacional en Colombia. Su plan de marketing está principalmente basado en redes sociales como Instagram, Facebook, Kwai, entre otros, utilizando las métricas de las mismas para medir su audiencia y engagement, manteniendo los precios bajos que las mismas aplicaciones ofrecen, también activaciones BTL en supermercados y centros comerciales para tener un mayor alcance con el público, esta estrategia tiene como objetivo tener un reconocimiento mayor a nivel nacional, empezando por la ciudad de Montería, Colombia; pero también destacar frente a las bebidas energizantes competidoras del país haciendo crecer su reconocimiento corporativo.

Parra (2018), en su trabajo de investigación “Efectos del consumo de las bebidas energizantes en la salud” , tiene como objetivo identificar los efectos benéficos y adversos del consumo de bebidas energizantes en la salud, para ello, las variables estudiadas fueron efectos beneficiosos debido a que mejoran la concentración, aumentan la energía y mejoran el rendimiento intelectual; por otro lado, los efectos adversos podrían ser: anomalías cardiovasculares, dolor abdominal, ansiedad, náuseas, nerviosismo, insomnio, entre otras. Aquellas variables, muestran el impacto y comportamiento del organismo al ingerir este tipo de bebidas energizantes, ya que si bien es cierto brindan una solución inmediata en cuanto a la recuperación de energía pero debido a sus altos porcentajes de azúcar, cafeína y taurina pueden llegar a ser nocivas para la salud.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Bebidas saludables

Las bebidas saludables se caracterizan por su cantidad de vitaminas, fibras y minerales, en su mayoría son zumos de frutas y/o verduras que ayudan a tener una mejor digestión e incluso aumentar los niveles de energía. Existe una cantidad necesaria de consumo diario según indica Ruiz y Castilla (2011):

“Los jugos son fuentes importante de vitaminas entre las que destacan las vitamina C, betacarotenos y vitamina E, las cuales ayudan a mantener un adecuado estado de salud. Resulta recomendable tomar como mínimo dos unidades de fruta al día, procurando que una de ellas sea rica en vitamina C (naranja, mandarina, kiwi, melón, fresas)”. (p.1)

Esto demuestra que en la dieta diaria de las personas, es importante consumir fuentes naturales de vitamina C, E y betacarotenos, de esta forma se fortalecerá el sistema inmune y aumentarán el número de glóbulos blancos que ayudarán a evitar futuras enfermedades e infecciones, además, los nutricionistas mencionan 2 unidades de fruta al día, las cuales pueden ser incluidas en jugos o ensaladas.

El Ministerio de Salud del Perú (2016) resalta que el consumo diario del agua:

“Ayuda a prevenir enfermedades porque al consumir agua se eliminan toxinas e impiden que las bacterias infecciosas se alojen en el cuerpo. También permite tener una piel saludable pues la hidrata y ayuda a regenerar sus células. Sirve además como controlador del peso porque no contiene calorías ni azúcares. Asimismo, permite un buen funcionamiento de órganos tales como el hígado, riñones, y de los sistemas digestivo e inmunológico”. (p.1)

El cuerpo humano necesita consumir agua ya que de esta forma se logrará transportar los nutrientes a las células, mejora la digestión, circulación sanguínea, brinda elasticidad a los tejidos y además es beneficioso para el buen funcionamiento del cerebro y los nervios.

En cuanto a bebidas saludables se puede mencionar también los diferentes tipos de leches, hace unos años se popularizó el consumo de leches vegetales debido a su poco porcentaje de grasa y también fue preferida por personas intolerantes

a la lactosa. A diferencia de los adultos, es recomendable que los niños continúen consumiendo leche de vaca o leche materna en el caso de los bebés, por el porcentaje de calcio que ofrecen que es ideal para su crecimiento y fortalecimiento de huesos. Asimismo, Morales (2022) indica que:

“Los beneficios de la leche de almendra son diversos. Es uno de los mejores alimentos para perder peso y, además, es rica en antioxidantes, vitaminas y minerales como el potasio y el calcio. Su delicioso sabor la ha convertido en la actualidad en un sustituto ideal de la leche de vaca”. (p.1)

La leche de almendras contiene gran aporte nutricional, dependiendo de la marca puede tener mayor porcentaje de calcio, vitaminas y minerales pero por lo general, las marcas de leches de almendras en la actualidad la mantienen ligera y de consistencia muy parecida a la leche light convencional. Su bajo porcentaje de grasa la hace ideal para personas que tienen como objetivo la pérdida de peso, favorece la absorción de azúcares y grasas de los intestinos y también por su porcentaje de vitamina B2 ayuda al crecimiento de uñas y cabello.

Alimentos y bebidas saludables en el Perú

Cuando de bebidas saludables se refiere, no hay mejor opción que el agua natural para mantener el cuerpo y mente hidratados, es por eso que Lozada (2014) explica que:

“Lo recomendable es tomar de 8 a 10 vasos de agua al día pero si las personas realizan esfuerzo físico como correr o caminar largos trechos es mejor el consumo de bebidas hidratantes. Al realizar ejercicios no solo consumimos agua sino electrolitos (sodio, calcio, magnesio y potasio) y glucosa que se pueden recuperar con los hidratantes”. (p.1)

Según lo indicado por la autora, esto es debido a que cuando se realiza mayor esfuerzo físico, el cuerpo puede presentar fatiga y la hidratación antes, durante y después de realizar alguna actividad física ayudará a la absorción de nutrientes, combatir la fatiga, y a la recuperación física.

Rodriguez (2022), sostiene que:

El chocolate de 70% a más puede llegar a ser una fuente de energía para las personas debido a su porcentaje en proteínas 4g y fibra 5g, además contiene antioxidantes que ayudarán a prevenir y/o retrasar cualquier tipo de daños en las células. El chocolate disminuye la presión arterial y el riesgo a sufrir daños cardiovasculares, por lo que la nutricionista recomienda consumir al menos 15 g de chocolate al día para que se note un cambio beneficioso en la salud y los estados de ánimo (p.1).

Es por eso que el consumo de 15 g de chocolate al día llega a ser beneficioso para las personas que realizan diferentes actividades físicas durante el día, como estudiantes, trabajadores, deportistas, padres de familia, etc; y ayuda a mantener sus niveles de energía y también puede mejorar el estado de ánimo de las personas. Las legumbres y las menestras son alimentos que no pueden faltar en la dieta diaria de las personas con diferentes actividades durante el día.

El Ministerio de Salud del Perú (2019) mediante una guía alimentaria para la población peruana explica que:

“Las menestras , como las lentejas, los frijoles, las arvejas , las habas, los pallares, garbanzos entre otros, constituyen una buena fuente de protetna de origen vegetal y en combinaciyn con los cereales de la dieta cotidiana, aportan aminoicidos esenciales a nuestro organismo. Ademís, las menestras contienen fibra, vitaminas y minerales. Del mismo modo, son fuente de carbohidratos complejos que brindan energía”. (p.29)

Con la finalidad de que la población peruana pueda prevenir futuras enfermedades e incrementar sus niveles de energía, se recomienda tener una dieta balanceada con altos porcentajes de fibras y proteínas. Por lo general, con una buena alimentación se puede tener un rendimiento físico adecuado en los adultos y jóvenes que trabajan, estudian, realizan actividades diarias en el hogar y ayuda a la formación y crecimiento de niños.

En cuanto a frutas nativas, en la amazonía peruana se encuentra el Camu Camu que posee 16 veces más vitaminas que el zumo de naranja y 60 veces más que el limón. Es un super alimento que formatele el sistema inmunológico, piel y ojos". (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020,p.1). Es por ello que el consumo de Camu Camu es beneficioso por su alto porcentaje de vitamina C que ayudará a fortalecer el sistema inmune y prevenir futuras enfermedades y fortalecer las articulaciones y ligamentos. Su consumo puede ser en ensaladas o jugos durante el día.

Uno de los alimentos con mayor cantidad de vitaminas y minerales es el Aloe Vera o Sábila, ya que contiene vitaminas como vitamina A, B1, B2, niacinamida, B6, B9, B12, Vitamina C, E y complejo B, además de minerales como calcio, fósforo, potasio, hierro, sodio, cloro, manganeso, magnesio, cobre, cromo y zinc; todos estos componentes la hacen ideal para su consumo ya que es un gran antioxidante (Gallardo y Ramos, 2018).

El Aloe vera ha sido conocido y utilizado desde hace muchos años atrás, empezando su consumo desde remedios caseros compartidos entre familias hasta hoy en día donde se comercializan bebidas a base de esta planta, tiene muchas utilidades y beneficios no solo para el organismo pero también para la piel y cicatrización de heridas.

Barrenechea (2018) menciona que:

Existen tipos de bebidas saludables que ayudan al sistema digestivo y a eliminar las toxinas del cuerpo. (...) Las bebidas digestivas tienen como

función ayudar a la digestión, después de ingerir alimentos copiosos. Reduciendo o eliminando los malestares que se dan durante la digestión, como por ejemplo; las infusiones son por atenuar los síntomas desagradables como las flatulencias, ya que las infusiones poseen los principios activos de dichas hierbas y las hierbas naturales que poseen concentraciones en grandes proporciones de vitaminas y antioxidantes, que son beneficiosos para la salud de los consumidores, siempre y cuando no se abuse su consumo para evitar efectos secundarios. (p.1)

Por otro lado, las bebidas desintoxicantes que muchos de los problemas de salud provienen de las toxinas que el cuerpo almacena en distintos órganos, tales como el hígado y los riñones, estas toxinas deterioran el metabolismo de las personas haciendo que la asimilación de nutrientes se vea reducida, a su vez que las hormonas también se ven afectadas. Adicionalmente los malos hábitos alimenticios, la contaminación y el ritmo de vida que llevan muchas personas provocan el almacenamiento de toxinas en sus organismos. Estas toxinas acumuladas producen muchos síntomas tales como cansancio, insomnio, apatía y palidez.

Cabe mencionar que se puede encontrar bebidas con componentes que ayudan a desintoxicar el organismo, liberándose de diversos problemas, estas bebidas limpian el hígado, mejorando así la eliminación de grasas que contribuyen al sobrepeso. Se pueden encontrar diversas hierbas que ayudan a dicha desintoxicación, pero el producto más recomendado para dicho proceso es el agua consumida en abundancia, para promover la digestión y ayudar a desechar la acumulación de toxinas por medio del tracto digestivo. Además, colaboran en el proceso de depuración del organismo, siempre y cuando una persona mantenga una alimentación saludable y realice ejercicios, podrá observar como su digestión mejora, además de atenuar o eliminar síntomas negativos del organismo.

Finalmente, la alimentación saludable se resume por el proceso por el cual un individuo obtiene los diversos nutrientes para cubrir sus necesidades a lo largo de sus diferentes etapas de vida, véase la infancia, adolescencia, edad adulta y envejecimiento, también cuando se encuentra en una situación que compromete

la salud del individuo Cada individuo en función a sus distintos factores biológicos tiende a tener unos diversos requisitos nutricionales que satisfacer, ya que estos serán distintos dependiendo de la edad, talla, sexo, condición física y estado de salud (Barrenechea, 2018).

Importancia del consumo de bebidas y alimentos saludables

Comer saludable en el día a día no es difícil, una dieta balanceada empieza desde el desayuno incluyendo diferentes fuentes de proteína; es relevante empezar el día con un buen desayuno ya que ayudará a tener energía durante el día para cumplir con diferentes actividades “tener un desayuno alto en alto proteína ayuda ayuda a el resto de los picos de glucosa posteriormente en el día estén mucho mas controlados” (Jaramillo. 2022, 2m51s). Es importante que la primera comida del día tenga variedad de fuentes de proteína, fibras y vitaminas, ya que después de varias horas de ayuno mientras dormimos, estos alimentos ayudarán a recargar el cuerpo de energía y mantener un nivel de glucosa durante el día.

3.2.2 Bebidas energizantes

Las bebidas energizantes son conocidas por su rápido efecto e incremento de energía las define como “conjunto de compuesto estimulantes procesados en presentacin líquida con alto contenido en café” (Guanilo, 2017 , p.11). Al tener mayor porcentaje de cafeína y taurina, las bebidas energizantes llegan a potenciar el rendimiento físico de deportistas y personas que realizan actividades diarias, mejorando su nivel energético en estas. Adicionalmente Dominguez (2019) sostiene que:

³Una sola bebida energizante puede contener una cantidad de cafeína equivalente de 1 a 4 tazas de café (80 a 322 mg/por bebida), lo que sumado a la acción de otras sustancias- como la taurina y el azúcar- estimulan las contracciones cardiacas y una mayor actividad en el sistema nervioso, generando la aparición de palpitaciones, arritmias, insomnio, aumento de la presión arterial e incluso convulsiones o muerte súbita (accidente cerebrovascular)”.
(p.1)

Es por ello que las diversas marcas de bebidas energizantes en la actualidad enfatizan mediante sus redes sociales o páginas web el lado positivo de consumirlas, brindando una solución inmediata al cansancio y/o poca energía de los consumidores, sin enfatizar el lado negativo y efectos adversos de estas.

Tipos de bebidas energizantes

Tabla1: *Las bebidas energizantes más consumidas*

Marca	Descripción
Red Bull	Una lata de 250ml contiene 50mg de cafeína, 11g de azúcares por cada 100 ml y 0.4% de taurina.
Monster Energy	Una lata de 200 ml contiene 39 mg de cafeína, 23 g de azúcares y 786 mg de taurina.
Volt	Una botella de 240 ml contiene 22 g de azúcares, 76.8 mg de cafeína y 10.8 mg de taurina.
Bang Energy	Una lata de 473 ml contiene 0 mg de azúcares, 300 mg de cafeína y 40 mg de sodio.

Nota: La tabla adjunta presenta un resumen de cada bebida energizante extraída de las páginas web de cada empresa. Nos permite conocer el componente de cada bebida realizando una comparación. Elaboración propia.

De la matriz anterior podemos concluir que los niveles de cafeína se mantiene altos en las 4 marcas expuestas, a pesar de que sus precios son muy variables, sus componentes se mantienen en similares porcentajes, a diferencia de Bang Energy que es considerada una bebida energizante libre de azucares y colorantes artificiales.

Componentes de las bebidas energizantes

Las bebidas energizantes están compuestas por diversos estimulantes procesados en presentación líquida con alto contenido en cafeína e hidratos de carbono, glucosa, glucuronolactona, fructosa o sacarosa, acompañados de suplementos dietarios minerales, vitaminas, taurina o extractos vegetales y aditivos acidulantes (ácido cítrico y citrato de sodio), conservantes (benzoato de sodio), saborizantes (cítrico) y colorantes. Vienen usualmente de forma líquida y gasificada. Recalca también el autor, que tienen como principal ingrediente la cafeína, carbohidratos, azúcares diversos y otros ingredientes, como aminoácidos, vitaminas, minerales, extractos vegetales, acompañados de aditivos acidulantes, conservantes, saborizantes y colorantes. Sus componentes esenciales tales como: cafeína, L- carnitina carbohidratos o D-ribosa, vitaminas generan que estas bebidas sean regeneradoras y estimulantes. (Molleapaza et al, 2020).

Así mismo, Molleapaza (2020) afirma que:

También se puede apreciar algunos minerales como magnesio y potasio en cantidades reducidas que presentan algunas de las bebidas energizantes, aditivos acidulantes ácido cítrico y citratos de sodio, conservantes benzoato de sodio, saborizantes ácido cítrico y colorantes, su color de estas bebidas es levemente amarillo verdoso, ocasionado por presencia de riboflavina o extracto de cártamo. (p.23).

Si bien es cierto estos componentes mencionados por Molleapaza pueden llegar a ser beneficiosos en pequeñas cantidades como por ejemplo la riboflavina, que es también conocida como vitamina B2, sin embargo el consumo de esta vitamina tiene una lenta absorción intestinal; asimismo los efectos secundarios del consumo de benzoato de sodio pueden ser vómitos, anorexia e irritabilidad lo cual llega a ser perjudicante y preocupante para los consumidores si llegan a consumir estos componentes en exceso.

A continuación, se mostrará una tabla con las concentraciones por componente en una lata de 250ml. de una bebida energizante:

Tabla 2

Componentes principales de las bebidas energizantes para una lata de 250 ml.

Componentes	Concentración
Cafeína	80.0 mg
Taurina	1000.0 mg
Glucuronolactona	600.0 mg
Guaraná	1500.0 mg
Ginseng	200.0 - 250.0 mg
Carbohidratos	2500.0 - 3000.0 mg
Vitaminas	22.0 - 27.0 mg

Nota: Elaboración Propia

Las bebidas energizantes presentan un gran contenido de azúcares , cafeína y taurina, además de otros componentes como vitaminas; sin embargo , el consumo de la cafeína y taurina ocasionan efectos secundarios en nuestra salud, como; taquicardias , problemas cardiovasculares, malestares gastrointestinales o nervioso.

Impacto de las bebidas energizantes en los deportistas

El ingrediente principal es la cafeína, la cual tiene diversos impactos en los jóvenes deportistas. Existe poca información sobre los efectos de la cafeína relacionados con la fuerza, pero la cafeína es un estimulante del sistema nervioso central, aunque hace de efecto temporal, el deportista se siente más dispuesto. La cafeína promueve una mejora en el rendimiento cognitivo y estado de alerta. Se ha asociado con la mejora en el rendimiento durante ejercicios de alta intensidad (Brito, 2017). A continuación presentamos un cuadro informativo de los impactos que estas bebidas generan en los deportistas:

Tabla 3

Impactos de las bebidas energizantes en los deportistas

Tipos de Impacto	Descripción
Intensidad	Aumenta la distancia recorrida con una mayor intensidad e incremento de la altura en ejercicios que requieran saltos y la potencia desarrollada por las piernas en estos.
Fuerza	Mantiene un alto rendimiento en los ejercicios, aun cuando el músculo se encuentra ligeramente fatigado. Además, aumenta de manera rápida las repeticiones de los ejercicios requeridos.
Resistencia	Aumenta el rendimiento , incrementando el consumo máximo de oxígeno, retrasando la aparición del agotamiento y reduciendo la sensación de cansancio.

Nota: Elaboración Propia

En la actualidad, los deportistas han sido afectados por el consumo de bebidas energéticas. Efectos en salud derivados de la ingesta de este compuesto como: En dosis elevadas, puede causar náuseas, vómitos, dolor abdominal, y diarrea;

ha sido aprobado para inducir convulsiones en pacientes sin enfermedad conocida y para aumentar la frecuencia de las convulsiones en pacientes con trastornos convulsivos. Todo ello con la finalidad de brindar mejores resultados, demostrando un alto rendimiento e intensidad en sus ejercicios ya que ayudan a contar con un alto rendimiento , aun así el músculo se encuentre fatigado, incrementando las repeticiones en sus actividades (Machorro, 2017).

Finalmente, se recomienda que las bebidas energéticas no deben ser consumidas por menores de edad, mujeres embarazadas, personas sensibles a la cafeína o a cualquiera de los ingredientes, personas con padecimientos cardiacos. La estrategia de promoción de estas bebidas se basa en la posibilidad de poder permanecer despierto y poder tener más energía de la adecuada.

Enfermedades y efectos secundarios de las bebidas energizantes

Varios estudios señalan que el perfil de los consumidores que ingieren estas sustancias, son los deportistas con la finalidad de potenciar el rendimiento físico. Estas bebidas son capaces de desencadenar arritmias; es decir, la cafeína aumenta los latidos del corazón y para aumentarlos la sangre fluye más rápido en el cuerpo y la gente piensa que tiene más energía. Por otro lado, uno de los impactos deriva a que los latidos al ser más rápidos en el cuerpo también el corazón puede degenerarse y perder el ritmo normal, entonces se transforma en una arritmia, lo cual conduce a eventos catastróficos como un infarto o un derrame cerebral. Además, la cafeína se ha relacionado con alteraciones del comportamiento en jóvenes deportistas, muerte por parada cardíaca por consumo excesivo de latas de bebidas energizantes por competencias físicas (Molleapaza et al., 2020).

Tabla 4:

Descripción de enfermedades comunes causadas por las bebidas energizantes.

Problemas cardiovasculares

Problemas respiratorios

Problemas digestivos

Presión arterial

Nota: Elaboración propia

Consumir en exceso bebidas energizantes pueden causar grandes daños en nuestra salud. Tanto en jóvenes como en adultos. Cabe resaltar que las personas que cuentan ya con una enfermedad como; diabetes , y problemas cardiovasculares , ya están limitadas a su consumo, al ser perjudicial para su salud, por los componentes que se encuentran en la bebida.

3.2.2. Bebidas energizantes naturales

En la actualidad, se mantiene un mal concepto de cómo se define una bebida Energizante pues se considera como una “bebida carbonatada, suele contener altas cantidades de azúcares, cafeína y otros aditivos como taurina y carnitina” (Ruiz , 2018 , p.19). Estas bebidas energizantes sin componentes naturales podrían considerarse como estimulantes ya que excita el sistema nervioso central. Por un lado, para poder entender que es una bebida energizante natural, Ruiz (2018) lo define como:

“Suplemento alimenticios, que cubre las necesidades nutricionales de las personas en su dieta diaria, con el balance equilibrado de hidratos de carbono, grasas y proteínas, y siempre limitando el uso de azúcar y otras sustancias no tan beneficiosas para la salud”. (p.19)

Por otro lado, se debe analizar también el contenido porcentual de la bebida que se encuentra como información nutricional , para el público objetivo en

estudio que lo consumirá. Ya que por ser energizante contiene aditivos que pueden causar daños alternos en los consumidores **Importancia de las bebidas energizantes naturales**

Comportamiento de las bebidas energizantes naturales

Con respecto a la importancia de las bebidas energizantes naturales , las personas que lo van a consumir de acuerdo al género , edad, metabolismo y actividades físicas que realicen tendrán que considerar cómo es que actuara en su organismo una bebida energizante natural. Por este motivo una bebida energizante natural actúa como un “rehidratante y antioxidante”, la cual previene el desarrollo de enfermedades como el cáncer, cardiovasculares, degenerativas, así como problemas de anemia, estrés , fiebres , úlceras en el estómago”. (Loyola, et al , 2018,p11).

Beneficios de su consumo

Por un lado, la avena y la maca aportan alto valor nutricional ya que son fuente de vitaminas, proteínas, minerales, grasas y carbohidratos. Además de tener diferentes usos alimenticios tiene diferentes propiedades medicinales que contribuyen al bienestar del cuerpo humano capaces de mejorar la salud de pacientes diabéticos, refuerza el sistema inmunitario, mejora la memoria y la concentración además del estado físico e intelectual y elevadas concentraciones de fibra dietética con propiedades antioxidantes y otros fotoquímicos que le otorgan propiedades eficaces contra la enfermedad cardiovascular y algunos tipos de cáncer (Cerrón, 2017).

Público apto para su consumo

Por otro lado, el público que este acto para su consumo debe considerar estándares mínimos de gestión de calidad que están descritos a nivel nacional e internacional, los cuales menciona Loyola (2018):

“Registro sanitario otorgado por la DIGESA, estadares ISO 22000 que corresponde a una norma dirigida a la Calidad y Seguridad Alimentaria. ISO 22000 se deriva de los sistemas de gestión relacionados HACCP, HARPC (Controles Preventivos) e ISO 9001 vigente conducentes a certificación por medio de gestión en Alimentos Seguros - Inocuos, sectores de alimentos y bebidas (p.13)”.

Por ese motivo, el desarrollo de este producto en nuestro país debe considerar lo estipulado en el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley N° 29571) que implica la protección de los derechos del consumidor.

Actualmente el público para el consumo de una bebida energética natural , libre de cafeína , taurina y azúcares , es más amplio. No solo serían deportistas o personas que realizan alguna actividad física. Sino que también podrían consumirlas estudiantes y personas con diabetes, lo cual le brindarían energías , en sus vidas cotidianas.

Villanueva (2016) concluye que:

“La prevalencia de consumo de la bebida energeticas es, en general, menor de lo esperable para la poblaciyn adulta joven. Este hallazgo podrta deberse a que los estudiantes de Ciencias de la Salud tal vez estpn mis concienciados con sus efectos perjudiciales; pensamos que existe una influencia gradual y progresiva en este tipo de titulaciones en relación con su formación de salud”.

En la investigación que llevó a cabo Villanueva, se menciona que los estudiantes de la Facultad de Salud de una universidad consumen más bebidas energéticas que estudiantes universitarios de otras facultades; por diversas razones de presión o al estar ligados mucho a la salud; por lo general los estudiantes universitarios suelen consumir más bebidas estimulantes por la presión de estudios y cumplimiento de sus

asignaciones, no solo de forma directa sino también al combinarlas con alcohol.

Las bebidas energizantes se clasifican en una gran variedad de sustancias que, aunque empleadas como alimento y bebida, irritan el estómago, envenenan la sangre y excitan los nervios. Su consumo es un mal positivo. Los hombres buscan la excitación de estimulantes, porque, por algunos momentos, producen sensaciones agradables. Pero siempre sobreviene la reacción. El uso de estimulantes antinaturales lleva siempre al exceso, y es un agente activo para provocar la degeneración y el decaimiento físico (Molleapaza y Ramirez , 2020).

Se concluye que la alimentación en nuestra vida cotidiana es muy importante , y el consumo excesivo de alimentos y bebidas que no contengan componentes naturales , serían perjudiciales para nuestra salud. Hoy en día tenemos una amplia variedad de productos saludables , compuestos por ingredientes totalmente naturales.

Avena

La avena es una planta de la familia de las poáceas, también conocidas como gramíneas. Asimismo, es un cereal, al igual que el arroz, el trigo o el maíz (Cerrón, 2017). Del mismo modo, el autor explica que entre sus propiedades es rico en proteínas de alta calidad, grasas vegetales, vitaminas y minerales y es el cereal con mayor contenido de grasas. Tiene el 65% de grasas insaturadas y el 35% de ácido linoleico.

Entre sus beneficios se considera que es un buen aliado contra estreñimiento, diarrea y ardor estomacal, gracias al efecto protector de la fibra en las paredes de intestinos y sistema digestivo en general y que puede formar dieta de los pacientes que padecen diabetes ya que ayuda a controlar

el peso por la cantidad de fibra que contiene y la asimilación de grasas en el intestino (Cerrón, 2017) .

Maca

Propiedades y beneficios

La maca es una planta herbácea anual o bienal nativa de los Andes del Perú, donde se cultiva por su hipocótilo comestible. Además de su uso alimentario, se sostiene que sus raíces poseen propiedades que aumentan la bilirrubina. En la antigüedad la utilizaban para mejorar sus capacidades físicas y mentales. Por este motivo, los autores Valerio y Zabaleta (2019) definen que:

“La maca poseen algunas propiedades medicinales, una de las más popularmente conocidas es la capacidad que posee de mejorar la fertilidad en los animales. También se le atribuye propiedades benéficas para el sistema nervioso en especial la memoria” (p.6).

Todo ello demuestra y resalta los beneficios que contiene la maca, al ser un alimento saludable ayuda a prevenir enfermedades. Valerio y Zabaleta (2019) , resaltan como alguno de sus beneficios a los siguientes:

“Ayuda al organismo a ser mas resistente y adaptarse a situaciones de estrés. Incrementa las defensas del cuerpo cuando este se enfrenta a cambios bruscos de temperatura, esfuerzos severos o situaciones de mucho estrés. Sus propiedades vencen el debilitamiento físico y mental”. (p.16)

Incluir la maca en la alimentación diaria , es beneficioso ya que constituye varios puntos en la mejora de un buen rendimiento físico y mental. Además, es considerado uno de los cereales más importantes de nuestro país por su alto valor nutricional, que ayuda a oxigenar la sangre, regula el ciclo menstrual, mejora la salud de los diabéticos, corrige la anemia y ayuda en la estimulación de las defensas del organismo.

3.3 Definición de términos básicos

Diseño de producto: Proceso de creación de un producto con la finalidad de brindar soluciones a las necesidades de un mercado específico.

Bebidas energizantes: Bebidas con sustancias estimulantes y porcentaje de cafeína que brinda mayor energía al consumidor final y disminuye la sensación de agotamiento.

Hipocótilo: término botánico usado para referirse a una parte de la planta que germina de una semilla.

Fotoquímicos: Reacción que procede con la absorción de la luz.

Metilxantinas: Estimulantes del sistema nervioso central, incrementa la actividad motora, el rendimiento intelectual y disminuye la fatiga y el sueño.

Catecolaminas: Hormonas que se vierten al torrente sanguíneo, aumentan la frecuencia cardíaca, presión arterial y fuerza muscular.

CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES

4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

4.1.1 Hipótesis principal

Existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en las personas de la ciudad de

Lima. Año 2021

4.1.2 Hipótesis derivadas

Existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia muscular de las personas de la ciudad de Lima. Año 2021

Existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia respiratoria de las personas de la ciudad de Lima. Año 2021

Existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la fuerza de las personas de la ciudad de Lima. Año 2021

4.2 Operacionalización de variables

Variable 1: Comercialización de una bebida energética

Definición:

Es la acción por parte de una empresa donde se implementan diferentes estrategias, técnicas y métodos con la finalidad de llegar al consumidor final y público objetivo, teniendo como principal propósito su consumo e incremento de popularidad para una mejor rentabilidad.

- Dimensiones

- Precio
- Plaza
- Producto
- Promoción

Variable 2: Desempeño Físico

Definición:

Es la capacidad de demostrar buen performance al momento de realizar algún deporte o actividad física, asimismo conlleva tener una buena salud, buen estado físico y estar saludable para alcanzar los objetivos deportivos.

- Dimensiones

- Resistencia muscular
- Resistencia respiratoria
- Fuerza

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Diseño metodológico

Tipo: Esta investigación es aplicada , teniendo las encuestas, entrevistas y cuestionarios realizados para la recopilación de datos se podrá evidenciar un escenario realista. Teniendo como objetivo resolver las problemáticas de aquel escenario obtenido.

Enfoque: Para validar las hipótesis planteadas , se recopiló información y datos, basándose en un enfoque mixto. El cual se considerará las encuestas, entrevistas y cuestionarios realizados. Los resultados obtenidos ayudarán a realizar una mejor propuesta de modelo de negocio en la industria de bebidas energéticas.

Diseño: El diseño es de tipo descriptivo porque veremos de qué forma las bebidas energizantes influyen en las personas que realizan actividades físicas y también se busca analizar los datos con la finalidad de brindar una solución al problema del alto consumo de cafeína y taurina.

Nivel: El nivel utilizado es de plan de negocio ya que se realizará un diseño de producto que brindará una solución al mercado específico que consume bebidas energizantes convencionales con altos porcentajes de cafeína, además la investigación evalúa las necesidades y características de los consumidores.

5.2 Diseño muestral

Por medio de la investigación se desea conocer las preferencias y consumo de bebidas energizantes de un grupo de personas que residan en el distrito de Bellavista, los cuales serán encuestados. Con el fin de obtener datos realistas dentro del panorama establecido.

5.3 Población

La población seleccionada para la investigación será un grupo de personas que realizan actividades físicas durante el día como deportes, tareas domésticas, estudios, trabajo, etc; donde encontramos jóvenes y adultos de 16 a 45 años. Esta elección se da por un muestreo por conveniencia de los investigadores, debido a que se trata de una muestra piloto para la identificación de necesidades sobre un producto nuevo.

5.4 Muestra

La muestra se eligió por conveniencia de los investigadores, este tipo de muestreo permitirá realizar un estudio piloto previo al lanzamiento del producto. Esta muestra, está conformada por 100 personas residentes en el distrito de Bellavista en la Provincia Constitucional del Callao.

5.5 Técnica de recolección de datos

La técnica de recolección de datos, es el cuestionario, este cuestionario está conformado por 21 preguntas que permitirán medir los intereses de los consumidores de los productos que se busca proponer.

5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información

Para la tabulación de los datos obtenidos , se utilizará la herramienta Excel de Microsoft Office, el cual permitirá elaborar tablas y gráficos dinámicos para una eficiente información y recopilación de datos , además de la fácil visualización y resultados concretos en los obtenidos.

5.7 Resultados

5.7.1 Análisis descriptivo

Tabla 5

Realización de deportes

Resultados	Encuestados	%
NO	29	29%
SI	71	71%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

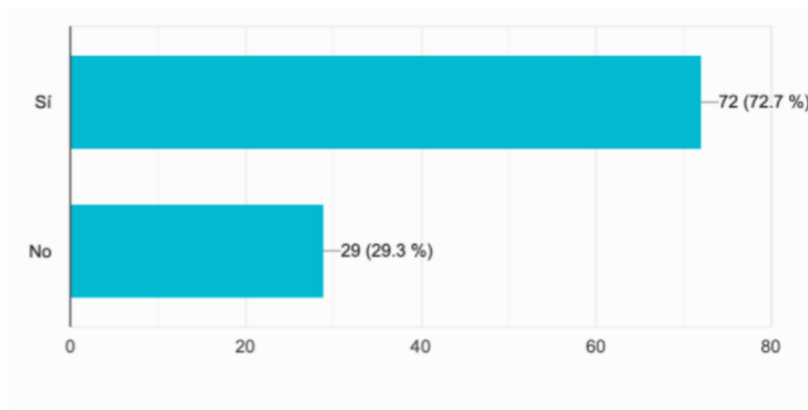


Gráfico 1: Realización de deportes Nota: El gráfico muestra el porcentaje de encuestados que realizan deportes.

Según el gráfico se deduce que el 72.7% de encuestados realizan algún deporte o actividad física y un 29.3% no realiza ninguna actividad física o deporte en su vida cotidiana, siendo así la mayoría de encuestados que consideran importante la práctica de deportes y actividades físicas para tener un ritmo de vida más saludable y prevenir futuras enfermedades, además se evidencia que el menor porcentaje no realiza alguna actividad física y/o deporte por falta de tiempo, energía o sufren de alguna enfermedad que los detenga a realizar estas.

Además, esta pregunta contaba con una alternativa de pregunta abierta para que los encuestados indiquen qué tipo de deporte o actividad física realizan, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 6

Actividades físicas que realizan

Resultados	Encuestados	%
Aeróbicos	3	4%
Básquet	5	7%
Boxeo	3	4%
Fútbol	19	28%
Gimnasio	27	39%
Natación	6	9%
Running	4	6%
Vóley	2	3%
TOTAL	69	100%

Nota: Elaboración propia

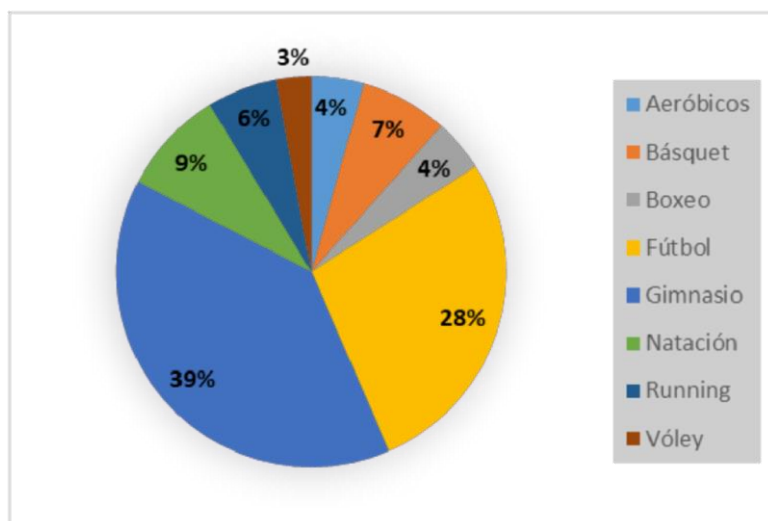


Gráfico 2: Actividades físicas que realizan

Según el gráfico , se muestran las actividades físicas que realizan los encuestados que marcaron sí en la pregunta 1. Mostrándose una mayor preferencia al Gimnasio y Fútbol , con un 39% y 28% respectivamente. Siendo así que la mayoría de encuestados prefieren realizar estas dos actividades, preocupándose por su apariencia física y bienestar en su salud.

Tabla 7

Consumo de productos/alimentos naturales

Resultados	Encuestados	%
NO	25	25%
SI	75	75%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

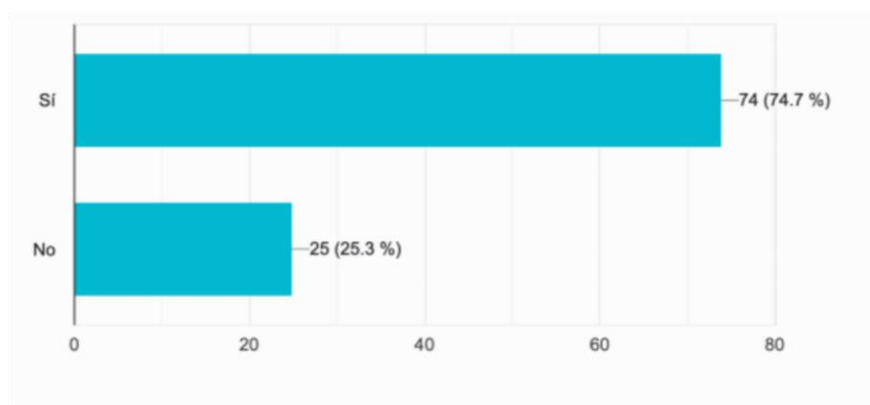


Gráfico 3: Consumo de productos/alimentos naturales

Nota: El gráfico muestra el porcentaje de encuestados que consumen productos y/o alimentos naturales.

Según el gráfico, el 74.7% de encuestados consumen productos y alimentos naturales en su dieta diaria y 25.3% no consumen estos productos, lo que evidencia

que la mayoría se preocupa por tener una alimentación saludable y balanceada con diferentes productos y alimentos naturales que los ayuden a consumir nutrientes y vitaminas directamente de los productos, asimismo de esta forma se puede concluir que el 74.7% de encuestados se preocupa por su salud y considera prioridad tener una buena dieta para el mejor rendimiento diario.

Tabla 8
Consumo de bebidas pre-entreno o energizantes

Resultados	Encuestados	%
NO	70	70%
SI	30	30%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

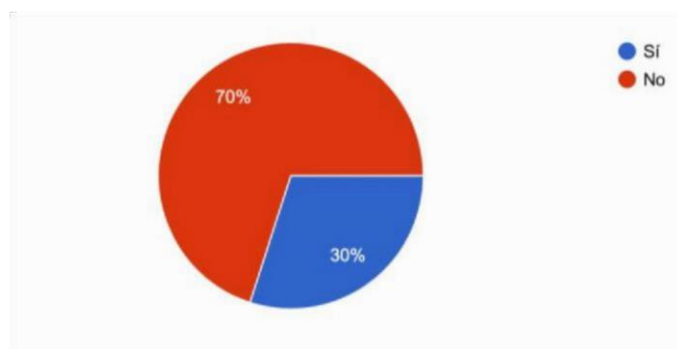


Gráfico 4: Consumo de bebidas pre-entreno o energizantes

Nota: El gráfico muestra el porcentaje de encuestados que consumen bebidas pre-entreno o energizantes.

Según se aprecia en el gráfico, el 70% de encuestados consumen bebidas preentreno o energizantes, a diferencia del 30% que no consumen estas bebidas; por lo que se deduce que la mayoría de encuestados considera necesario el consumo de un suplemento energético en su día a día para el mejor rendimiento y performance de sus actividades físicas o deportes que realizan, asimismo, se entiende que estas personas tienen un gasto adicional en su dieta básica por el consumo de estas bebidas estimulantes; por otro lado, el 30% no considera necesario el consumo de bebidas estimulantes en su dieta debido a que pueden tener una buena alimentación alta en vitaminas y minerales que los ayude a mantenerse activos durante el día.

Tabla 9

Edad en la que se consumió por primera vez una bebida energética

Resultados	Encuestados	%
10 a 15 años	31	31%
16 a 22 años	50	50%
23 a más	10	10%
Nunca	9	9%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia



Gráfico 5: Edad en la que se consumió por primera vez una bebida energética

Nota: El gráfico muestra a qué edades los encuestados consumieron una bebida energética por primera vez.

Según el gráfico, el 9% de encuestados nunca consumió una bebida energética, el 31% consumió por primera vez una bebida energética entre los 10 a 15 años, el 50% consumió su primera bebida energética entre los 16 a 22 años y un 10% consumió por primera vez una bebida energética a los 23 años o más. Con esta información se deduce que el 9% no considera saludable ni relevante el consumo de estas bebidas para tener mayor energía durante el día ya que nunca consumieron una, por otro lado, el 50% consumió una bebida energética por primera vez durante la adolescencia, dando a entender que son personas que realizan deportes o actividades físicas desde los 16 años a más, los cuales requieren mayor porcentaje de energía ya que adicionalmente pueden ser estudiantes de colegio, universitarios o de otras instituciones.

Tabla 10

Consumo de suplementos energéticos que ayuden a mejorar el rendimiento físico durante el día

Resultados	Encuestados	%
------------	-------------	---

A veces	24	24%
No	63	63%
Sí	13	13%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

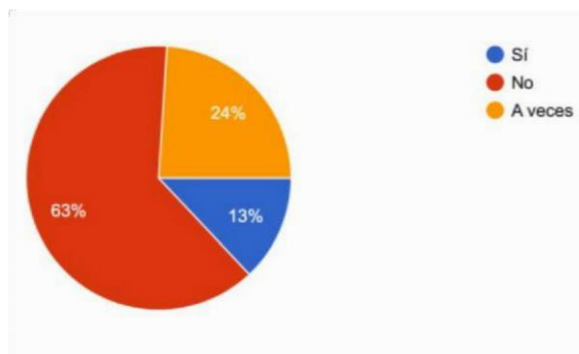


Gráfico 6: Consumo de suplementos energéticos que ayuden a mejorar el rendimiento físico durante el día

Nota: En el gráfico se aprecia el porcentaje de los encuestados que consumen suplementos energéticos durante el día para mejorar su rendimiento físico.

Según el gráfico, el 63% no consume suplementos energéticos, el 24% consume a veces y el 13% sí consume suplementos energéticos durante el día para mejorar el rendimiento físico, esto evidencia que el 13% de encuestados considera relevante el consumo de algún suplemento energético que aporte energía y ayude a un mejor rendimiento físico diario para las diversas actividades físicas o tareas por cumplir durante el día; por otro lado, el 24% consume a veces estos

suplementos, por lo que se puede concluir que lo consumen en ocasiones extraordinarios por falta de energía, fatiga, desánimo o por no haber consumido alimentos que aporten energía de forma natural.

Tabla 11

Frecuencia del consumo de suplementos nutricionales

Resultados	Encuestados	%
1	64	64%
2	12	12%
3	12	12%
4	5	5%
5	7	7%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

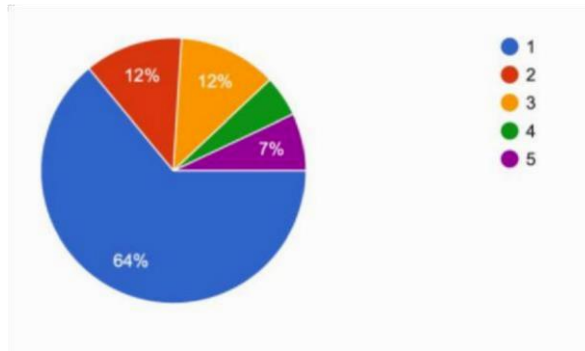


Gráfico 7: Frecuencia del consumo de suplementos nutricionales

Nota: En gráfico muestra en una escala del 1 al 5 con qué frecuencia los encuestados consumen suplementos nutricionales, siendo 1 no tan frecuente y 5 muy frecuente.

Según el gráfico, el 64% de encuestados no suele consumir suplementos nutricionales en su dieta, a diferencia del 7% que sí consume frecuentemente estos suplementos y el 24% de encuestados consume suplementos nutricionales pero no muy frecuentemente, por lo que se deduce que la mayoría prefiere no consumir estos productos por diferentes razones las cuales podrían ser en base al precio, accesibilidad a estos productos, calidad y porcentaje de nutrientes, etc. Además, la información evidencia que el 7% de encuestados prefiere consumir estos suplementos nutricionales adicionales a su dieta básica ya que se preocupan por consumir un gran porcentaje de nutrientes y vitaminas que ayudan a tener una alimentación saludable y fortalecer su sistema inmunológico.

Tabla 12

Enfermedades respiratorias

Resultados	Encuestados	%
NO	94	94%
SI	6	6%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

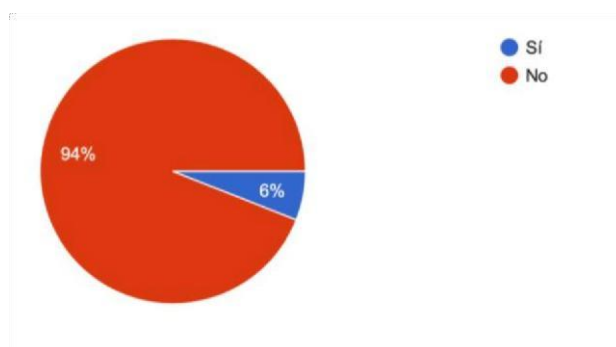


Gráfico 8: Enfermedades respiratorias

Nota: El gráfico muestra el porcentaje de encuestados que sufren de alguna enfermedad respiratoria que los detiene a realizar algún deporte o actividad física.

Según el gráfico, el 94% de encuestados no sufren de ninguna enfermedad respiratoria que los detenga a realizar algún deporte o actividad física, a diferencia del 6% que indican que sí sufren de alguna enfermedad respiratoria que perjudica su performance deportiva. Con esta información se puede concluir que la mayoría de encuestados están en la disposición de realizar algún deporte de exigencia o actividad física adicional a sus tareas básicas del día, teniendo así la posibilidad de mejorar su salud y fortalecer sus huesos y músculos.

Adicionalmente, esta pregunta contaba con una alternativa de pregunta abierta para que los encuestados indiquen qué tipo de enfermedad respiratoria sufren, indicando lo siguiente:

Tabla 13

Enfermedades respiratorias

Resultados	Encuestados	%
Asma	6	86%
Broncoespasmo	1	14%

TOTAL	7	100%
-------	---	------

Nota: Elaboración propia

Con la previa información de la tabla brindada, se puede concluir que el 7% de encuestados sufre de asma y broncoespasmo, impidiendo así realizar algún tipo de deporte o actividad física que demande alto rendimiento, ya que sería perjudicial para su salud.

Tabla 14

Frecuencia de realización de actividades físicas o deportes semanalmente

Resultados	Encuestados	%
1 a 2 días por semana	29	29%
3 a 5 días por semana	44	44%
6 a 7 días por semana	9	9%
No realizó ningún deporte o actividad física	18	18%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

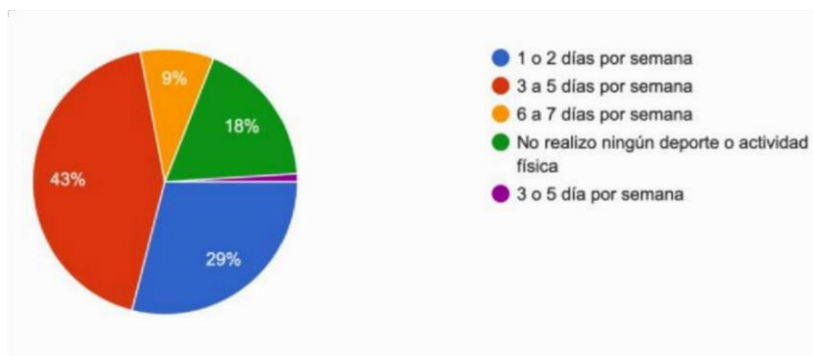


Gráfico 9: Frecuencia de realización de actividades físicas o deportes semanalmente

Nota: El gráfico muestra cuántos días por semana los encuestados realizan actividades físicas o deportes.

Según el gráfico, el 29% de encuestados realiza algún deporte o actividad física 1 a 2 veces a la semana, el 44% de 3 a 5 días a la semana, el 9% indicó que practica deportes o actividades física de 6 a 7 días a la semana y un 18% indica que no practica ningún deporte o actividad física. Con esta información se puede deducir que el 18% de encuestados no realiza ningún tipo de deporte o actividad física, lo que puede llegar a ser perjudicial para su salud si es que no lleva una buena alimentación en su dieta básica, además este porcentaje de encuestados puede preferir llevar un tipo de vida sedentaria brindando poca importancia a la actividad física y lo beneficiosa que es para la salud. Por otro lado, el 44% de los encuestados que realizan actividades físicas o practican algún deporte de 3 a 5 veces por semana, son conscientes de lo beneficioso que es realizar deporte no solo para la salud física sino también la mental, ya que ayuda a producir endorfinas provocando una sensación de bienestar en el cuerpo humano.

Tabla 15

<i>Tiempo de entrenamiento</i>		
De 45 minutos a 1 hora	50	50%
De 1 a 2 horas	36	36%

De 2 a 3 horas	11	11%
De 3 a más	3	3%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

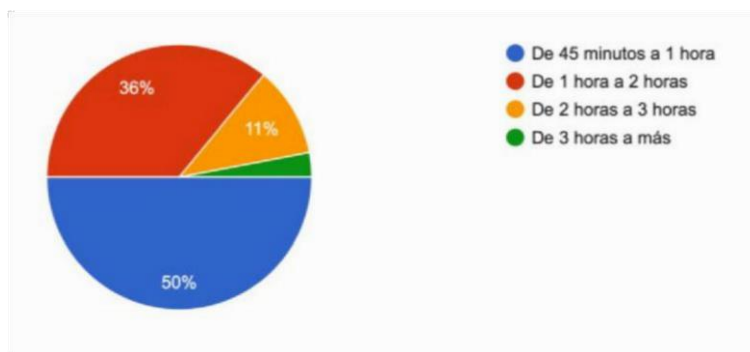


Gráfico 10: Tiempo de entrenamiento

Nota: El gráfico muestra cuántos minutos y/u horas al día los encuestados realizan actividades físicas o deportes.

Según el gráfico, el 50% de encuestados dedica de 45 minutos a 1 hora a sus entrenamientos, el 36% de 1 a 2 horas, el 11% de 2 a 3 horas y el 3% de 3 horas a más. Con esta información, se puede concluir que la mitad de los encuestados entrena de 45 minutos a 1 hora los días que realizan algún deporte o actividad física, lo cual es muy beneficioso para su salud y para fortalecer su sistema inmunológico, asimismo, se puede deducir que la mitad de encuestados se preocupa por tener un estilo de vida saludable y mantenerse en buena forma no solo para verse bien sino para evitar contraer futuras enfermedades.

Tabla 16

Presupuesto semanal utilizado para el consumo de productos pre-entreno o energizantes

Resultados	Encuestados	%
De 10 a 15 soles	23	23%
De 25 a 40 soles	5	5%
De 40 a más	4	4%

No consumo estos productos	68	68%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

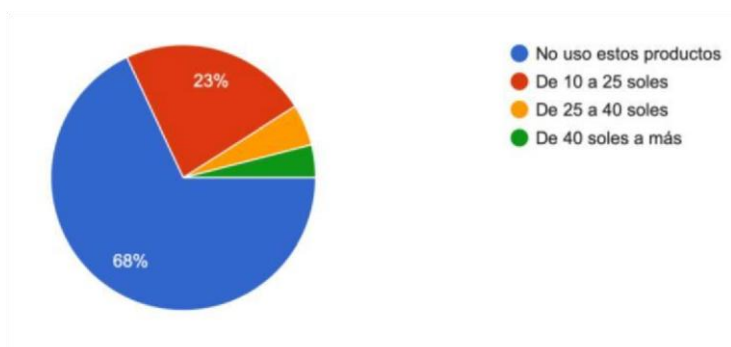


Gráfico 11: Presupuesto semanal utilizado para el consumo de productos pre-entreno o energizantes

Nota: El gráfico muestra cual es el presupuesto semanal que gastan los encuestados para el consumo de productos pre-entreno y energizantes.

Según el gráfico, el 23% de encuestados gasta un presupuesto semanal de entre 10 a 25 soles en productos pre-entreno y energizantes, el 5% gasta un presupuesto de 25 a 40 soles, el 4% de 40 soles a más y un 68% no consume estos productos. Esta información evidencia que el 68% de encuestados no consume productos pre-entreno o energizantes que los ayuden a tener mayor energía al momento de realizar algún deporte o actividad física, los factores pueden variar debido al precio o a que no encuentran algún energizante que cumpla sus expectativas. Por otro lado, el 23% de encuestados gasta un presupuesto que varía entre 10 a 25 soles semanales en pre-entrenos o energizantes, por el presupuesto que invierten se puede deducir que buscan algún producto que sea de precio estándar sin tener que pagar de más pero que cumpla con los requisitos de alcanzar los niveles de energía esperados.

Tabla 17

Precio preferido por una lata de 250 ml de bebida energizante

Resultados	Encuestados	%
Entre 1 a 3 soles	42	42%
Entre 4 a 7 soles	50	50%
Entre 8 a 11 más	8	8%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

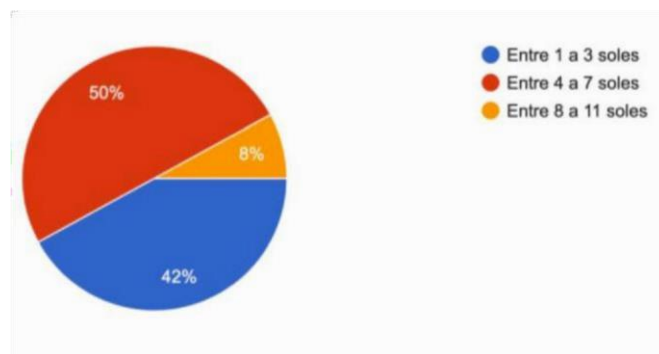


Gráfico 12: Precio preferido por una lata de 250 ml de bebida energizante

Nota: El gráfico muestra el precio preferido por los encuestados al momento de elegir una lata de bebida energizante de 250 ml.

Según el gráfico, el 50% de encuestados estaría dispuesto a pagar entre 4 a 7 soles por una lata de 250ml de bebida energizante, el 42% pagaría entre 1 a 3 soles y el 8% estaría dispuesto a pagar entre 8 a 11 soles. Por consiguiente, se puede deducir que la mitad de encuestados estaría dispuesto a pagar entre 4 a 7 soles por una lata de bebida energizante de 250 ml, debido a la presentación en lata y el porcentaje de

ml que contiene, es por ello que consideran que sería un precio justo. De la misma forma, el precio preferido por la mitad de encuestados se adapta a los precios que actualmente se ven en el mercado con diferentes marcas de bebidas energizantes.

Tabla 18

Bebidas ingeridas al inicio o al final de realizar una actividad física o deporte.

Resultados	Encuestados	%
Agua	89	89
Energizante	4	4%
Gaseosa	2	4%
Refresco	2	2%
Otro	3	3%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

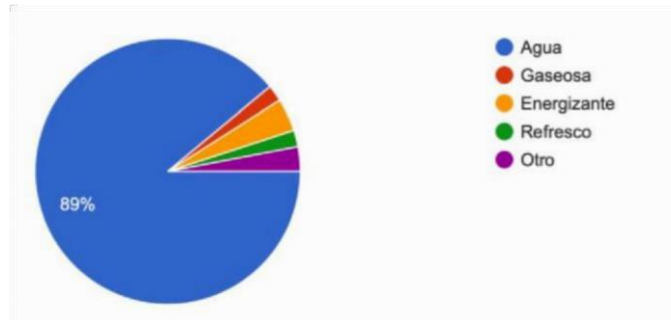


Gráfico 13: Bebidas ingeridas al inicio o al final de realizar una actividad física o deporte.

Nota: El gráfico demuestra que prefieren beber los encuestados al momento de iniciar y/o terminar de realizar alguna actividad física o deporte.

Según el gráfico, el 89% de encuestados ingiere agua al inicio o al finalizar alguna actividad física o deporte, el 4% bebe energizantes, el 2% gaseosas, el 2% refrescos y un 3% ingiere otras bebidas. Con esta información se puede concluir que el 89%, la mayoría de encuestados, prefiere beber agua al inicio o final de realizar alguna actividad física o deporte por los grandes beneficios que tiene beber agua antes, durante y después de los entrenamientos, tales como mantener el cuerpo hidratado y evitar calambres y náuseas al momento de entrenar. Por otro lado, el consumo de gaseosas y refrescos durante o al finalizar los entrenamientos no serán beneficiosos si es que se tiene como objetivo mejorar la salud y reducir los niveles de azúcares consumidos

Tabla 19
Consumo de avena y/o maca

Resultados	Encuestados	%
1 vez al mes	8	8%
1 vez por semana	27	27%
2 a 5 veces por semana	39	39%
Diariamente	12	12%
No consumo	14	14%

TOTAL

100

100%

Nota: Elaboración propia

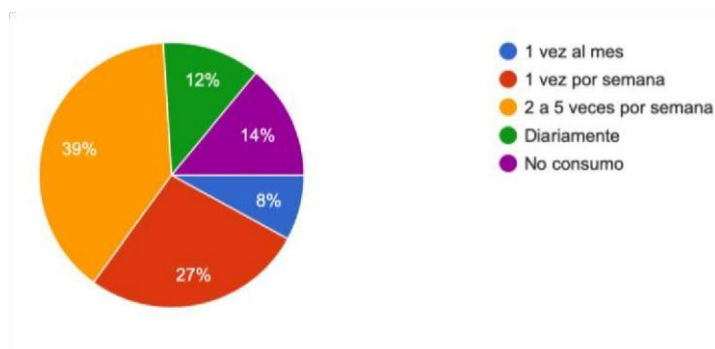


Gráfico 14: Consumo de avena y/o maca

Nota: El gráfico muestra con qué frecuencia los encuestados consumen avena y/o maca en su dieta.

Según el gráfico, el 12% de encuestados consume diariamente avena y/o maca, el 39% consume de 2 a 5 veces por semana, el 27% consume 1 vez por semana, el 8% consume 1 vez al mes y el 14% de encuestados no consume avena o maca en su dieta. Brindada esta información, se puede deducir que el 51% de encuestados ha implementado en su dieta básica la maca y avena de forma diaria o de 2 a 5 veces por semana, esto debido a que la avena y maca son grandes fuentes de aminoácidos y aportan gran nivel de energía de forma natural, por lo que su consumo frecuente logrará demostrar buenos resultados en el rendimiento físico de las personas.

Tabla 20

Alimentación saludable

Resultados	Encuestados	%
------------	-------------	---

No	37	37%
Si	63	63%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

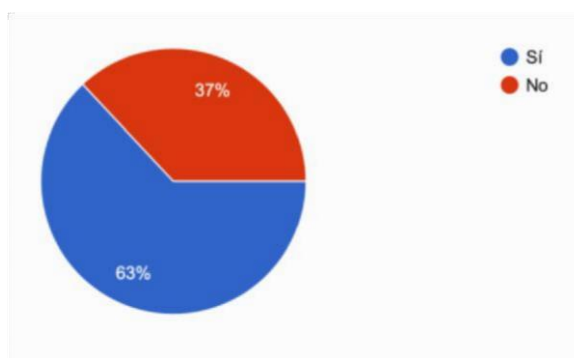


Gráfico 15: Alimentación saludable

Nota: El gráfico muestra el porcentaje de encuestados que consideran tener una alimentación saludable que ayuda a su rendimiento físico.

Según el gráfico, el 63% de encuestados considera tener una alimentación saludable que los ayuda a tener un mejor rendimiento físico, a diferencia del 37% que considera que no tiene una correcta alimentación. Esto debido a que la mayoría de encuestados puede tener una dieta balanceada que los ayude a obtener los niveles de energía requeridos para un buen desempeño deportivo o porque consumen algún suplemento nutricional que los ayuda a alcanzar sus niveles de proteína necesarios. Por otro lado, el 37% de encuestados que no consideran tener una correcta alimentación pueden ser dependientes de sus padres de familia, ya que al no tener dependencia económica no pueden mejorar su alimentación o adaptarla a tus objetivos ya que en casas de familia normalmente es una persona quien cocina a todos los familiares del hogar.

Tabla 21

Presentación de una bebida energizante orgánica

Resultados	Encuestados	%
Botella de plástico	19	19%
Botella de Vidrio	20	20%
Lata	45	45%
Mono dosis en sobres	15	15%
Ninguno	1	1%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

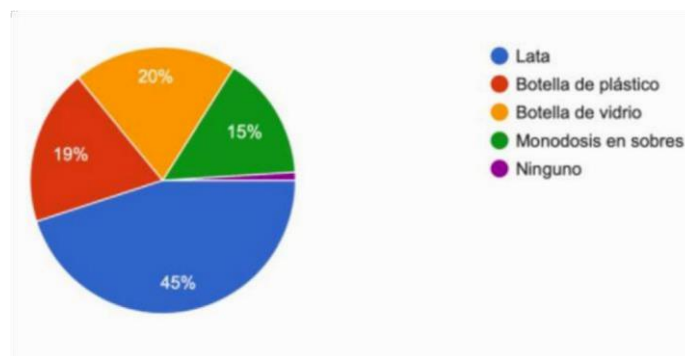


Gráfico 16: Presentación de una bebida energizante orgánica

Nota: El gráfico muestra cuales son las presentaciones ideales para los encuestados para una bebida energizante orgánica.

Según el gráfico, el 45% de encuestados prefiere la presentación de una bebida energizante orgánica en lata, el 20% prefiere la presentación en botella de vidrio, el

19% prefiere la presentación en botella de plástico y un 15% prefiere la presentación en monodosis en sobres. Por consiguiente, se puede deducir que la practicidad y presentación en lata de una bebida energizante hace que el 45% de encuestados la prefiere, asimismo también por que las bebidas energizantes más conocidas en el mercado actualmente tienen una presentación en lata. Por otro lado, el 19% de encuestados prefirió la presentación en botella de plástico, por la facilidad de abrir y cerrar la botella cuando ellos lo deseen, siendo más fácil de llevar también.

Tabla 22

Tamaño de una bebida energética personal

Resultados	Encuestados	%
200ml		24%
250ml		44%
300ml		17%
350ml		15%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

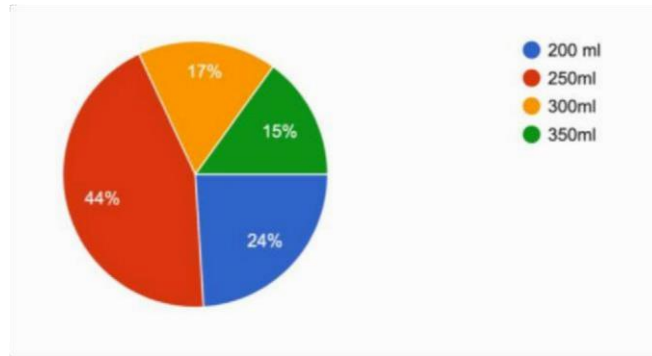


Gráfico 17: Tamaño de una bebida energética personal

Nota: El gráfico muestra cual es el tamaño preferido por los encuestados para una bebida energética personal.

Según el gráfico, el 44% de encuestados prefiere una presentación de 250ml para una bebida energética personal, el 24% prefiere 200ml, el 17% prefiere 300 ml y el 15% prefiere 350 ml como tamaño ideal de una bebida energética personal. Con esta información, se puede concluir que el 44% de encuestados considera 250 ml como una cantidad ideal de bebida energética, ya que es la misma cantidad que otras bebidas energizantes ofrecen actualmente en el mercado, brindándoles así diferentes alternativas de energizantes con la misma cantidad a los consumidores. Por otro lado, el 15% de encuestados considera que 350 ml de bebida energizante sería ideal, esta diferencia puede variar por el nivel de exigencia física de los encuestados o por la cantidad de tiempo de sus entrenamientos.

Tabla 23

Probabilidad de cambio de una bebida energizante o suplemento

Resultados	Encuestados	%
1	29	29%
2	10	10%
3	37	37%

4	11	11%
5	13	13%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

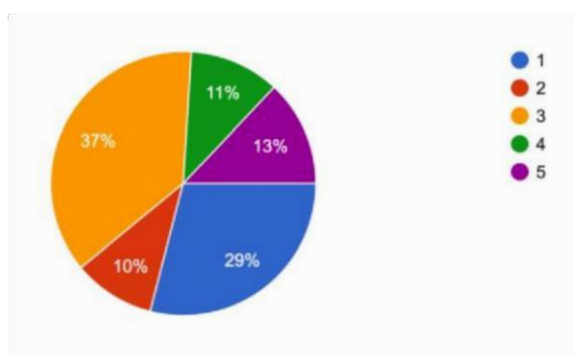


Gráfico 18: Probabilidad de cambio de una bebida energizante o suplemento

Nota: El gráfico muestra que tan probable es que los encuestados cambien la bebida energizante o suplemento que actualmente consumen por otro, siendo 1 no la cambiarían y 5 la cambiarían totalmente.

Según el gráfico, el 11% de encuestados no cambiarían la bebida energizante o suplemento que actualmente consumen, el 13% la cambiaría complementante por otra bebida energizante o suplemento y un 76% de encuestados están entre sí la cambiarán o no por una distinta. Lo que se puede deducir, es que el 13% de encuestados que cambiarían complementamente la actual bebida energética o suplemento que consumen, es por que estarían a la espera de una mejor opción que se pueda presentar en el mercado, que cumpla con sus expectativas y los ayude a lograr sus objetivos físicos, además de que tenga mejor valor nutricional, ya que se conoce que las bebidas energizantes que hay actualmente en el mercado tienen alto porcentaje de azúcares y taurina que pueden llegar a perjudicar a la salud. Por otro lado, el 11% que no cambiaría la actual bebida energética o suplemento que consume podría ser por la fidelización que tiene con la marca y por el rápido efecto que consiguen consumiendo estas.

Tabla 24

Canal de ventas

Resultados Encuestados		%
Llamada telefónica	2	2%
Página web	4	4%
Redes sociales	21	21%
Tienda físicas	73	73%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

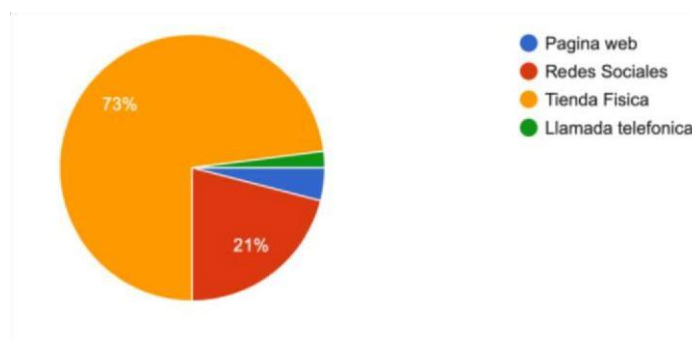


Gráfico 19: Canal de ventas

Nota: El gráfico muestra los canales de ventas preferidos por los encuestados para comprar bebidas energizantes.

Según el gráfico, el 73% de encuestados prefiere adquirir bebidas energizantes a través de una tienda física, el 21% prefiere adquirirlas a través de redes sociales, el 4% a través de páginas web y un 2% prefirieron las llamadas telefónicas como canal de ventas. Dada la información, se puede concluir que la mayoría de los encuestados, el 73%, prefiere comprar bebidas energizantes a través de tiendas físicas, tales como bodegas, minimarket, grifos, kioscos, etc; ya que estos son de fácil acceso peatonal y estaría distribuido en diversos puntos de la ciudad, facilitando así poder encontrar su bebida energética de preferencia más rápido.

Tabla 25

Aspectos a mejorar en las bebidas energizantes

Resultados	Encuestados	%	
Sí	81	81%	
No		19	19%
TOTAL		100	100%

Nota: Elaboración propia

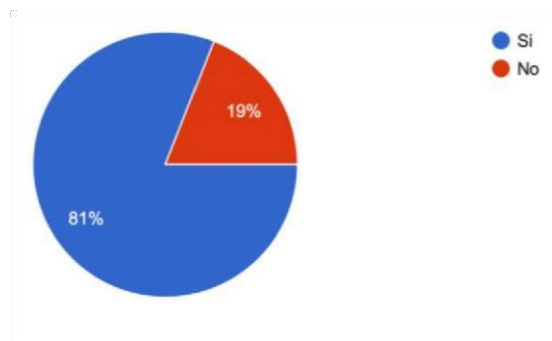


Gráfico 20: Aspectos a mejorar en las bebidas energizantes

Nota: El gráfico muestra el porcentaje de encuestados que considera y que no considera que hay aspectos por mejorar en las bebidas energizantes y suplementos energéticos

Según el gráfico, el 81% de encuestados considera que sí hay aspectos por mejorar en las bebidas energizantes y suplementos energéticos, a diferencia del 19% que considera que no hay aspectos por mejorar. Es decir, la mayoría de encuestados, el 81%, considera que hay aspectos por mejorar en estos productos, ya que desde la llegada de los octógonos al Perú, los consumidores son mucho más conscientes de los ingredientes de cada producto/alimento, lo cual puede llegar a ser sorprendente e incluso alarmante en el caso de las bebidas energizantes ya que actualmente tienen altas cantidades de azúcares, cafeína y taurina, lo cual es dañino para la salud e incluso puede causar enfermedades y dolores de estómago y cabeza.

De los 81% de los encuestados que indicaron que habría aspectos que mejorar según sus expectativas y preferencias , mostrándose en la siguiente tabla:

Tabla 26

Aspectos a mejorar

Resultados	Encuestados	%
		12
Que sea de rápido efecto	12	%
Que sean más económicas	19	19
		%
	50	50
Que contengan menor porcentaje de azúcares		%
	5	5 %
Que tengan variedad de sabores		
Otro	14	14
		%
TOTAL	100	100
		%

Nota: Elaboración propia

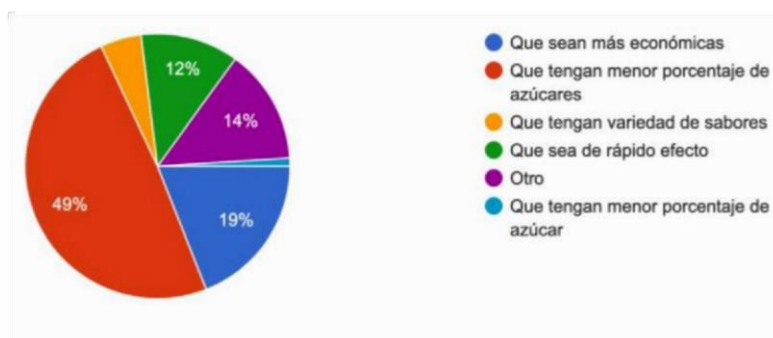


Gráfico 21: Aspectos principales por mejorar en las bebidas energizantes

Nota: El gráfico muestra cuales son los principales aspectos por mejorar en las bebidas energizantes según los encuestados.

Según el gráfico, el 50% de encuestados considera que las bebidas energizantes deberían tener menor porcentaje de azúcares, el 19% considera que deben ser más económicas, el 12% considera que deberían ser de rápido efecto, el 5% quisiera que haya mayor variedad de sabores y el 14% otros aspectos. Lo que evidencia esta información, es que la mitad de los encuestados considera que las cantidades de azúcares que actualmente contienen las bebidas energizantes es excesiva para ser de consumo continuo, asimismo, esto ayuda a deducir que la mitad de los encuestados se preocupa por tener una mejor alimentación y quisiera reducir sus niveles de azúcares en las bebidas que consume.

Tabla 27

Publicaciones en redes sociales

Resultados	Encuestados	%
Sí	35	35%
No	49	49%
No recuerdo	16	16%
TOTAL	100	100%

Nota: Elaboración propia

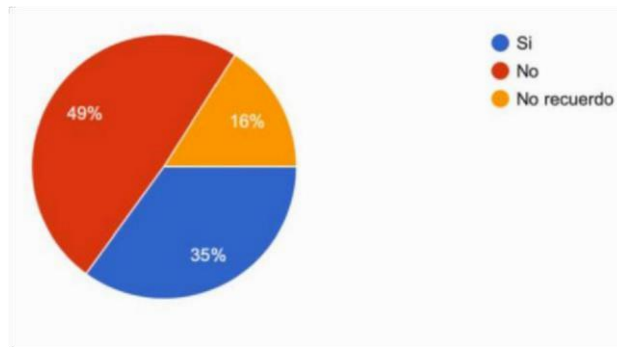


Gráfico 22: Publicaciones en redes sociales

Nota: El gráfico muestra si recientemente los encuestados han visto algún tipo de publicación, publicidad, reel o tiktok referente a alguna bebida energizante.

Según el gráfico, el 49% de encuestados no ha visto ningún tipo de publicación, publicidad, reel o tiktok referente a alguna bebida energizante, el 35% si ha visto alguna recientemente y el 16% no recuerda. Esta información ayuda a concluir que, las marcas de bebidas energizantes que se encuentran actualmente en el mercado son preferidas por las personas sin necesidad de que estas estén recibiendo algún tipo de publicidad en redes sociales, lo que da a entender que son marcas bien posicionadas en el mercado y preferidas por los consumidores.

5.7.1.1 Análisis ligados a las hipótesis

Mediante la recopilación de datos , obtenidos por medio del cuestionario y la herramienta de Excel de Microsoft Office utilizada para la tabulación de los datos , se demuestra la frecuencia de consumo de avena y maca.

Con respecto a la hipótesis general, se evidencia que sí hay una influencia de la comercialización de una bebida energizante a base de avena y maca, ya que gran porcentaje de los encuestados consumen avena y/o maca de 2 a 7 días a la semana. Ello guarda la variable de comercialización de una bebida energética a base de avena y maca, pues gran parte de los limeños, consumen estos alimentos tanto para iniciar su día como en el transcurso del mismo. Por lo que cumple con el propósito de su consumo. También refleja un gran porcentaje y preferencia del consumo de productos y/o alimentos naturales.

Con respecto a la hipótesis específica 1, se resalta que existe una influencia en la comercialización de una bebida energizante a base de la avena y la maca, ya que las personas de la ciudad de Lima demuestran resistencia muscular y aseguran el consumo de productos pre-entreno en sus entrenamientos y los factores que ayudan al buen rendimiento en las actividades físicas, se puede afirmar que la resistencia en ambos aspectos no se vería perjudicada por el consumo de una bebida energizante a base de avena y maca, sino todo lo contrario, aportaría en el desempeño de sus actividades.

Con respecto a la hipótesis específica 2, existe una influencia en la comercialización de una bebida energizante a base de la avena y la maca libre de cafeína en la resistencia respiratoria, resaltando la importancia de su cuidado en la salud y su dieta diaria, ya que en los resultados obtenidos los encuestados prefieren bebidas energizantes que tengan menor porcentaje de azúcares y sean más saludables de consumir, se considera a la avena y la maca como un alimento esencial en la alimentación del público objetivo.

Finalmente, considerando la hipótesis específica número 3, se considera que una bebida energética en base a la maca y avena influye en la fuerza de los individuos, pues se resalta el gran consumo de estos productos en Lima. Además el 30% de los encuestados en esta investigación indicaron que consumen suplementos nutricionales que los ayuda a mejorar su mejor rendimiento físico y fuerza durante sus entrenamientos y actividades físicas.

Con toda la información y los resultados del cuestionario realizados dan veracidad a las hipótesis y variables planteadas. Tanto en la influencia de comercialización, como en la resistencia muscular y respiratoria.

CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1 Alcance esperado

Este diseño de modelo de negocio tiene como finalidad poder brindar al público objetivo una opción más saludable de bebida energizante, la cual pueda lograr alcanzar las expectativas y objetivos de estos, teniendo como resultado mayor energía, un mejor rendimiento físico al momento de realizar deportes o actividades físicas y la más importante, poder cuidar su salud al evitar consumir bebidas energizantes con altas cantidades de azúcares, cafeína y taurina.

6.2 Descripción de la propuesta de innovación

“Enermax” es una bebida basada en la creación de bebidas energéticas a base de maca y avena; libre de cafeína, azúcares, saborizantes y de químicos aportadores de ingredientes dañinos para la salud. Este producto proporcionará el mismo nivel de energía necesitado por los Stakeholders sin la necesidad de hacer el uso de insumos perjudiciales para la salud de los consumidores de nuestro producto. Dando un gran beneficio/costo ; te brinda los mejores beneficios, sin ningún tipo de daño y estando al alcance de todos.

6.3 Diagnóstico situacional

Análisi Pestel

Político - Legal

El pasado 4 de octubre del 2022, a través del portal web de El Peruano, se compartió que el Instituto Nacional de Calidad, organismo adscrito en el Ministerio de Producción aprobó la Norma Técnica Peruana “NTP 103.003.2022 JUGOS, NÉCTARES DE FRUTA Y REFRESCOS. Bebidas energizantes. Requisitos”, la cual establece requisitos de calidad necesario que todas las bebida deben cumplir para poder llegar a ser comercializadas y consumidas por las personas, esta Norma es aplicable a bebidas energizantes o estimulantes comercializadas en sus diferentes presentaciones, asimismo mencionaron también que esta Norma

Técnica nace desde el incremento del consumo de bebidas energizantes en los peruanos y se necesita un control de los diferentes componentes que estas tienen tales como: cafeína, taurina, azúcar, etc. Además, la Norma indica que las leyendas de los ingredientes de estas deben ser muy claras y específicas y que no se pueden mezclar con bebidas alcohólicas por su porcentaje de cafeína.

Adicionalmente, el Congreso de la República del Perú, presentó el Proyecto de Ley N°2991, que prohíbe la venta de bebidas energizantes a menores de edad, la cual no ha sido declarada todavía pero esta no afectaría a Enermax, ya que la razón principal de este proyecto de ley, es que los menores de edad no tengan la posibilidad de consumir estas bebidas que contienen altos niveles de azúcares, cafeína y taurina, ya que nuestra idea de bebida energizante natural estará libre de estos ingredientes.

Económico

La economía peruana reportó un rebote estadístico durante abril del 2021, luego que la producción nacional creciera 58.49%, según informa el INEI. Al compararse con lo registrado en el mismo mes del 2020, cuando el PBI cayó más de 40%, la actividad productiva presenta una fuerte recuperación en la mayoría de los sectores económicos, en consecuencia de esto, muchos sectores se vieron beneficiados como el servicio y el comercio, siendo de gran ayuda así para las marcas y siendo beneficioso también para Enermax cuando se inicie la comercialización de esta bebida energizante natural.

La pandemia obligó a muchas empresas y negocios a redefinir estrategias y a dinamizar la implementación de instrumentos digitales programados para un mediano plazo ya que los consumidores también tuvieron que adoptar nuevos hábitos de compras. Los pagos sin contacto y las compras en línea se convirtieron en las formas más eficaces de hacer negocios actualmente.

En el Perú, la seguridad es la preocupación más importante a la hora de probar nuevos métodos de pago, aunque la mayoría solo necesita garantías de que son seguros para proceder. Según un estudio de Mastercard el 84% de los encuestados buscan que las opciones de pago que ofrece el

comerciante sean seguras; mientras que el 64% dice que este tema fue una de las razones para no probar nuevos métodos de pago, esta nueva tendencia puede impulsar a Enermax a implementar pagos completamente sin contacto y totalmente seguros ya sea en las diferentes tiendas físicas donde se comercializarán como en la modalidad virtual.

Social

Entre los puntos a tratar están:

Tendencias de consumo:

Desde inicios de la pandemia en el 2020, los peruanos han adoptado por realizar diferentes actividades físicas y ejercicios en casa con la finalidad de mantenerse saludables y con mejor apariencia física ya que los gimnasios y espacios deportivos abiertos estuvieron cerrados por varios meses, a raíz de esto, es que las personas empiezan a consumir suplementos nutritivos y energéticos para un mejor rendimiento de sus actividades.

Estilos de vida:

Actualmente las costumbres de las personas que realizan deporte y/o actividades físicas en Lima, pueden ser cambiantes y no las mismas a las que eran antes de la pandemia, pero hoy en día se enfocan más en su salud y mantener un estilo de vida saludable, realizando actividades físicas, deportes, yendo al gimnasio y también inician una dieta más saludable con menos alimentos procesados y empiezan a preocuparse por consumir más verde.

Innovación:

Este punto se puede demostrar ante varias marcas cuya transición de presencial a virtual no fue posible y por lo tanto, tuvieron grandes pérdidas económicas o incluso, la bancarrota y cierre permanente de sus marcas y/o tiendas. Lo que impulsó a muchos peruanos a empezar con pequeños emprendimientos virtuales mediante páginas de redes sociales, asimismo, lo que más se incrementó mediante el 2021 fue la venta de postres saludables a través de Instagram y Facebook.

Tecnológico:

En el aspecto tecnológico, hay muchas aplicaciones saludables que se usan hoy en día para mejorar los hábitos alimenticios pero también para hacer deporte, estas apps ayudan a las personas a que se enfoquen en sus objetivos y dependiendo si es de pago o no la atención de estas puede llegar a ser personalizada. En un estudio realizado por AdColony, se demostró que este último año se incrementó un 25% el porcentaje de personas que utilizan el celular como herramienta para tener una vida saludable y fitness, llegando a un 75% de encuestados que usan el celular como herramienta mediante apps, seguimiento de páginas en redes sociales fitness, etc. Además, otro punto importante mencionado fue el uso de Smartwatch (26%) lo cuales ayudan a la medición de los entrenamientos y diferentes actividades físicas. Esta información evidencia cómo la tecnología es importante en el día a día de las personas que realizan deportes y actividades físicas, siendo clave la presencia de alimentos y bebidas saludables.

Por otro lado, el servicio de delivery en el Perú incrementó en los últimos años debido también a que las plataformas y aplicaciones móviles incrementaron mayor cobertura en sus servicios de delivery. Sin embargo, aún había un porcentaje de emprendimientos, restaurantes y negocios (específicamente de comida) que no podían darse abasto la realización de una app, manejar una logística de pedidos, repartidores, costos, etc. Los Marketplace como Facebook e incluso otras páginas como Platanitos, comenzaron a brindar la opción de vender productos mediante sus páginas, siendo beneficio no solo para la marca, si no también para estos emprendedores.

Ecológicos:

En el factor ecológico sin duda lo que más afectó fue la llegada del virus al país en el 2020, lo que conllevó al estado de emergencia, los principales negocios afectados fueron restaurantes, cines, gimnasios, discotecas/bares, etc. El 25% de la población aproximadamente perdió su empleo, más de 7 mil empresas acogieron la modalidad de suspensión de labores y 70 mil empresas dedicadas al turismo tuvieron que cerrar ya que este sector fue uno de los más golpeados. Al llegar a incrementar el servicio de delivery desde inicios de pandemia hasta la actualidad, el Gobierno del Perú aprobó la Ley N°30884 el pasado diciembre del 2021, que regula el plástico de un solo uso, los recipientes o envases

descartables, dentro de ellos (el más usado) el tecnopor, prohibiendo así su comercialización y empujando a las empresas/restaurantes de comida a empezar a usar empaques y/o envases biodegradables; esto no afectaría a Enermax, ya que los envases de estas bebidas energizantes naturales serían solo de lata.

Análisis de las 5 fuerzas de Porter

- Rivalidad entre empresas competidoras: Alta

Los competidores directos de **Enermax** son tres principalmente: RedBull, Volt y Monster Energy. Estas marcas abarcan buena participación del mercado peruano y adicionalmente existen otras marcas de bebidas hidratantes y energizantes a nivel nacional tales como Gatorade, Sporade, C4, etc. Por lo que hay una gran cantidad de competidores en esta industria. Por otra parte, las empresas reconocidas participan en eventos deportivos y en distintas ocasiones donde se agrupan gran cantidad de deportistas, esto les genera patrocinio y una buena campaña de marketing.

- Entrada potencial de nuevos competidores: Mediano

Es difícil diferenciarse en el mercado porque las marcas previamente mencionadas ya son conocidas y favoritas por el consumidor pero se puede aprovechar nuevos ámbitos como el valor diferencial más saludable que tendría **Enermax**. En adición, de las actuales bebidas energizantes que se encuentran en el mercado todas contienen altos niveles de azúcares y pueden llegar a ser muy dañinas para la salud. Se puede concluir que el impacto de nuevas bebidas energizantes sería mediano ya que pueden entrar nuevas bebidas energizantes naturales al mercado que también tengan un valor diferencial.

- **Amenaza de los productos sustitutos: Bajo**

Visto desde el punto del producto, los sustitutos son: creatina, monodosis de C4, energy shots a base de ingredientes saludables y los snacks proteicos que benefician el aumento de energía. Es cierto que existen otras alternativas de bebidas o alimentos que aumenten la energía pero los preferidos por los deportistas y personas que realizan diferentes actividades físicas suelen ser los convencionales. En conclusión, existe una baja impacto de la amenaza de los productos sustitutos porque son pocos en el mercado y una bebida energizante en lata seguiría siendo la opción preferida de los consumidores.

- **Poder de negociación de los proveedores: Bajo**

Existen varias empresas/tiendas que se encargan de la venta de bebidas energizantes, tales como: Tambo, Mass, Oxxo, supermercados, grifos, etc. Lo positivo es que al haber distintos puntos de venta se puede escoger con cuál acordar. Por otro lado, la compra de ingredientes necesarios para la bebida energizante **Enermax** como la avena y maca serán negociados directamente con OrganicCrops y Santa Catalina, empresas que se dedican a distribuir alimentos y derivados andinos del Perú. En consecuencia, existe un bajo impacto porque los ingredientes son accesibles de conseguir mediante un distribuidor local.

- **Poder de negociación de los compradores: Mediano**

En el Perú las personas que realizan diversas actividades físicas durante el día o deportes, suelen tener el hábito de recargar su energía para un mejor rendimiento durante el día y obtener mejores resultados físicos cuando entrenan, es por ellos que al brindar una propuesta de valor interesante y que los beneficie se puede lograr la compra final con el consumidor pero incentivándolos a probar una opción diferente a la que ellos están acostumbrados. En conclusión, existe un mediano impacto de poder de negociación de los compradores, ya que por un lado ellos realizan deportes o actividades físicas que requieran de algún suplemento energético que los ayude a tener un mejor performance, pero por el otro

lado ellos ya estarían fidelizados con alguna otra marca de bebidas energizantes.

Tabla 28

Matriz FODA Enermax

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Bebida energética libre de azúcares y cafeína - Sus principales ingredientes brindan una opción saludable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar campañas de publicidad en redes. - Nichos de mercados no atendidos
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Es una marca nueva, y no es conocida por los consumidores. - Rechazo a productos naturales 	<ul style="list-style-type: none"> - Los competidores están bien posicionados en el mercado - Inestabilidad económica

Nota: Elaboración Propia

La matriz foda realizada demuestra cuales son las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tendría Enermax cuando se lleve la elaboración y producción de esta bebida energizante. Su principal amenaza es que competirá con grandes marcas de bebidas energéticas convencionales que están altamente posicionadas en el mercado y son preferidas por los consumidores, estas incluso tienen posicionamiento en grandes eventos deportivos o eventos de arte urbano. Por otro lado, su principal fortaleza, sería que es una bebida energizante que cumple la principal expectativa de los consumidores, mejorar el rendimiento físico deportivo y cumplir con sus actividades físicas y deportes de forma saludable sin tener que consumir altos porcentajes de cafeína y taurina.

Descripción del mercado

Contexto:

- **Competidores:** Los competidores directos del modelo de negocio serán las empresas ya establecidas en el mercado que comercializan bebidas energéticas como Monster, Red Bull, Volt y Slow Cow.

- **Proveedores:** Los principales proveedores de Enermax serán OrganicCrops que les comercializará los tres tipos de maca (roja, negra y blanco) y la empresa Santa Catalina que le proporcionará la avena. Así mismo contarán con un proveedor de los envases de las bebidas y de la litografía de nuestra marca.

- **Canales de Ventas:** Tienda virtual y establecimientos (market, kioscos, bodegas, supermercados , etc).

- **Estrategia de publicidad:**
 - La estrategia que se usará para poder publicitar el producto serán activaciones constantes del producto en establecimientos claves, usando redes sociales (publicaciones, información, promociones, descuentos, entre otros).
 - Se realizarán alianzas con influencers para que promocionen el producto y mediante ello puedan captar un mayor mercado.
 - Patrocinar a deportistas peruanos , los cuales difundirán toda la imagen y beneficios de nuestra bebida en sus competencias y logros.
 - Presencia en eventos , esto ayudará a difundir la marca e imagen , haciendo conocida la bebida y los grandes beneficios que ofrece.
 - Incentivamos el consumo de nuestro producto con piezas gráficas que concienticen a las personas de la importancia de ingerir productos naturales para una vida mejor y más prolongada.

- **Relación clientes:** Nuestra interacción con nuestro público objetivo será por medios digitales como: Facebook, Instagram, Tiktok y Whatsapp, este último será utilizado para recibir los pedidos a un

número seleccionado, un segundo número telefónico para recibir quejas, reclamos o sugerencias y un tercer número en caso lo clientes necesiten hacer seguimiento a su pedido, de esta forma conseguiremos una gestión adecuada para tener una comunicación fluida y oportuna con nuestro cliente final, brindándole una excelente experiencia tanto con el producto que ofrecemos, como el servicio post venta mostrando hacia nuestros clientes la preocupación que tenemos por ellos y lo que necesitan.

Clientes Potenciales

- Edad: Todas las edades, especialmente personas entre 18 a 45 años.
- Ubicación: Lima, especialmente Lima Centro y Lima Oeste.
- Nivel Socioeconómico: A Y B.
- Conductual: Personas deportistas, personas que cuiden su salud o que requieran un bebida energizante para realizar sus actividades físicas con mayor intensidad.
- Ocupación: Aquellos que estén en constante movimiento, quienes disfruten de deportes extremos y/o actividades físicas, o que mantengan una vida nocturna activa.
- Preferencias:
 - Personas que prefieran el consumo de productos sin azúcares, químicos o saborizantes artificiales.
 - Personas dedicadas a los deportes de manera amateur o profesional, o personas que realicen alguna actividad constante que requiera desgaste físico.
 - Estudiantes que necesitan activarse en horas de estudios que les demanda tanta fuerza y energía mental.
 - Personas que realizan viajes constantes.
 - Personas que trabajan de manera nocturna y desean consumir un energizante natural.
 - Centros deportivos que piensen en su equipo , tanto en su bienestar como en su rendimiento.

Business Model Canvas

BUSSINES MODEL CANVAS

SOCIOS CLAVE

- Agencia publicitaria (branding y campaña digital).
- Empresa de Delivery.
- Community Manager.
- Proveedores de ingredientes naturales.
- Proveedor de sistema de enlatado.
- Entidad financiera/banco.

ACTIVIDADES CLAVE

- Branding y campaña digital de la marca.
- Creación de contenido multimedia para las cuentas en RRSS.
- Envío de bebidas los 7 días de la semana/delivery diario.

RECURSOS CLAVE

- Uso de ingredientes naturales para la producción de la bebida.
- Colaboradores.
- Community Manager.
- Línea de crédito para inversión.

PROPUESTA DE VALOR

Bebida energética natural para deportistas, libre de cafeína a base de avena y maca. Ideal para deportistas que consumen pre-entrenos o bebidas energéticas con alto nivel de cafeína. Esta bebida energética logrará ser no solo un reemplazo, sino una alternativa saludable y beneficiosa para estos deportistas

RELACIÓN CLIENTES

La interacción con clientes será a través las cuentas oficiales de Facebook, Instagram, Tiktok y también mediante la línea de WhatsApp, donde se realizarán pedidos y servicio Post-venta.

CANALES

- Su venta se realizará a través de sus cuentas de Facebook, Instagram y WhatsApp.
- Delivery a todo Lima Metropolitana mediante Rappi u OlvaCurier.

SEGMENTO CLIENTES

- Deportistas profesionales y amateurs.
- Adultos de 18 a 55 años de edad de SE A y B.
- Nuestro cliente objetivo consume o tiene inclinación hacia los productos naturales.
- Consideran importante tener energía durante el día para cumplir con sus actividades diarias.
- Entrena algún deporte o va al gimnasio frecuentemente.

COSTES DE ESTRUCTURA

- Costos por pago de producción.
- Costos por publicidad a una agencia.
- Pago a colaboradores y community manager.
- Pago a proveedores de ingredientes.
- Pago a proveedor de servicio de enlatados.
- Pagos financieros por préstamos.
- Pagos a la empresa de delivery.

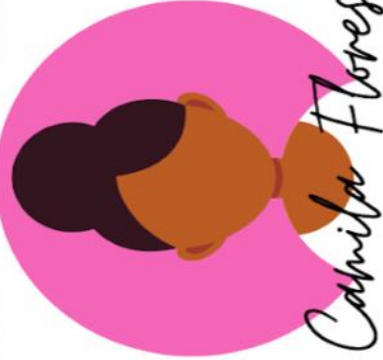
FUENTES DE INGRESO

- Principal ingreso por el número de bebidas energéticas vendidas.
- El costo de la bebida energética será de S/7 soles, acorde al mercado, es un pago única por una lata.
- Los pagos serán realizados en efectivo, Yape, Plin y/o transferencias bancarias.
- Financiamiento de una entidad bancaria (línea de crédito).

Fuente: Elaboración propia

Buyer Persona

Buyer Persona



PERFIL

Trabajadora de una tienda retail con un sueldo de 1500 soles mensuales. Le gusta ir al gimnasio de 3 a 5 veces por semana, tiene una dieta saludable y toma suplementos como proteínas y pre-entrenos.

FRUSTRACIONES

- No poder seguir una dieta estricta.
- Tener que consumir bebidas energizantes con altos azúcares antes y durante sus entrenamientos por falta de energía.

HÁBITOS

- Tiene un estilo propio y compra ropa deportiva cada fin de mes.
- Usa muchos las redes sociales como Instagram y Tiktok porque crea contenido haciendo deporte y rutinas en el gimnasio.

INTERESES

- Le gusta cocinar y aprender nuevas recetas.
- Escucha música todos los días.
- Consume café todas las mañanas.
- Le gusta entrenar con amigas.

RETOS

- Aumentar su nivel de masa muscular.
- Hacer cardio en ayunas 1 vez a la semana.
- Empezar a consumir productos gluten-free.

OBJETIVOS

Viajar con su familiar a Punta Sal a fin de año.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Mujer de 23 años, vive con su familia en un departamento en San Miguel. Tiene valores tradicionales muy fuertes como el amor, respeto y amistad.

Fuente: Elaboración propia

6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

Para poder realizar una propuesta de mejora en el mercado de las bebidas energizantes se requiere realizar una evaluación del entorno para poder analizar su situación actual, a fin de plantear mejor las estrategias y aplicar de manera exitosa este prototipo de bebida energizante a base de avena y maca libre de cafeína, asimismo, se realizará esta propuesta de mejora de diferentes fases, donde analizamos primero el aspecto externo e interno, brindando así mejores resultados al momento del desarrollo de esta idea de bebida energizante.

6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación

Fase 1: Diseño de la marca

Logo de la marca



Prototipo de lata Opción

1:



Opción 2:



Fase 2: Diseño de la filosofía de la marca

Filosofía de la marca

Sobre nosotros: Enermax es una bebida energizante natural a base de avena y maca sin azúcares añadidos, es una opción saludable de energizante para las personas que realizan deportes y/o actividades físicas durante el día.

Misión: Promover el consumo de bebidas naturales sin azúcares añadidos para mejorar y cuidar la salud de los consumidores.

Visión: Ser una marca líder en la industria de bebidas energizantes y potenciar las opciones saludables de bebidas para los consumidores.

Valores:

Trabajo en equipo: los integrantes de la empresa y socios están comprometidos con el desarrollo efectivo de la bebida energética natural que ayude a cumplir los objetivos pactados.

Excelencia: Con el propósito de brindar un producto final al consumidor que sea de su preferencia.

Calidad: La calidad de las bebidas energizantes lograrán diferenciarse del resto, también por el trato y calidad de servicio que se ofrece mediante los canales de la marca a los clientes.

Pasión: La pasión y dedicación que se entregará para la elaboración de esta bebida energizante hará que se diferencia de las demás.

Propósito corporativo: Brindar energía a las personas de una forma saludable cuidando su salud.

Propuesta de valor: Enermax es una bebida energizante diferenciadora ya que es la opción saludable de las que hay actualmente en el mercado, está hecha a base de ingredientes naturales como la avena y maca, las cuales son grandes fuentes de energía natural; además la marca brinda un servicio diferenciar en cuando al proceso post-venta con sus consumidores, manteniéndolos activos en su comunidad de redes sociales.

Objetivos de la marca:

- **Objetivos a corto plazo:**
 1. Posicionarse en el mercado de bebidas energizantes.
 2. Incrementar la interacción por sus redes sociales.
 3. En el primer mes de lanzamiento de la marca llegar a 3 mil seguidores en sus páginas oficiales de Facebook, Instagram y Tiktok.

- **Objetivos a mediano plazo:**
 1. Auspiciar a algún deportista influencer.

2. Abrir un blog online que esté ubicado en la página web, donde se compartan noticias de interés relacionadas a la marca.

3. Comercializar Enermax en diferentes tamaños y presentaciones.

• Objetivos a largo plazo:

1. Ampliar la cobertura de delivery llegando a todo el Perú.

2. Tener más de 10k de seguidores en sus cuentas oficiales de Facebook, Instagram y Tiktok.

3. Lanzar un nuevo sabor de bebida energizante natural.

Fase 3: Línea de producción

Para establecer la línea de producción de Enermax se requieren procesos físicos, químicos y microbiológicos, a continuación se especificarán los procesos de manera generalizada.

Avena

a) Recepción y almacenamiento

Siendo la avena uno de los ingredientes bases de nuestra bebida energizante natural, será recibida en sacos por los proveedores y transportada al almacén para su posterior utilización, además en este proceso también se controlará el peso de las materias primas ingresadas al almacén.

b) Limpieza

En este proceso, los granos de avena pasarán por una máquina despedadora para quitar cualquier impureza o piedra que se puedan presentar en la materia prima para evitar desperfectos en la realización de la bebida energizante natural.

Maca

a) Recepción y almacenamiento

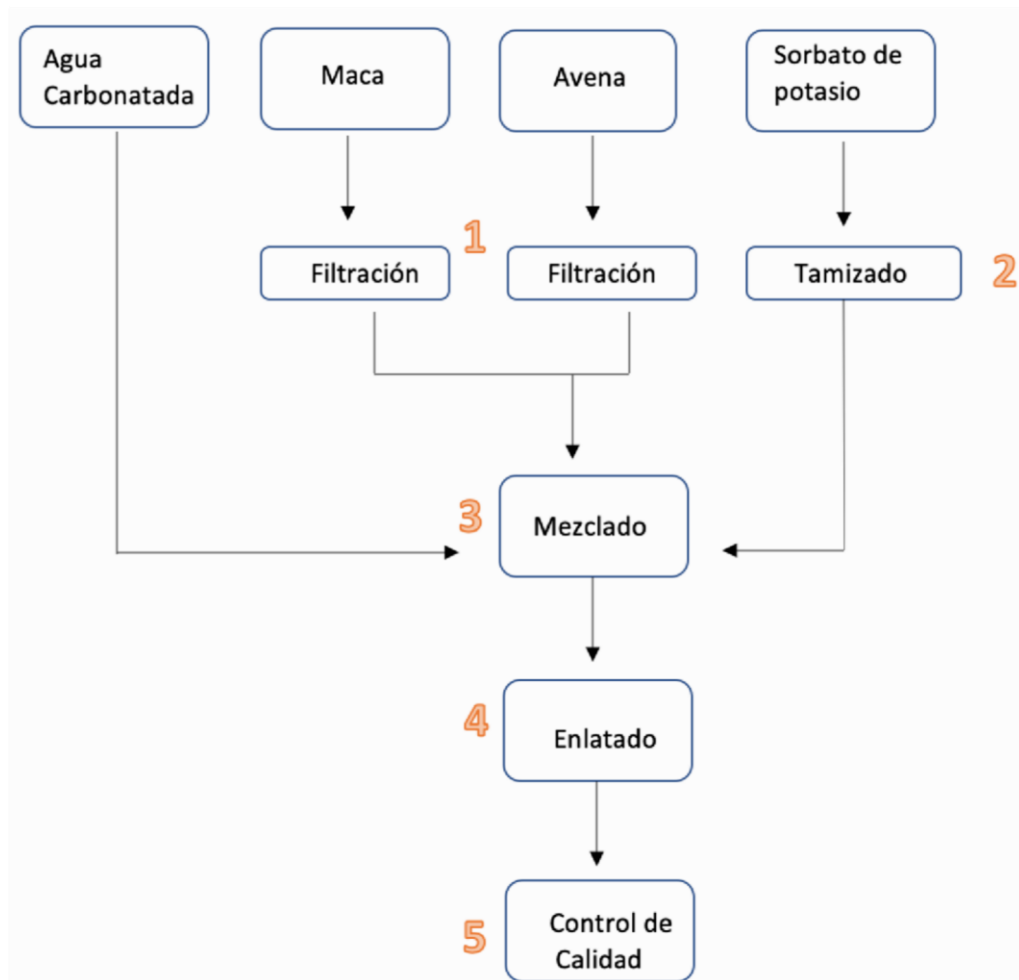
La maca al ser una planta herbácea nativa del Perú, requiere de más procesos por su tamaño, es por eso que esta materia prima será ordenada en forma de harina de maca y harina de maca gelatinizada.

b) Limpieza

En este proceso, la harina de maca pasará por una máquina cernidora para quitar cualquier impureza o piedra que se puedan presentar en la materia prima para evitar desperfectos en la realización de la bebida energizante natural al igual que la avena.

Diagrama de producción:

Para el proceso de producción y elaboración de la bebida se realizarán diferentes pasos para obtener el producto final, empezando con las materias primas las cuales pasarán por un proceso de filtración y en el caso del sorbato de potasio (conservador de alimentos y bebidas) pasará por un proceso de tamizado, después se realiza el mezclado y se termina con el enlatado y el control de calidad donde si no hubo ninguna falla de producción, las bebidas pasan directamente al área de almacenaje.



Almacén y planta de producción

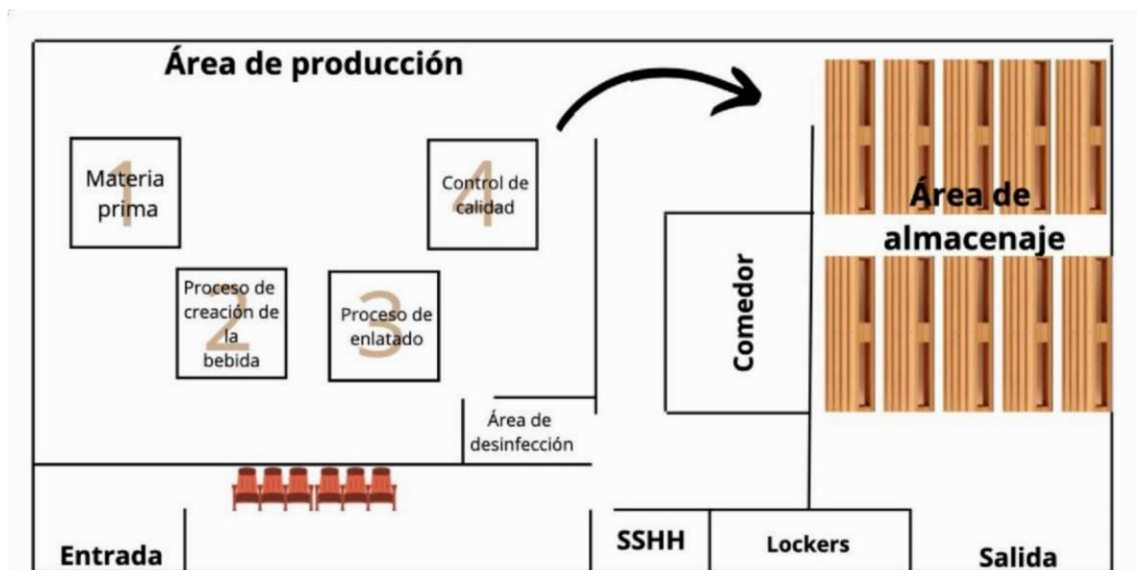
Para la elección del almacén y planta de producción de la bebida energizante Enermax, se consideraron las siguientes zonas industriales: Cercado de Lima, Callao y Ventanilla, ya que en los distritos antes mencionados, se ubican avenidas principales y puntos estratégicos para empezar la comercialización de la bebida en el distrito de Bellavista.

Características de la planta del producción:

- Espacio de 80m² el cual será dividido estratégicamente para facilitar el movimiento en el área y tenga las medidas necesarias para implementar la maquinaria en la planta.
- El almacén será con suelo de tipo losa para facilitar el tránsito de los trabajadores y se puedan transportar las bebidas de forma correcta, además al ser un área de producción de bebidas lo requerido es tener suelo de losa o pavimento.

- Área de desinfección para el personal de producción previa realización a la bebida.
- Dentro de la planta de producción se contará con una área de almacenaje como habrán 15 palets remontables donde se almacenaría hasta 50 sacos de 25kg en cada palet.

Layout del Almacén:



El tamaño del almacén será de 80m², tal como se muestra en el gráfico, el almacén tendrá las áreas de producción, almacenaje, comedor, lockers y servicios higiénicos. Esto con la finalidad de distribuir bien el espacio y sea de fácil acceso para los trabajadores de planta, ya que al finalizar la elaboración de las bebidas energizantes estas deben ser trasladadas al área de almacenaje para después ser distribuidas como corresponda.

Características de los sacos:

- El material de los sacos será de papel kraft de 3 capas y con fondo cuadrado.
- Se eligió el papel para evitar los sacos de polipropileno además porque las materias primas requeridas para la creación de esta bebida energética serán entregadas en forma de polvo.
- Las medidas de los sacos serán de 55cm x 85cm (25kg).
- Al utilizar sacos de papel también evitamos la contaminación.



Fuente: Multisac

Fase 4: Estimación de la demanda

- El costo de fabricación de nuestra bebida energizante se estima en S/. 3.10 por ello se estima venderlo a S/. 6.50
- La capacidad productiva de nuestra planta dentro del primer año se estima en 23000 unidades al mes. Dando un aproximado de 276,000 unidades al culminar el primer año de funcionamiento.
- El marketing se centrará en vender por medio de las redes sociales y puntos de ventas focalizados en Lima metropolitana.

Por lo expuesto en este escenario , se tiene planificado vender 240,000 unidades en nuestro primer año de producción. Por lo tanto se estima los ingresos por ventas del primer año:

$$276,000 \quad \times \quad S/.6.50 \quad = \quad S/. 1,794,000$$

6.4.2 Presupuesto

Tabla 29

Definición de Costos

Presupuesto de Investigación			
Objetivo	Detalle	Servicio	Costo
	1 Laptop	Uso del producto	
Investigación del Proyecto	Internet	Uso del Servicio	Asumido por los investigadores
		Uso del servicio	Asumido por los investigadores
	Luz		Asumido por los investigadores
	Asesorías	Uso del servicio	Asumido por ISIL

Nota: Elaboración propia

Tabla 30

Presupuesto de Implementación de Proyecto

Monto S/.

Activaciones en Eventos	S/. 25,000
Marketing y Publicidad	S/. 30,000
Muestreo del Producto	S/. 20,000
Merchandising	S/ . 10,000
TOTAL	S/. 85,000

Nota: Elaboración Propia

6.4.3. Estimaciones de Inversiones

Tabla 31

Estimación de los Activos Tangibles

Activos Tangibles	Monto S/.
Local de Almacenaje y Producción	S/. 420,000
Instalación e Implementación	S/. 58,000
Máquinas para de producción	S/. 78,000
Equipos y muebles de Producción	S/. 24,500

Equipos y muebles de Oficina	S/. 17,000
Furgoneta	S/. 48,000
TOTAL	S/. 645,500

Nota: Elaboración Propia

Tabla 32

Estimación de los Activos Intangibles

Activos Intangibles

Sistema y software de Producción	S/. 35,000	
Permisos y licencias		S/. 3,000
Software de Computación		S/. 19,000
TOTAL		S/. 57,000

Nota: Elaboración Propia

Tabla 33

Estimación total de Activos

Total de Activos

Activos Tangibles	S/. 645,500
Activos Intangibles	S/. 57,000
TOTAL	S/. 702,500

Nota: Elaboración Propia

Tabla 34

Fuentes de Inversión

	Fuente	Porcentaje	Monto
Accionistas	65%		S/. 511.875
Banco	35%		S/. 275,625
TOTAL	100%		S/. 787,500

Nota: Elaboración Propia

Tabla 35

Porcentaje del Rendimiento mínimo

Fuente	Porcentaje	TMAR	Ponderación
Accionistas	65%	0.18	0.12
Banco	35%	0.24	0.08
TMAR GLOBAL			20%

Nota: Elaboración Propia

Se estimó una inflación del 3% para el año 2023. Además del rendimiento mínimo que esperan los accionistas y el banco , es de 15% y 20% respectivamente

Tabla 36

Estimación del Flujo de Ingresos

Ingresos Anual	Monto S/.
Ventas	S/. 1.794.000,00
Total de Egreso	S/. 1.794.000,00

Nota: Elaboración Propia

Tabla 37

Estimación del Flujo de Egresos

Egresos Anual	Monto S/.
---------------	-----------

Coto de Producción	S/. 855.600,00
Gastos Administrativos	S/. 50.000,00
Gastos Logísticos	S/. 56.000,00
Pago de Sueldos	S/. 417.600,00
Total de Egreso	S/. 1.379.200,00

Nota: Elaboración Propia

Tabla 38

Pago de Sueldos

	Cargo	Monto Mensual S/.	Monto Anual S/.
8 Operarios de producción		S/. 1.200,00	S/. 115.200,00
1 Supervisor de producción		S/. 2.000,00	S/. 24.000,00
1 Jefe de producción		S/. 3.000,00	S/. 36.000,00
1 Administrador		S/. 4.000,00	S/. 48.000,00

1 Ingeniero químico	S/. 4.500,00	S/. 54.000,00
1 Ingeniero de Control de calidad	S/. 4.500,00	S/. 54.000,00
4 Personales de distribución	S/. 1.300,00 S/. 2.000,00	S/. 62.400,00 S/. 24.000,00
1 Encargado de Publicidad y Marketing		
	TOTAL DE PAGOS	S/. 417.600,00

Nota: Elaboración Propia

Tabla 39

Proyección de Flujo de caja

Periodo	Flujo de Ingresos	Flujo de Egresos	Flujo de Efectivo Neto
1	S/. 1.794.000,00	S/. 1.379.200,00	S/. 414.800,00
2	S/. 1.829.880,00	S/. 1.406.784,00	S/. 423.096,00
3	S/. 1.866.477,60	S/. 1.434.919,68	S/. 431.557,92
4	S/. 1.903.807,15	S/. 1.463.618,07	S/. 440.189,08
5	S/. 1.941.883,30	S/. 1.492.890,44	S/. 448.992,86

Nota: Elaboración Propia

Se proyecta un aumento del 2% en los ingresos y egresos anualmente.

COK	20%
VAN	S/. 494.450,20
TIR	46%

Se obtiene un VAN y TIR positivo, los cuales evidenciarían la rentabilidad que se obtendría con el proyecto. Teniendo un flujo de efectivo y un buen porcentaje de rentabilidad, esto ayudaría a las tomas de decisiones sobre la inversión del proyecto , facilitando la inversión a futuro.

CONCLUSIONES

Luego de desarrollar la presente investigación se llegan a las siguientes

conclusiones:

Se logra determinar que existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en las personas de la ciudad de Lima en el Año 2021 debido a que los resultados obtenidos, los cuales mostraron la importancia de su consumo y la influencia que tiene en el organismo. La cual se evidencia en la resistencia respiratoria y muscular , además del aumento de la fuerza en las actividades físicas.

Con respecto a la primera hipótesis específica se concluye que existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia muscular de las personas de la ciudad de Lima. Año 2021 ya que durante la investigación se resalta que las personas en un rango de 17 a 40 años realizan actividades que requieren gran esfuerzo físico, y la vez buscan este tipo de bebidas que los impulse a continuar con su actividad , obteniendo mayor resistencia y fuerza.

Con respecto a la segunda hipótesis específica se concluye que existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia respiratoria de las personas de la ciudad de Lima. Año 2021 , dado que la bebida energizante contiene insumos naturales , evitando el uso de la cafeína y taurina. De esta manera no causa ningun tipo de perjuicio o daño en el sistema nervioso y respiratorio.

Con respecto a la tercera hipótesis específica se concluye que existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la fuerza de las personas de la ciudad de Lima. Año 2021, ya que durante la investigación se demostró que las personas al consumir la bebida tienen un impulso y aumento en la fuerza. Sin perjudicar el sistema circulatorio y muscular, debido a la sobreexigencia que se tiene en la actividad por el aumento de fuerza al consumir la bebida energizante.

Se concluye finalmente la viabilidad de la creación del producto debido a que el análisis financiero arroja un VAN positivo de S/. 494.450,20 un TIR de 46%. y un COK de 20% lo cual muestra la viabilidad y retorno de la inversión, facilitando la toma de decisiones para la ejecución del proyecto.

RECOMENDACIONES

En primer lugar se recomienda que los deportistas y personas que realizan diferentes actividades físicas durante el día tales como estudiar, trabajar, dedicarse a la crianza de sus hijos, etc; sigan teniendo una alimentación saludable para que de esta forma ellos puedan tener los nutrientes esenciales para cumplir con estas actividades de manera natural, asimismo de ser necesario el consumo de algún suplemento energético lo ideal sería que elijan uno que se adecue a sus dietas y actividades, y que no contenga muchos ingredientes artificiales.

El consumo de bebidas energéticas hoy en día no es solamente con la finalidad de brindar energía, algunas personas incluso deciden combinarlas con bebidas alcohólicas lo cual es muy dañino para la salud ya que estas de por sí tienen altos porcentajes de azúcares añadidos, cafeína y taurina, es por ello que se recomienda evitar el consumo de las bebidas energéticas convencionales junto a bebidas alcohólicas, ya que esto solo traerá consecuencias para la salud y al largo plazo enfermedades cardiovasculares.

Una problemática común es el exceso de las bebidas energéticas comunes , ocasionado perjuicios en la salud. Tanto en el sistema cardiovascular , como a personas que cuentan con ciertas enfermedades como la diabetes. Por ello , se recomienda el consumo adecuado de los alimentos que se consumen a diario , y orientarse hacia el consumo de productos y bebidas naturales, que proporcionen beneficio al organismo.

Se recomienda aumentar la venta de alimentos y bebidas naturales en todas las bodegas, minimarkets y quioscos de Lima, ya que estos productos son mayormente vendidos en supermercados, e-commerces o tiendas naturales específicas, si hubiera un mayor alcance a la compra de estos productos, las personas tendrán más opciones saludables al momento de comprar alguna bebida o alimento energético.

Finalmente se recomienda que el consumo de avena y maca aumente en las dietas de las personas, ya que estos alimentos naturales tienen muchas cantidades de fibra y vitaminas, en el caso específico de la maca es considerada

FRPRHO³JLQVHQJSHUXDQR´SRU la cantidad de energía que esta planta brinda. Adicionalmente, se recomienda el consumo de Enermax, ya que esta bebida energizante natural cumple con su propósito de manera saludable, brindando beneficio en la resistencia y fuerza en todas las actividades físicas que se realice a diario. Su consumo a diario no ocasionaría ninguna complicación en el organismo.

Fuentes de Información

Barrenechea , A. (2019). *Plan de Negocios para la Elaboración y Mercadeo de una Bebida natural digestiva a base de hierbas peruanas en la ciudad de Lima Metropolitana 2018*

- https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1557/2019_MAGEM_171_05_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carlos Jaramillo [Dr. Carlos Jaramillo]. (2 de junio de 2022). *Así debes desayunar, almorzar y comer (cenar)* [Archivo de video]. Youtube.

- <https://www.youtube.com/watch?v=qo2evW8bmmM>

Cerron, S. (2017). *Diseño de estrategias de marketing para la aceptación de maca gelatinizada de la empresa G Food Native S.A.C en Huancayo Metropolitano-2016*

- <https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/1285/TESIS%20Dise%C3%B1o%20de%20estrategias.pdf?sequence=1>

Congreso de la Republica (2018). *Ley que establece disposiciones respecto al expendio de bebidas energéticas y su incidencia en la protección de los menores de edad*

- https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Re_soluciones_Legislativas/PL0299120180611..pdf

Congreso de la República (2019). *Disposición para la comercialización, consumo y publicidad de bebidas estimulantes*

- <https://gestion.pe/economia/mercados/soft-drinks-el-ascenso-de-las-bebidasenergizantes-y-el-descenso-de-las-gaseosas-noticia/>

Gestión. (2020). *El ascenso de las bebidas energizantes y el descenso de las gaseosas*

- <https://gestion.pe/economia/mercados/soft-drinks-el-ascenso-de-lasbebidasenergizantes-y-el-descenso-de-las-gaseosas-noticia/>

Gonzales, A. (2019). *Plan de Negocio para la producción y comercialización de una bebida energizante natural a base de pitahaya*

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

Guanilo C. (2017). *Consumo de bebidas energizantes como factor asociado al consumo de alcohol en estudiantes de medicina de una universidad privada.*

- http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/3892/1/REP_MED.HU_MA_DENIS.

[GUANILO_CONSUMO.BEBIDAS.ENERGIZANTES.FACTOR.ASOCIADO.CONSUMO.ALCOHOL.ESTUDIANTES.MEDICINA.UNIVERSIDAD.PRIVADA.pdf](#)

Hernández V. (2020). *Bebida saludable y energética hecha a base de moringa.*

- <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6490f6fb-3c05-424ebd34e14fff72e69/content>

Instituto Nacional de Calidad. (2022). *Inacal define los requisitos de calidad para las bebidas energizantes*

- <https://www.gob.pe/institucion/inacal/noticias/657065-inacal-define-los-requisitosdecalidad-para-las-bebidas-energizantes>

Instituto Nacional de Salud (2019). *Consumir bebidas energizantes eleva el riesgo de daños al corazón y al cerebro*

- <https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/consumir-bebidas-energizantes-eleva-el-riesgodedanos-al-corazon-y-al-cerebro>

Instituto Nacional de Salud (2019). *Gaseosas no calman la sed y mas bien la incrementan por el azúcar.*

- <https://web.ins.gob.pe/index.php/es/prensa/noticia/gaseosas-no-calman-la-sed-y-masbienla-incrementan-por-el-azucar>

Instituto Nacional de Salud (2019). *Tomar energizantes puede ocasionar daño al corazón y cerebro.*

- <https://web.ins.gob.pe/index.php/es/prensa/noticia/tomar-energizantes-puedeocasionardano-al-corazon-y-cerebro>

Interactiva. (2020). *7 de cada 10 usuarios utilizan apps fitness y salud*

- <https://interactivadigital.com/formacion-y-estudios-marketing-digital/7-de-cada10usuarios-utilizan-apps-de-fitness-y-salud/>

Loyola, J. (2018). *Bebida Energética Natural*

- https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623520/Loyola_VJ.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2020).

- <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/307288-minagri-y-minsa-lanzancampanacome-sano-vive-saludable-para-promover-la-buena-alimentacion>

Ministerio de Salud (2017). *Mezcla de alcohol y energizantes provoca efectos negativos en el cerebro y el corazón advierten especialistas.*

- <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/13034-mezcla-de-alcohol-y-energizantesprovoca-efectos-negativos-en-el-cerebro-y-el-corazon-advierten-especialistas> Ministerio de Salud (2019). *Consumir bebidas energizantes eleva el riesgo de daños al corazón y al cerebro.*
- <https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/consumir-bebidas-energizantes-eleva-el-riesgodedanos-al-corazon-y-al-cerebro>

Ministerio de Salud (2019). *Guías Alimentarias para la población peruana.*

- <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4832.pdf>

Ministerio de Salud. (2016). *Minsa recomienda el consumo diario de agua para mantener una vida saludable.*

- <https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/15231-minsa-recomienda-el-consumodiariode-agua-para-mantener-una-vida-saludable>

Molleapaza, J. (2020). *Conocimiento y consumo de bebidas energizantes, en estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería Ambiental de la Universidad Peruana Unión, Lima, 2019*

- https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3017/Juan_Tesis_Licenciatura_2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Morales L. (2022). *Beneficios de la leche de almendras.*

- <https://mejorconsalud.as.com/leche-de-almendras-beneficios/>

Odria, E. (2017). *Energizante natural a base de Sanky*

- https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623434/Odr%C3%ADa_eg.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Posso, A. (2020). *Diseño de plan estratégico de marketing para la empresa Skala bebidas energizantes.*

- http://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/34197/1/2020_dise%C3%B1o_plan_estrat%C3%A9gico_marketing.pdf

Red Bull (s.f.). *Ingredientes de Red Bull Energy Drinks* x <https://www.redbull.com/pe-es/energydrink/red-bull-energy-drink-ingredientes>

Reto (2014). *La Dra. Yazmín Lozada nos recomienda que consumir para disfrutar el verano sin dejar de cuidar la salud.*

- <https://www.udep.edu.pe/hoy/2014/01/alimentos-y-bebidas-saludables-para-elverano/>

Ruiz, Bustamante, Corcuera, Guere, Osoros (2018). *Diseño del proceso productivo de una bebida energética y nutritiva a base de cereales andinos y frutas en la ciudad de Piura.*

- https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3839/PYT_Informe_Final_Proyecto_BEVIDAENERGETICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ruiz, M. (2018). *Diseño del proceso productivo de una bebida energética y nutritiva a base de cereales andinos y frutas en la ciudad de Piura.*

- [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3839/PYT Informe Final Proyecto_BEBIDAENERGETICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3839/PYT_Informe_Final_Proyecto_BEBIDAENERGETICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sylvia Rodriguez Velez [@healthy_pleasure]. (2022, 23 de agosto). *Chocolate no es sinónimo de alimento dañino o pura azúcar*. [Video]. Instagram.

- https://www.instagram.com/reel/Chnq_ubJmhy/?utm_source=ig_web_copy_link

Villanueva Á. (2016). *Consumo de bebidas energéticas en estudiantes universitarios*.

- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5609072>

ANEXOS

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: _____
- 1.2. Cargo e institución del experto: _____
- 1.3. Nombre del instrumento: _____
- 1.4. Autor del instrumento: _____
- 1.5. Título de la investigación: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.		X			
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables. <i>No aplica este criterio, porque no tienen conductas observables, esto es para INVESTIGACIÓN BÁSICA</i>					
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.			X		
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica <i>Tienen que estructurarla mejor, cuando hablan del producto, cuando hablan de características deseadas</i>		X			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias. <i>No aplica este criterio, porque no tienen conductas observables, esto es para INVESTIGACIÓN BÁSICA</i>					
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos <i>No aplica este criterio, porque no tienen conductas observables, esto es</i>					

para INVESTIGACIÓN BÁSICA						
8. COHERENCIA No aplica este criterio, porque no tienen conductas observables, esto es para INVESTIGACIÓN BÁSICA. Ustedes no tienen dimensiones	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			x		
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				x	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

60%

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Solo hay 10 ítems? Creo que debería ser 21, se mide cada pregunta, en el documento resalto las que deben mejorar, hay varias INSUFICIENTES

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

IV. 60%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

() El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

(x) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Giuliana Cornejo

Firma del experto

DNI: 42939202



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: La comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en el desempeño físico de las personas en el distrito de Bellavista. Año, 2021

PROBLEMA		OBJETIVOS	HIPÓTESIS
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	
¿De qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en las personas en la ciudad de Lima, Año 2021?	Determinar de qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en las personas en la ciudad de Lima, Año 2021.	Existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en las personas de la ciudad de Lima, Año 2021.	
Problema específicos	Objetivos Específicos:	Hipótesis específicas:	
¿De qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia muscular de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021?	Determinar de qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia muscular de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021.	Resistencia muscular	Existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia muscular de las personas de la ciudad de Lima, Año 2021.
¿De qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia respiratoria de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021?	Determinar de qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia respiratoria de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021.	Resistencia respiratoria	Existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la resistencia respiratoria de las personas de la ciudad de Lima, Año 2021.
¿De qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la fuerza de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021?	Determinar de qué manera influye la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la fuerza de las personas en la ciudad de Lima, Año 2021.	Fuerza	Existe una influencia en la comercialización de una bebida energética a base de avena y maca libre de cafeína en la fuerza de las personas de la ciudad de Lima, Año 2021.

V1: Comercialización de una bebida energética		Indicadores
Dimensiones	Indicadores	1 • ¿Cuál es el presupuesto que gastas semanalmente en productos pre-entrenos o energizantes?
Precio	Precio del producto	2 • Por una lata de 250ml de bebida energética ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?
	Precio del envase	3 • ¿Qué tamaño sería el ideal para consumir una bebida energética personal?
Plaza	Cantidad de producto	4 • ¿Realizas algún deporte? • ¿Consumes productos/alimentos naturales? • ¿A qué edad consumió por primera vez una bebida energética?
	Mercado nicho	5 • ¿Consumes bebidas pre-entreno o que te aporten energía? • ¿Con qué frecuencia consumes suplementos nutricionales?
	Público consumidor	6 • ¿Cuál es tu presentación ideal para una bebida energizante orgánica?
Producto	Empaque	7 • ¿Con qué frecuencia consumes en tu dieta diaria avena y/o maca?
	Inicios	10 • ¿Por qué canal de venta prefieres adquirir tus bebidas energizantes?
Promoción	Público	11 • ¿Previamente ha visto algún tipo de video, reel, tiktok o publicación referente a alguna bebida energizante?
	PRSS	

V2: DESEMPEÑO FÍSICO		Indicadores
Dimensiones	Indicadores	10 • ¿Cuántos horarios/minutos a día le dedicas a desempeñar el deporte o actividad física que practicas?
Resistencia muscular	Tiempo de entrenamiento	12 • ¿Consumes algún suplemento energético que lo ayude a mejorar su rendimiento en las diferentes actividades físicas que realiza durante el día?
	Rutinas de ejercicios/actividad	13 • ¿Consumes algún suplemento energético que lo ayude a tener un mejor rendimiento físico?
Resistencia respiratoria	Enfermedades respiratorias	14 • ¿Sufrir de alguna enfermedad respiratoria que lo detenga a realizar alguna actividad física o deporte?
	Salud	15 • ¿Considera que lleva una alimentación saludable que lo ayude a tener un mejor rendimiento físico?
	Frecuencia de entrenamientos	16 • De los 7 días de la semana, ¿cuántos días realizas alguna actividad física o deporte? • ¿Cuándo inicia o termina de realizar sus actividades físicas y/o deportes que bebidas ingiere?
Fuerza	Suplementos	• ¿Qué tan probable es que cambie la bebida energizante o suplemento que consume actualmente? • Desde su perspectiva, cree que hay aspectos por mejorar en las bebidas energizantes y suplementos energéticos? • De haber marcado "SI" en la pregunta anterior, ¿Cuáles son los principales aspectos por mejorar?

Encuesta:**CUESTIONARIO SOBRE EL CONSUMO DE BEBIDAS ENERGIZANTES EN PERSONAS QUE REALIZAN ACTIVIDADES FÍSICAS**

Hola, somos Leyla Bahamonde y Anthony Mejía, estudiantes de la Escuela San Ignacio de Loyola. El objetivo de esta encuesta es conocer tu opinión sobre el consumo de bebidas energizantes naturales. Con el fin de aportar información para la presentación de nuestro trabajo de tesis para la obtención del grado de bachiller. La información que presente es totalmente anónima y se mantendrá una absoluta confidencialidad sobre la misma. Este instrumento forma parte de un trabajo de investigación y servirá para identificar las preferencias del público objetivo.

Marque con una X aquella respuesta que considere conveniente

1) *¿Realizas algún deporte?*

- a) Sí
- b) No

Si su rpta fue sí, indique cuál: _____

2) *¿Consumes productos/alimentos naturales?*

- a) Sí
- b) No

Si su rpta. fue sí, indique cuál: _____

3) *¿Consumes bebidas pre-entreno o que te aporten energía?*

- a) Sí
- b) No

Si su rpta. fue sí, indique cuál: _____

Preguntas de Contenido:

4) *¿A qué edad consumió por primera vez una bebida energética?*

Indique la edad: _____

5) ¿Consumes algún suplemento energético que lo ayude a mejorar su rendimiento en las diferentes actividades físicas que realiza durante el día?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No

6) ¿Con qué frecuencia consumes suplementos nutricionales?, siendo 1 no tan frecuente y 5 muy frecuente.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7) ¿Sufre de alguna enfermedad respiratoria que lo detenga a realizar alguna actividad física o deporte?

- a) Sí
- b) No

Si su rpta. fue sí, indique cuál: _____

8) De los 7 días de la semana, ¿cuántos días realiza alguna actividad física o deporte?

- a) 1 o 2 día por semana
- b) 3 a 5 día por semana
- c) 6 a 7 días por semana
- d) No realizo ningún deporte o actividad física

9) ¿Cuántas horas/minutos al día le dedicas a desempeñar el deporte o actividad física que practicas?

- a) De 45 minutos a 1 hora
- b) De 1 hora a 2 horas
- c) De 2 horas a 3 horas
- d) De 3 horas a más

10) *¿Cuál es el presupuesto que gastas semanalmente en productos pre-entreno o energizantes?*

- a) No uso estos productos
- b) De 10 a 25 soles
- c) De 25 a 40 soles
- d) De 40 a más

11) *Por una lata de 250ml de bebida energizante ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?*

- a) entre 1 a 3 soles
- b) entre 4 y 7 soles
- c) entre 8 y 11 soles

12) *¿Cuándo inicia o termina de realizar sus actividades físicas que bebida ingiere?*

- a) Agua
- b) Gaseosa
- c) Energizante
- d) Refresco
- e) Otro

13) *Con qué frecuencia consumes en tu dieta diaria avena y/o maca.*

- a) 1 vez al mes
- b) 1 vez por semana
- c) 2 a 5 veces por semana
- d) Diariamente
- e) No consumo

14) *¿Considera que lleva una alimentación saludable que lo ayuda a tener un mejor rendimiento físico?*

- a) Sí
- b) No

15) ¿Cuál es tu presentación ideal para una bebida energizante orgánica?

- a) Lata
- b) Botella de plástico
- c) Botella de vidrio
- d) Monodosis en sobres

16) ¿Qué tamaño sería el ideal para consumir una bebida energética personal?

- a) 200 ml.
- b) 250ml.
- c) 300ml.
- d) 350ml.

17) ¿Qué tan probable es que cambie la bebida energizante o suplemento que consume actualmente?, siendo 1 no la cambiaría y siendo 5 la cambiaría totalmente.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

18) ¿Por qué canal de venta prefieres adquirir tus bebidas energizantes?

- a) Página Web
- b) Redes sociales
- c) Tienda física
- d) Llamada telefónica

19) ¿Desde su perspectiva, cree que hay aspectos por mejorar en las bebidas energizantes y suplementos energéticos?

- a) Si
- b) No

20) ¿Qué aspectos cree que deberían mejorarse en las bebidas energizantes y suplementos energéticos?

- a) Que sean más económicas
- b) Que tengan menor porcentaje de azúcares

- c) Que tengan variedad de sabores
- d) Que sean de rápido efecto
- e) Otro

21) *¿Recientemente ha visto algún tipo de video, reel, tiktok o publicación referente a alguna bebida energizante?*

- a) Sí
- b) No
- c) No recuerdo