

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

CASO DE ESTUDIO

**NIVEL DE ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO CHAMOY Y MERMELADA DE
JAMAICA EN LA PROVINCIA DE NAPO**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR: GUEVARA RIOS KEYLA CRISTINA

TUTOR: CASTRO VITERI CHRISTIAN ANDRÉS

Tena - Ecuador

2025 IS

ÍNDICE DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	7
1.1	Objetivos	8
1.1.1	Objetivo General	8
1.1.2	Objetivos Específicos	8
1.2	Justificación	9
2	ANÁLISIS	9
2.1	Fundamentación teórica	9
2.2	Metodología	10
2.2.1	Tipos de Metodología	10
2.2.2	Enfoque	11
2.3	Metodología para cada objetivo	11
2.3.1	Línea de Investigación	12
2.3.2	Sub línea de investigación	12
2.3.3	Delimitación	12
2.3.4	Beneficiarios	13
3	RESULTADOS POR OBJETIVOS	13
3.1	Resultado del objetivo 1	13
3.2	Resultado del objetivo 2	17
3.3	Resultado del objetivo 3	27
3.3.1	Propuesta Informe Técnico	28
	Portada	28
	Descripción del Producto	29
	Público Objetivo	29
	Estrategia Comercial (4 P's del Marketing)	29
	Producto:	29
	Precio:	29
	Plaza:	30
	Promoción:	30
	Presupuesto Estimado para el Lanzamiento (3 meses)	30
	Cronograma de Actividades (3 meses)	31
	Sostenibilidad y Proyección	31

4	CONCLUSIONES	32
5	RECOMENDACIONES	32
6	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	33

APROBACIÓN DEL TUTOR

ECO. CHRISTIAN ADNÉRÉS CASTRO VITERI
PROFESOR DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Tutor Examen de carácter complexivo práctico denominado: NIVEL DE ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO CHAMOY Y MERMELADA DE JAMAICA EN LA PROVINCIA DE NAPO, de autoría de la señorita **GUEVARA RÍOS KEYLA CRISTINA**, con CC. 1105517211 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior el Desarrollo en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Examen de carácter complexivo práctico antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen el respectivo reglamento e institución.

Tena, 14 de julio de 2025

ECO. CHRISTIAN ADNÉRÉS CASTRO VITERI
TUTOR DEL EXAMEN DE CARACTER COMPLEXIVO PRÁCTICO

CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Guerrero Ll., Mg.

RESPONSABLE DE LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN

De mi consideración.

Por medio del presente expreso un atento y cordial saludo, y a la vez me permito hacer conocer lo siguiente:

En calidad de miembro del jurado calificador del Informe técnico del caso práctico denominado: **NIVEL DE ACEPTACION DEL PRODUCTO CHAMOY Y MERMELADA DE JAMAICA EN LA PROVINCIA DE NAPO, de autoría de la señor/ita, GUEVARA RIOS KEYLA CRISTINA** con CC.1105517211, Estudiante de la Carrera de **Tecnología en Administración** del Instituto Superior Tecnológico Tena, **CERTIFICAMOS** que se ha realizado la revisión prolija, ha sido corregido y aprobado; por lo que autorizamos su presentación y la continuidad en el proceso.

Tena, 01 de agosto de 2025

Atentamente;

Ing. Henry Fabian Chango
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lcda. Bélgica Judith Gómez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar el nivel de aceptación del chamoy y la mermelada de jamaica entre los consumidores de la provincia de Napo, Ecuador. Se identificó la falta de estudios previos sobre estos productos en la región, lo que planteó la necesidad de explorar su potencial de comercialización. La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, utilizando métodos descriptivos y encuestas a 390 personas, para conocer su conocimiento, interés y disposición de compra.

Los resultados mostraron una alta familiaridad con la flor de jamaica y una gran apertura a probar productos nuevos, especialmente la mermelada. Factores como el sabor, el uso de ingredientes naturales y la presentación en frascos de vidrio fueron determinantes para la aceptación. La mayoría de los encuestados estaría dispuesta a pagar entre \$2 y \$4 por frascos de 250 ml, y se identificó que las degustaciones y la publicidad en redes sociales serían estrategias efectivas para su introducción.

Se propone una estrategia comercial basada en las 4P (Producto, Precio, Plaza y Promoción), con un presupuesto estimado de \$1.397, y se recomienda lanzar ambos productos con identidad local, destacando sus beneficios nutricionales. Este estudio contribuye al desarrollo de emprendimientos locales y a la diversificación de la oferta agroindustrial en Napo.

Palabras clave: Aceptación del consumidor, Comercialización, Estudio de mercado, Emprendimiento Local, flor de jamaica.

ABSTRACT

This study aimed to evaluate the acceptance level of chamoy and hibiscus jam among consumers in the Napo province, Ecuador. It identified a lack of previous research on these products in the region, highlighting the need to explore their market potential. The research employed a mixed approach, using descriptive methods and surveys of 390 people to assess their knowledge, interest, and willingness to purchase. Results showed high familiarity with hibiscus flower and strong openness to trying new products, especially the jam. Factors such as flavor, use of natural ingredients, and glass jar packaging were key to acceptance. Most respondents were willing to pay between \$2 and \$4 for 250 ml jars. Tastings and social media advertising were identified as effective strategies for product introduction. A marketing strategy based on the 4Ps (Product, Price, Place, and Promotion) with an estimated budget of \$1,397 is proposed. It is recommended to launch both products with a local identity, emphasizing their nutritional benefits. This study contributes to the development of local entrepreneurship and the diversification of agroindustrial offerings in Napo.

Keywords: Consumer Acceptance, Marketing, Market Research, Local Entrepreneurship, Hibiscus Flower.

Reviewed by:

Lcda. Carolina Romero Mgs,
C.I.131324521-7
Lenguage Center Professor

1 INTRODUCCIÓN

En Ecuador, la flor de jamaica ha sido objeto de diversas investigaciones debido a sus propiedades nutricionales y potencial en la agroindustria. (Toaquiza, Andrade, & Morales, 2025) Desarrollaron un análisis de investigación para la elaboración de una mermelada de flores de jamaica enriquecida con pitahaya, evaluando su calidad físico-química, sensorial y microbiológica, y destacando su potencial como producto funcional.

Además, estudios sobre innovación en el sector de alimentos y bebidas en Ecuador han demostrado esfuerzos significativos en la creación de productos nuevos, reflejando una tendencia hacia la innovación radical en la industria alimentaria. (Gómez, Lopez, Nieto, & Moscoso, 2025)

Sin embargo, no se han encontrado estudios específicos sobre la aceptación del chamoy y la mermelada de jamaica en la provincia de Napo, lo que evidencia una oportunidad para investigar estos productos en dicho mercado.

La falta de conocimiento de estos productos puede ser la causa de la ausencia de estudios de mercado que evalúen su aceptación y potencial en la región. Por lo tanto, es necesario investigar el nivel de aceptación del chamoy y la mermelada de jamaica en la provincia de Napo para identificar oportunidades de desarrollo y comercialización.

Con base los antecedentes descritos surge una interrogante: ¿Cuál es el nivel de aceptación del chamoy y la mermelada de jamaica entre los consumidores de la provincia de Napo?

La investigación es relevante por varias razones como la búsqueda de diversificación de productos locales, identificando la aceptación del chamoy y la mermelada de jamaica se puede fomentar la producción y comercialización de nuevos productos en la provincia de Napo, aprovechando recursos locales y promoviendo la innovación en la agroindustria.

Se potencia la promoción de hábitos saludables considerando que ambos productos poseen propiedades beneficiosas para la salud. Su introducción en el mercado puede contribuir a mejorar la alimentación de la población.

Mediante la creación de nuevos emprendimientos se incrementa el crecimiento del desarrollo económico regional, con la producción y venta de estos productos se pueden generar empleos y fortalecer la economía local, especialmente en comunidades rurales.

La investigación llenará un vacío en la literatura existente sobre la aceptación de estos productos en la región amazónica de Ecuador, sirviendo como referencia para futuras investigaciones y proyectos.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo General

- Evaluar el nivel de aceptación del mercado del chamoy y la mermelada de jamaica en los consumidores de la Provincia de Napo.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Recolectar información de campo mediante encuestas aplicadas a consumidores locales sobre el conocimiento, interés y disposición de compra del chamoy y la mermelada de jamaica.
- Analizar los datos obtenidos para identificar las preferencias del mercado y los factores que influyen en la aceptación de estos productos.
- Elaborar un informe técnico detallado con los resultados de la investigación, incluyendo conclusiones, recomendaciones y una propuesta básica de comercialización.

1.2 Justificación.

Napo se caracteriza por su riqueza en biodiversidad y por el desarrollo de emprendimientos comunitarios que aprovechan productos autóctonos como la guayusa, el sachá inchi y la flor de jamaica. Estos productos no solo tienen valor nutricional, sino que también representan una fuente de ingresos para las comunidades indígenas y locales. Evaluar la aceptación de productos como el chamoy y la mermelada de jamaica puede abrir nuevas oportunidades de negocio y fortalecer la economía local.

Problemas de salud relacionados con la alimentación, como obesidad y enfermedades crónicas. Introducir productos naturales y nutritivos, como la mermelada de jamaica, puede contribuir a mejorar la dieta de la población y reducir la incidencia de estas enfermedades

2 ANÁLISIS

2.1 Fundamentación teórica

La industria alimentaria ecuatoriana ha mostrado un crecimiento en la diversificación de productos, destacándose las mermeladas artesanales elaboradas con frutas autóctonas. Investigaciones indican que, aunque las mermeladas tradicionales dominan el mercado, existe una tendencia creciente hacia la aceptación de productos innovadores que incorporan ingredientes locales y naturales. (Benavides , y otros, 2025)

La provincia de Napo, ubicada en la región amazónica de Ecuador, presenta características culturales y gastronómicas particulares que pueden influir en la aceptación de nuevos productos. El consumo de alimentos tradicionales y naturales es prevalente, lo que sugiere una predisposición hacia productos que resalten por sus beneficios para la salud y que utilicen ingredientes locales.

A nivel global, se observa un creciente interés por alimentos que combinan sabores exóticos con beneficios para la salud. El chamoy, un condimento mexicano a base de frutas deshidratadas, chile y sal, ha ganado popularidad en diversas partes del mundo por su sabor único y versatilidad en su uso en bebidas y alimentos. (Pérez, 2022)

2.2 Metodología

La metodología de la investigación se refiere al conjunto de procedimientos lógicos y sistemáticos que permiten abordar problemas de investigación con el objetivo de generar conocimientos válidos y confiables. Estos autores destacan la importancia de seguir un proceso ordenado que incluya la formulación del problema, la revisión de la literatura, la definición de hipótesis, la recolección y análisis de datos, y la interpretación de los resultados. (Sampieri, Collado, & Baptista, 2014)

Para la presente investigación se procede a utilizar un diseño no experimental de tipo transversal, lo que quiere decir que se recolectan los datos en un solo momento para describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Morles, 2002)

Aplicar la metodología adecuada para la investigación permitirá obtener una visión completa del nivel de aceptación del chamoy y la mermelada de jamaica en la provincia de Napo, considerando tanto las preferencias sensoriales como las percepciones culturales de los consumidores locales.

2.2.1 Tipos de Metodología

Método Bibliográfico: Se utiliza este método debido a que las fuentes primarias fueron la encuesta y fuentes secundarias fueron las bibliografías de tesis de maestrías de diferentes autores y publicaciones académicas de expertos de diferentes universidades.

Método Descriptivo: Esta investigación busca identificar la percepción que tienen las personas que laboran en la empresa la cual es el objetivo de estudio, de describirá las características de la población que se está investigando en su naturaleza democrática, género y edad.

2.2.2 Enfoque

El enfoque mixto en investigación combina métodos cuantitativos y cualitativos para proporcionar una comprensión más completa y profunda del fenómeno estudiado. En el contexto de analizar la aceptación del chamoy y la mermelada de jamaica en la provincia de Napo, este enfoque permite integrar datos numéricos sobre preferencias y comportamientos de consumo con nuevos hallazgos cualitativos sobre percepciones, motivaciones y barreras culturales.

2.3 Metodología para cada objetivo

Tabla 1 Metodología para cada objetivo

OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN	ENFOQUE	MÉTODO	HERRAMIENTAS
Recolectar información de campo mediante encuestas aplicadas a consumidores locales sobre el conocimiento, interés y disposición de compra del chamoy y la mermelada de jamaica.	<i>Cualitativo</i>	Inductivo Descriptiva	Encuesta.
Analizar los datos obtenidos para identificar las preferencias del mercado y los factores que influyen en la aceptación de estos productos.	<i>Cuantitativo</i>	Inductivo Descriptiva	Tabulación de datos
Elaborar un informe técnico detallado con los resultados de la investigación, incluyendo conclusiones, recomendaciones y una propuesta básica de comercialización.	<i>Cualitativo</i>	Inductivo Descriptiva	Cuadro de Resultados

Elaborado por: Guevara 2025

Tabla 2. Materiales y Equipos

Materiales	Equipos
Resma de papel bond Tamaño A4	Laptop DELL (Procesador 11th Gen Intel(R) Core (TM) i7-11370H, memoria Ram 12.0 GB, Disco Duro de 500 GB).
Tinta de impresora 4 colores	Impresora Epson EcoTank L6490 de tinta continúa.
Esferos de color azul	Flash Memory Kingston (32 Gb).
Cuadernos de 60 hojas a cuadros	Internet Fibra Óptica (50 Gb).
Anillado de color azul	Celular Samsung Galaxy A10S

Elaborado por: Guevara (2025)

2.3.1 Línea de Investigación

Administración de Empresas

2.3.2 Sub línea de investigación

Economía Empresarial

2.3.3 Delimitación

Delimitación espacial

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

Parroquia: Tena

Delimitación temporal

Ciclo Académico 2025 IS

2.3.4 *Beneficiarios*

Directos

- Productores locales de Jamaica: Agricultores que cultivan jamaica, quienes pueden obtener ingresos adicionales al vender su cosecha para la elaboración de mermeladas y otros productos derivados.
- Emprendedores y microempresas: Personas o grupos que inician negocios para procesar y comercializar mermelada de Jamaica o chamoy, generando empleo y dinamizando la economía local.
- Consumidores locales: Habitantes de la provincia de Napo que adquieren y consumen estos productos, beneficiándose de opciones alimenticias innovadoras y nutritivas.

Indirectos

- Familias de los productores y emprendedores: Al mejorar los ingresos de los productores y emprendedores, sus familias experimentan una mejora en su calidad de vida.
- Comerciantes y distribuidores locales: Tiendas, mercados y supermercados que venden estos productos, incrementando su oferta y atrayendo a más clientes.
- Sector turístico: La promoción de productos autóctonos puede atraer turistas interesados en la gastronomía local, contribuyendo al desarrollo del turismo en la región.
- Instituciones educativas y de salud: El proyecto puede servir como base para programas educativos sobre nutrición y emprendimiento, además de promover hábitos alimenticios saludables.

3 RESULTADOS POR OBJETIVOS

3.1 Resultado del objetivo 1

Objetivo 1.- Recolectar información de campo mediante encuestas aplicadas a consumidores locales sobre el conocimiento, interés y disposición de compra del chamoy y la mermelada de jamaica.

El primer objetivo de esta investigación consiste en recolectar información de campo mediante encuestas aplicadas a consumidores locales sobre el conocimiento, interés y disposición de compra del chamoy y la mermelada de jamaica. Este objetivo representa un pilar

fundamental para el estudio, ya que permite comprender cómo es percibido el producto en la provincia de Napo, un mercado donde posiblemente estas alternativas alimenticias no son aún comunes ni ampliamente difundidas. La recolección de datos directamente desde la población objetivo proporciona una base sólida y contextualizada que respalda el análisis posterior sobre la viabilidad comercial de estos productos.

La importancia de la encuesta radica en su capacidad para captar de manera directa la opinión de los consumidores potenciales. Mediante esta herramienta, se accede a información valiosa sobre la familiaridad de los encuestados con el chamoy y la mermelada de jamaica, así como sobre su interés y disposición a comprarlos en caso de estar disponibles en el mercado local. La encuesta también permite explorar variables como la frecuencia de consumo de productos similares, las preferencias de sabor, la influencia del precio, la presentación del producto, y otros factores que inciden en las decisiones de compra. Estos datos permiten identificar patrones de comportamiento y detectar oportunidades para introducir los productos de manera efectiva.

En este sentido, la encuesta no cumple únicamente una función exploratoria, sino también estratégica. Los resultados que se obtengan serán claves para orientar el desarrollo del producto, mejorar su presentación, ajustar su precio y definir los canales de distribución más adecuados. Asimismo, permitirán comprobar o refutar hipótesis relacionadas con el grado de aceptación del chamoy y la mermelada de jamaica, lo cual resulta determinante para tomar decisiones basadas en evidencia.

ENCUESTA

Datos generales del encuestado (opcional)

- Edad:
 - De 18 a 30
 - De 31 a 40
 - De 41 a 50
 - De 51 en adelante
- Género:
 - Masculino

- Femenino
- Otro

1. ¿Con qué frecuencia consume mermeladas?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Rara vez
- Nunca

2. ¿Con qué frecuencia consume productos con sabores agrídulces o picantes (como el chamoy)?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Rara vez
- Nunca

3. ¿Ha probado alguna vez productos elaborados con flor de jamaica?

- Sí
- No

4. ¿Dónde suele adquirir productos como mermeladas o salsas?

- Supermercados
- Tiendas locales
- Mercados
- Ferias o eventos
- Otros: _____

5. ¿Estaría dispuesto(a) a probar una mermelada de jamaica?

- Sí
- No
- Tal vez

6. ¿Estaría dispuesto(a) a probar el chamoy (salsa agrídulce y picante)?

- Sí
- No
- Tal vez

7. ¿Qué factores considera más importantes al elegir una mermelada o salsa? (Seleccione hasta 3 opciones)

- Sabor
- Precio
- Ingredientes naturales
- Marca reconocida
- Presentación del producto
- Recomendación de conocidos
- Otros: _____

8. ¿Qué presentación preferiría para estos productos?

- Frascos de vidrio
- Envases plásticos
- Sachets o sobres individuales
- Otros: _____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un frasco de 250 ml de mermelada de jamaica o chamoy?

- Menos de \$2
- \$2 - \$3
- \$3 - \$4
- Más de \$4

10. ¿Qué le motivaría a probar una nueva mermelada de jamaica o chamoy? (Seleccione todas las que apliquen)

- Degustaciones gratuitas
- Publicidad en redes sociales
- Recomendaciones de amigos o familiares
- Promociones o descuentos
- Información sobre beneficios para la salud
- Otros: _____

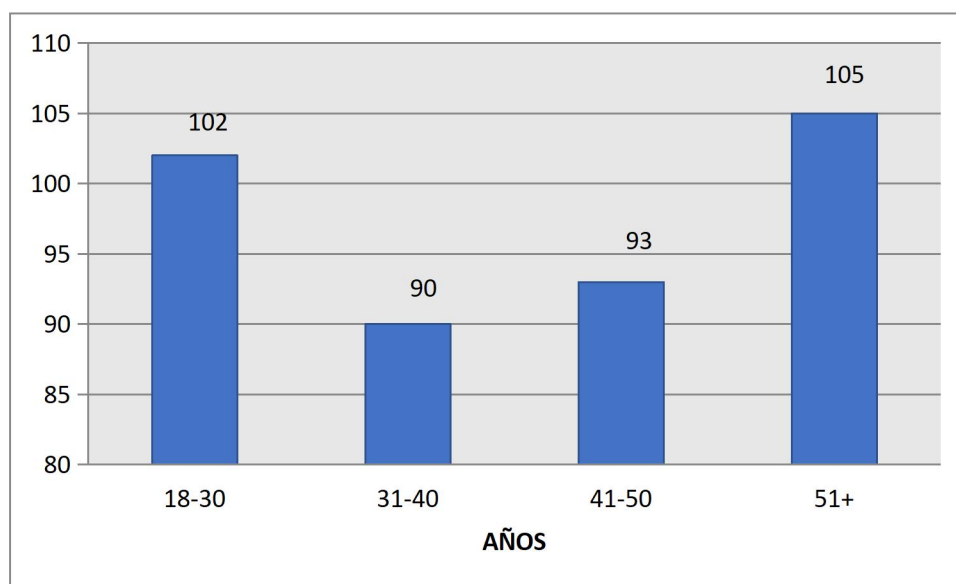
3.2 Resultado del objetivo 2

Objetivo 2.- Analizar los datos obtenidos para identificar las preferencias del mercado y los factores que influyen en la aceptación de estos productos.

Resultado de la encuesta.

Pregunta 1: Edad

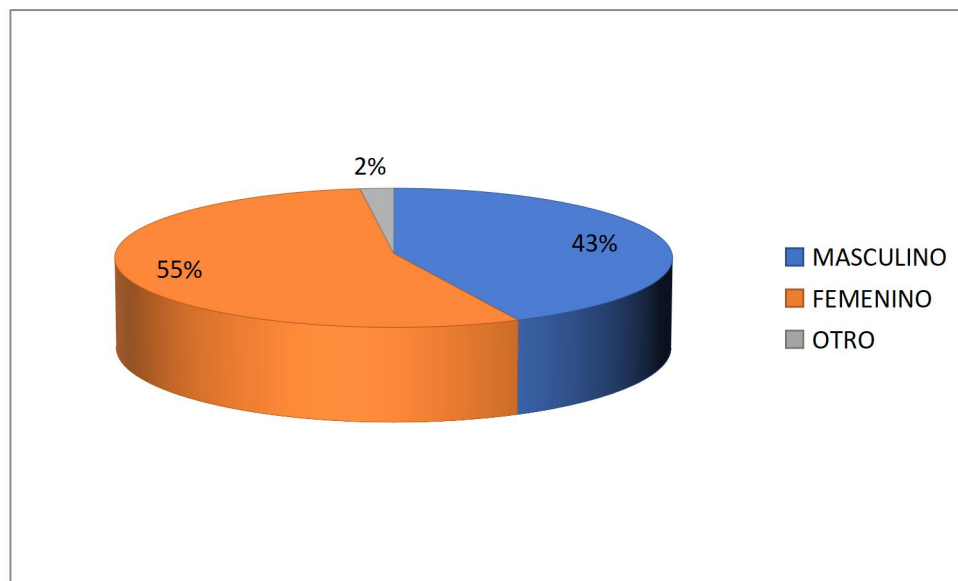
Gráfico 1: Edad



El gráfico muestra la cantidad de personas encuestadas en distintos rangos etarios. El grupo con mayor participación es el de mayores de 51 años (105 personas), seguido por el de 18-30 años (102), luego 41-50 años (93), y finalmente 31-40 años (90). Esto indica que la muestra está equilibrada entre jóvenes y adultos, lo que permite obtener perspectivas variadas, aunque con una leve predominancia del grupo de mayor edad.

Pregunta 2: Género

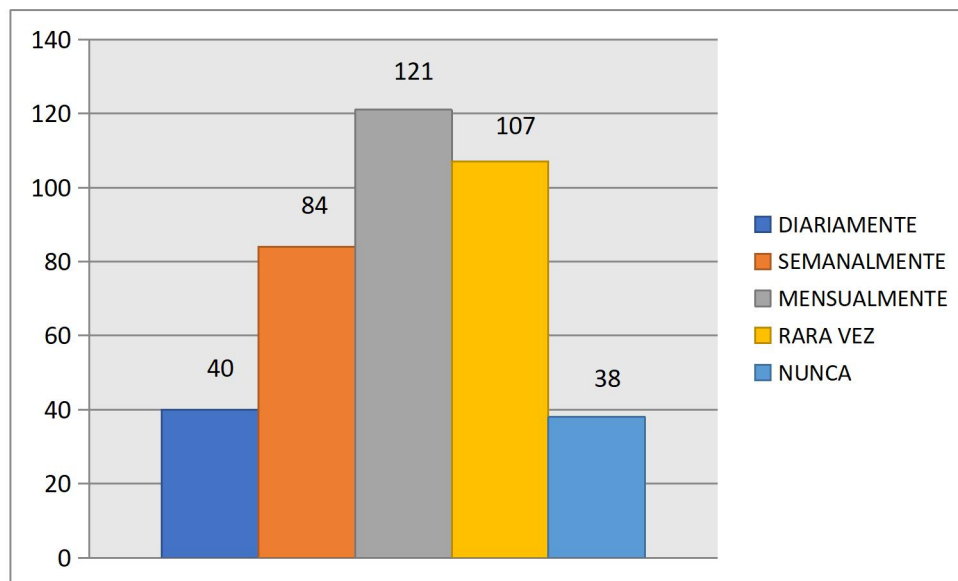
Gráfico 2: Género



En cuanto al género, la mayoría de los encuestados se identifican como femeninos (214), frente a 168 masculinos y solo 8 personas que se identifican como “otro”. Esto sugiere que las mujeres participaron en mayor número en la encuesta, lo que puede influir en ciertas tendencias de consumo, ya que históricamente las mujeres tienden a tomar más decisiones relacionadas con compras alimenticias en muchos hogares.

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia consume mermeladas?

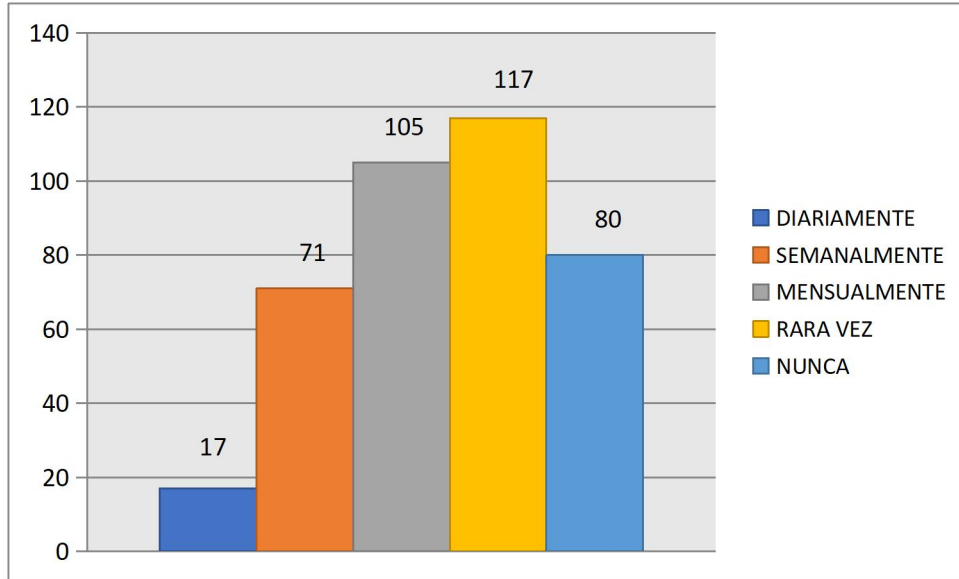
Gráfico 3: Frecuencia de consumo de mermelada



Este resultado sugiere que la mermelada es un producto con un nivel de presencia moderado en los hábitos alimenticios de los consumidores de la provincia. El hecho de que la opción “mensualmente” tenga la mayor cantidad de respuestas evidencia que existe un consumo ocasional y probablemente vinculado a momentos específicos, como desayunos en fines de semana o acompañamientos puntuales. Además, el alto número de personas que la consume “rara vez” indica que, aunque no es un producto totalmente ajeno, no forma parte esencial de la dieta diaria o semanal de muchas personas.

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia consume productos con sabores agridulces o picantes (como el chamoy)?

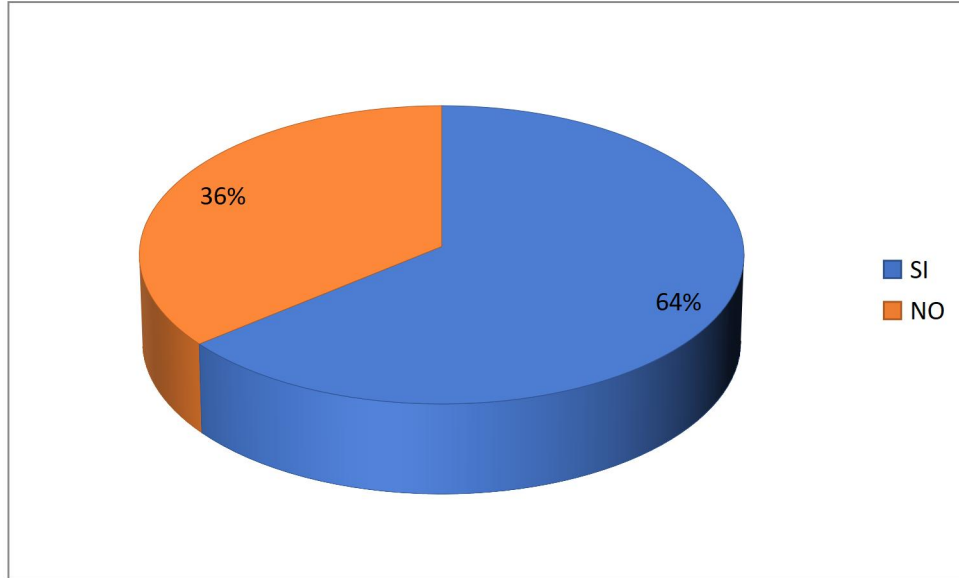
Gráfico 4: Frecuencia de consumo de productos con sabores agridulces o picantes



Se puede observar que la mayoría consume el producto con poca regularidad. La opción con mayor número de respuestas fue “Rara vez”, con un total de 117 personas, lo cual sugiere que existe un conocimiento y una experiencia previa con el producto, pero no se ha incorporado de manera habitual en la dieta de los consumidores. Esto representa una oportunidad clara para fortalecer la presencia del producto en el mercado local mediante estrategias de fidelización y promoción.

Pregunta 5: ¿Ha probado alguna vez productos elaborados con flor de jamaica?

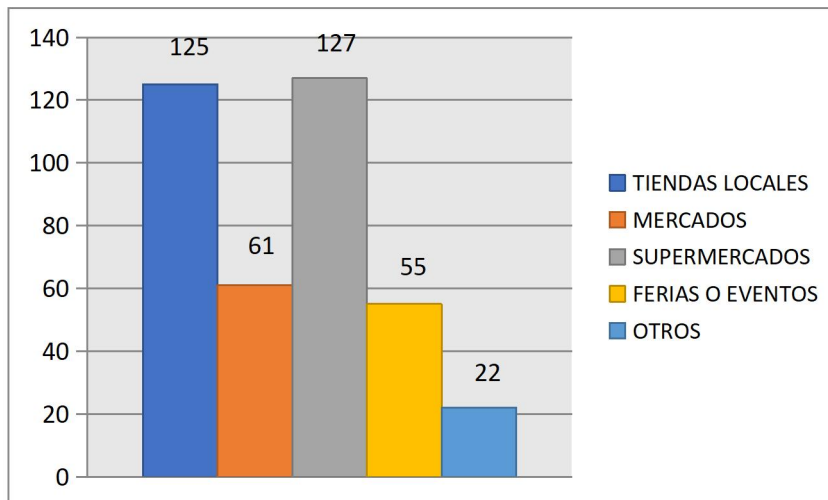
Gráfico 5: Ha probado productos con flor de jamaica



Una amplia mayoría (250 personas) ha probado productos de flor de jamaica, frente a 140 que no. Esto indica un alto nivel de familiaridad con la flor de jamaica en productos alimenticios, lo cual es una base favorable para introducir nuevos productos como mermeladas o chamoy derivados de esta flor.

Pregunta 6: ¿Dónde suele adquirir productos como mermeladas o salsas?

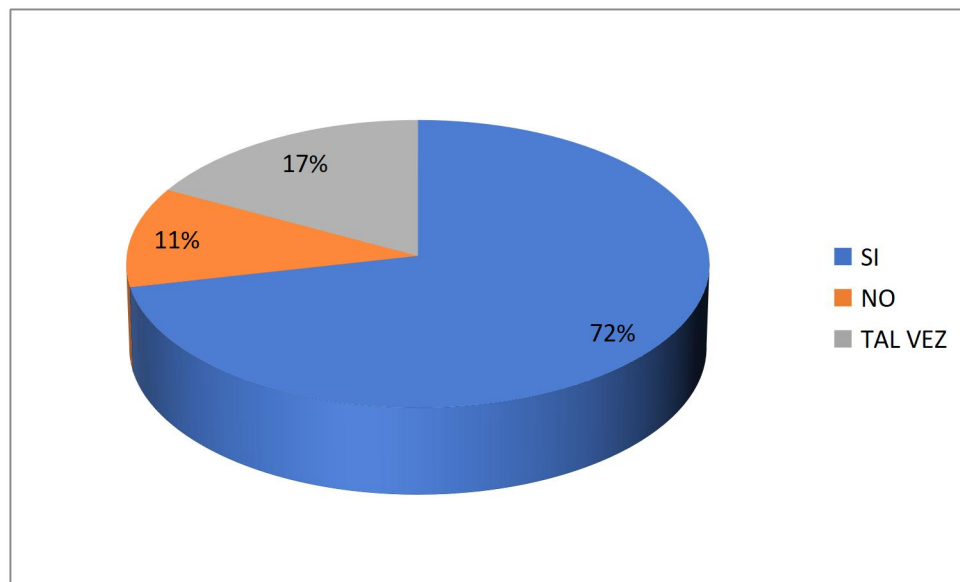
Gráfico 6: Lugares de compra



Los supermercados y los mercados son los lugares de compra preferidos, con 140 y 127 votos respectivamente, seguidos de tiendas locales (125). Las ferias o eventos (55) y otros lugares (22) son mucho menos frecuentes. Esto sugiere que para un producto nuevo es clave tener presencia en supermercados y mercados, que son los canales más utilizados por los consumidores.

Pregunta 7: ¿Estaría dispuesto(a) a probar una mermelada de jamaica?

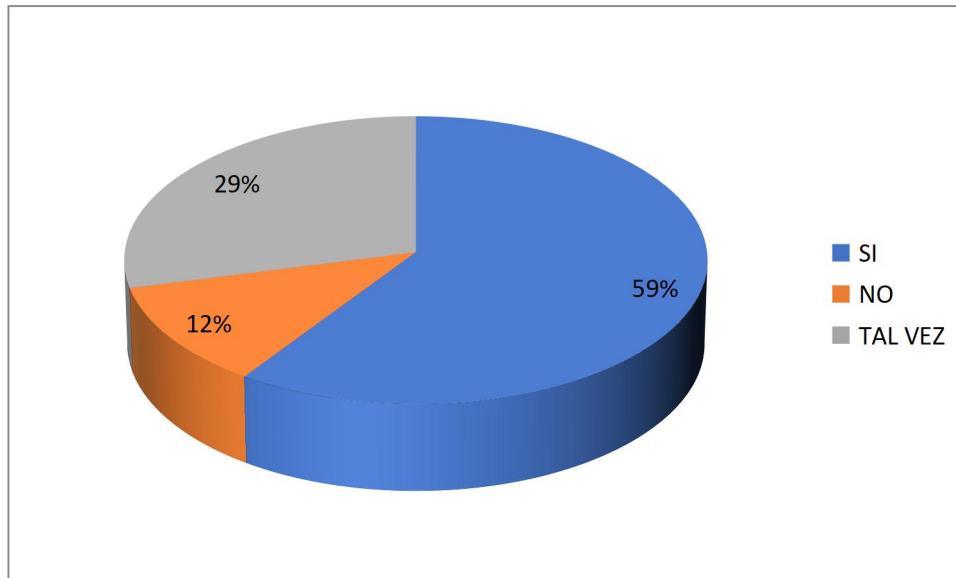
Gráfico 7: Disposición a probar mermelada de jamaica



El gráfico muestra una fuerte disposición a probar mermelada de jamaica, con 279 respuestas afirmativas. Solo 44 personas dijeron que no, y 67 respondieron "tal vez". Esto representa una gran oportunidad de mercado para este producto, pues hay una alta apertura a nuevas experiencias relacionadas con la flor de jamaica.

Pregunta 8: ¿Estaría dispuesto(a) a probar el chamoy (salsa agridulce y picante)?

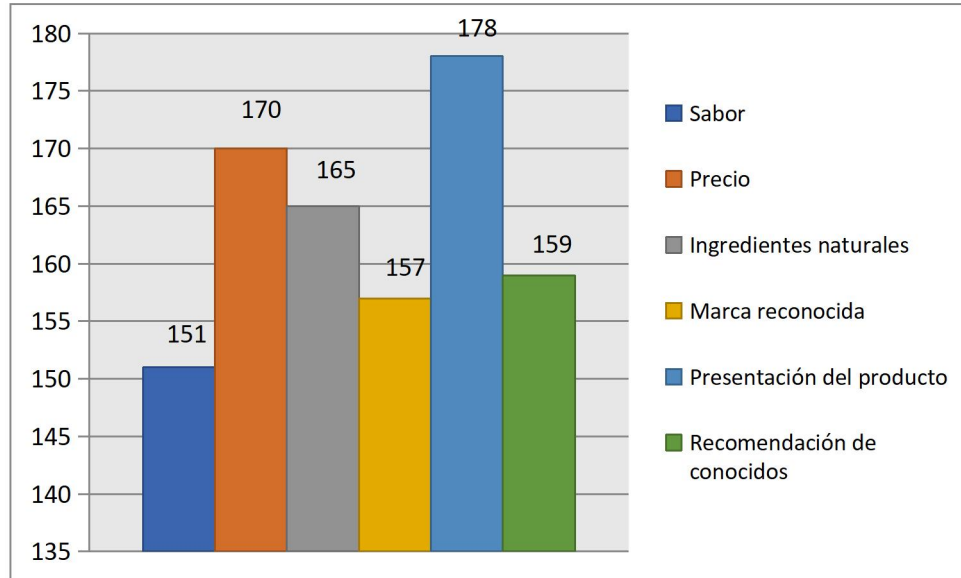
Gráfico 8: Disposición a probar chamoy



Aunque ligeramente menor que con la mermelada, la disposición a probar chamoy de jamaica también es alta, con 232 personas dispuestas a hacerlo. 113 personas dijeron "tal vez" y 45 respondieron negativamente. Esto indica que, si bien hay interés, el chamoy puede requerir una estrategia de promoción más enfocada para convencer a los indecisos.

Pregunta 9: ¿Qué factores considera más importantes al elegir una mermelada o salsa?

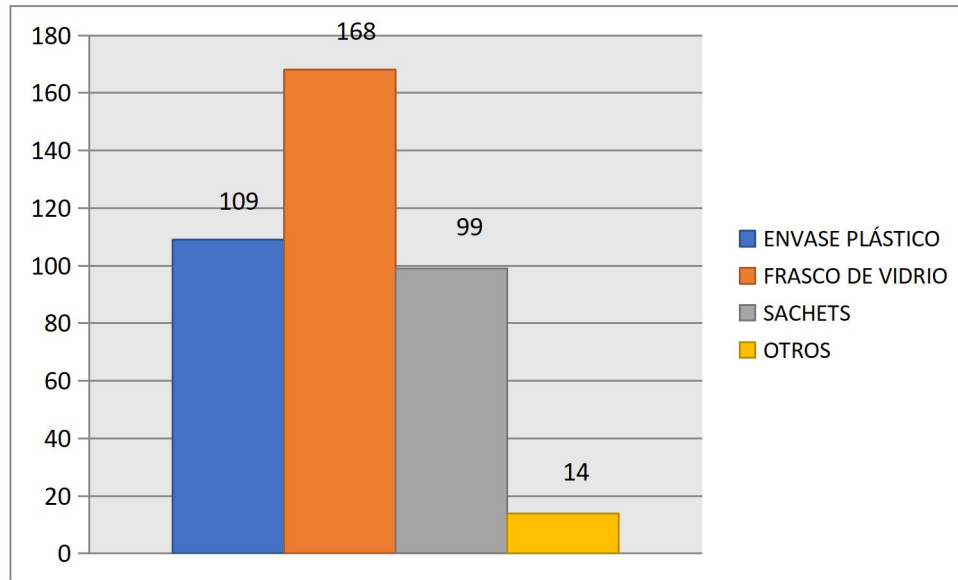
Gráfico 9: Factores de compra



El sabor (178) y el uso de ingredientes naturales (165) son los factores más importantes al momento de decidir una compra. Le siguen la presentación del producto (159) y el precio (157). La marca reconocida (170) también tiene peso, mientras que las recomendaciones personales (151) son menos influyentes. Este dato sugiere que el enfoque en la calidad del sabor y la naturalidad de los ingredientes debe ser central en la propuesta de valor del producto.

Pregunta 10: ¿Qué presentación preferiría para estos productos?

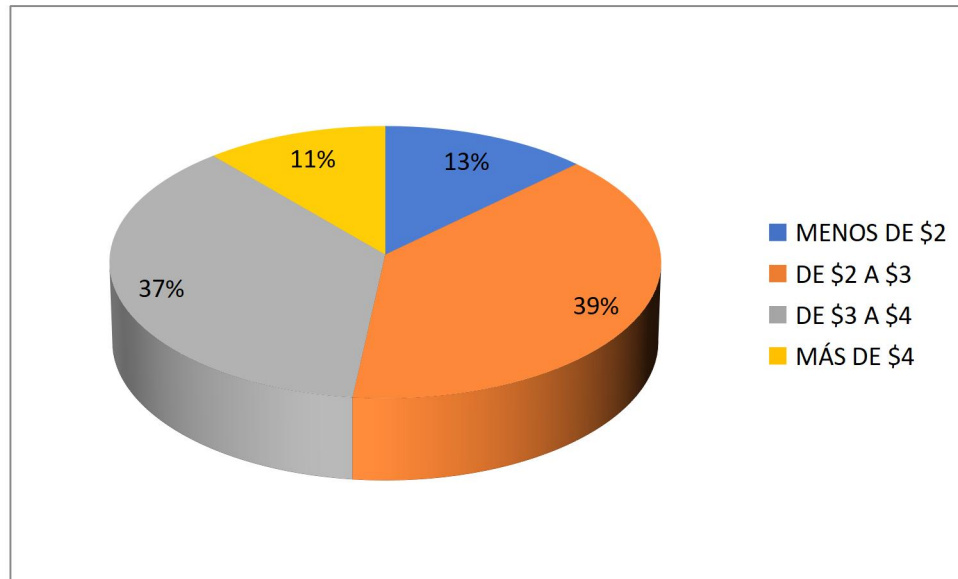
Gráfico 10: Presentación preferida



El frasco de vidrio es la presentación más preferida (168), seguido del envase plástico (109). Los sachets (99) y otras presentaciones (14) son menos populares. Esto implica que, para productos como mermeladas y chamoy, el vidrio no solo tiene una percepción de mayor calidad sino que también puede reforzar el valor del producto artesanal o natural.

Pregunta 11: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un frasco de 250 ml de mermelada de jamaica o chamoy?

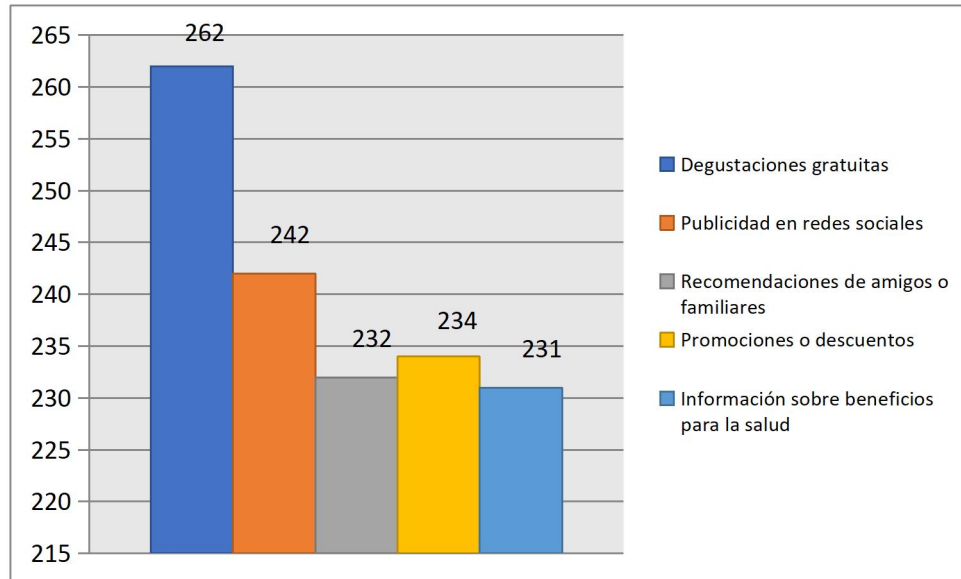
Gráfico 11: Precio



La mayoría de los encuestados está dispuesta a pagar entre \$2 y \$3 (152), seguido por \$3 a \$4 (144). Una porción menor (50) prefiere precios menores a \$2, mientras que 44 aceptan precios superiores a \$4. Esto sugiere que el rango ideal para posicionar el producto es entre \$2 y \$4, con énfasis en ofrecer una buena relación calidad-precio.

Pregunta 12: ¿Qué le motivaría a probar una nueva mermelada de jamaica o chamoy?

Gráfico 12: Preferencia de prueba



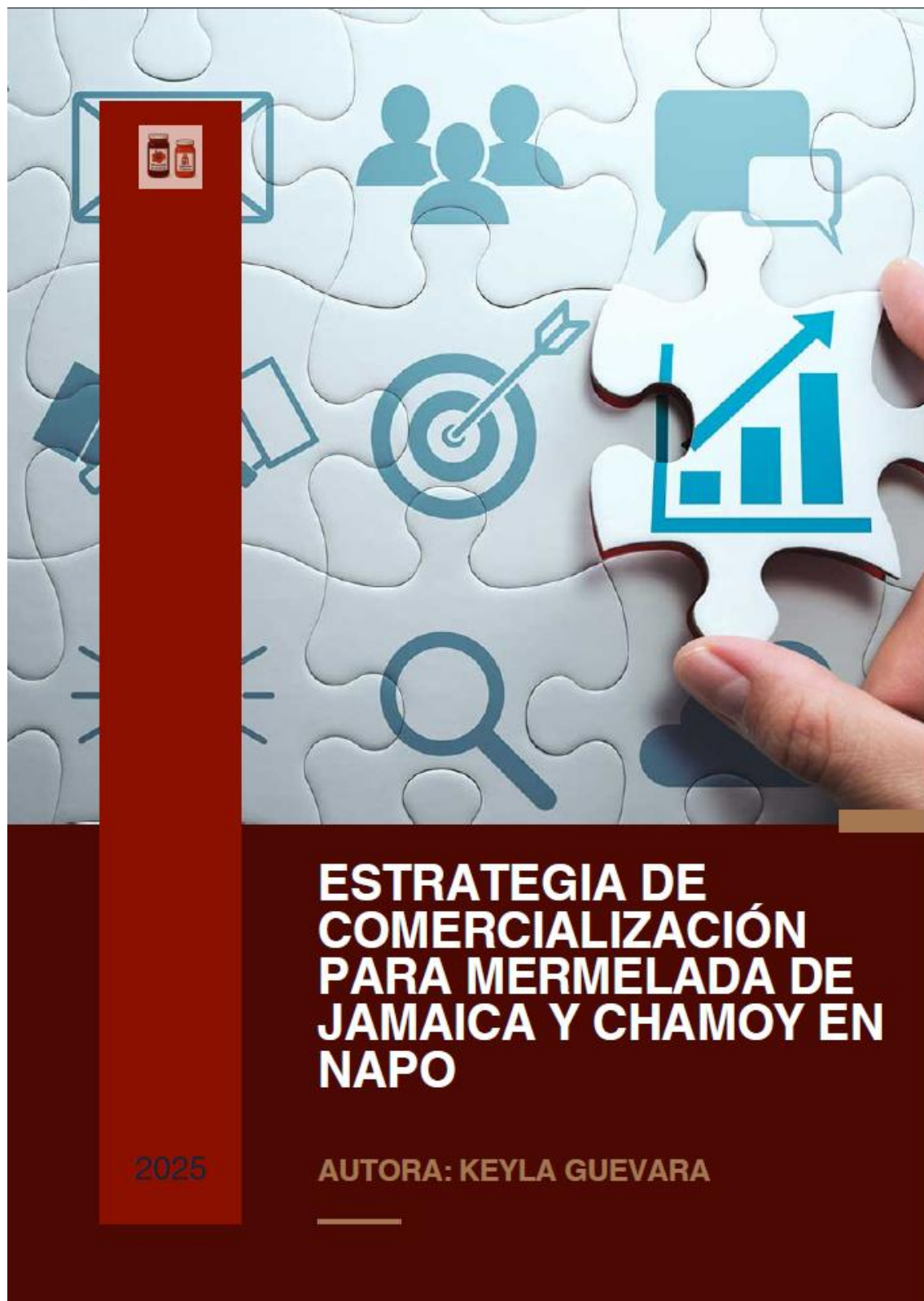
Las degustaciones gratuitas (262) y las recomendaciones de amigos o familiares (234) son los factores que más influyen en la decisión de probar un nuevo producto. También tienen peso la publicidad en redes sociales (242) y las promociones o descuentos (232). La información sobre beneficios para la salud (231) cierra la lista. Este dato es esencial para diseñar campañas de introducción, especialmente mediante degustaciones físicas y testimonios/reseñas en redes sociales.

3.3 Resultado del objetivo 3

Objetivo 3.- Elaborar un informe técnico detallado con los resultados de la investigación, incluyendo conclusiones, recomendaciones y una propuesta básica de comercialización.

3.3.1 Propuesta Informe Técnico

Portada



Descripción del Producto

Presentaciones:

- Mermelada de jamaica 250 ml (frasco de vidrio).
- Salsa de Chamoy 250 ml (frasco de vidrio).

Características:

- 100% natural, sin conservantes artificiales.
- Elaborado con flor de jamaica cultivada localmente.
- Envasado artesanal, etiqueta biodegradable.

Valor agregado:

Producto saludable, innovador y local.

Público Objetivo

- Demografía: Hombres y mujeres entre 18 y 60 años.
- Segmento: Consumidores interesados en productos naturales, saludables y gourmet; tiendas de productos orgánicos, mercados locales, turistas y familias.
- Ubicación: Provincia de Napo, Cantón Tena.

Estrategia Comercial (4 P's del Marketing)

Producto:

Presentación atractiva en frasco de vidrio con etiquetas llamativas.

Sello “producto local” y “hecho a mano”.

Ofrecer kits promocionales (mermelada + chamoy).

Precio:

Precio introductorio entre \$2,50 y \$3,50 por unidad.

Descuentos en combos (ej. 2 productos por \$6).

Precio competitivo dentro del mercado de productos naturales.

Plaza:

Supermercados locales (negociar con proveedores).

Ferias agro productivas y eventos comunitarios.

Tiendas naturistas y locales turísticos.

Promoción:

Degustaciones gratuitas en puntos estratégicos.

Campaña en redes sociales (Facebook, Instagram).

Publicidad impresa (afiches, volantes).

Activación de marca en ferias con stand decorado.

Participación en radios comunitarias para difusión.

Presupuesto Estimado para el Lanzamiento (3 meses)

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Subtotal (USD)
Frascos de vidrio 250 ml	300	\$0,50	\$150,00
Etiquetas impresas	300	\$0,20	\$60,00
Ingredientes (jamaica, azúcar, limón)	300	\$0,70	\$210,00
Mano de obra artesanal	300	\$0,60	\$180,00
Material promocional (afiches, volantes)	Lote	—	\$100,00
Redes sociales (publicidad pagada)	3 meses	\$50,00	\$150,00
Degustaciones (vasitos, transporte)	3 eventos	\$40,00	\$120,00
Stand promocional para ferias	1	—	\$200,00
Transporte y distribución inicial	—	—	\$100,00
Otros (imprevistos 10%)	—	—	\$127,00
TOTAL ESTIMADO			\$1.397,00

Cronograma de Actividades (3 meses)

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Producción inicial (300 unidades)	✓		
Diseño e impresión de etiquetas y empaques	✓		
Lanzamiento en redes sociales	✓	✓	✓
Degustaciones en mercados y ferias		✓	✓
Distribución en tiendas locales y supermercados		✓	✓
Monitoreo de ventas y retroalimentación		✓	✓
Evaluación de resultados y ajustes			✓

Sostenibilidad y Proyección

Se buscará incorporar a productores locales de jamaica para garantizar la materia prima.

Se promoverá el uso de empaques reutilizables y biodegradables.

A mediano plazo (entre 1 y 5 años) se proyecta ampliar la línea con otros sabores (jamaica con piña, jamaica con chile).

Posible inclusión en programas de desarrollo productivo con apoyo municipal o provincial.

4 CONCLUSIONES

- Los tres objetivos específicos propuestos fueron alcanzados satisfactoriamente. Se recolectó información relevante mediante encuestas aplicadas a consumidores de la provincia de Napo, se identificaron patrones de comportamiento, nivel de conocimiento, interés y disposición de compra, y se elaboró un análisis de resultados, análisis y una propuesta básica de comercialización de los productos en estudio.
- Una gran parte de la población encuestada (64%) manifestó haber probado anteriormente productos elaborados con flor de jamaica, lo que demuestra un conocimiento previo y un contexto cultural favorable para introducir nuevos productos derivados de este ingrediente, como el chamoy y la mermelada.
- La investigación demuestra que existe un mercado potencial para los productos propuestos, y que su introducción podría generar oportunidades para productores, emprendedores y distribuidores locales, fortaleciendo así la economía de la provincia de Napo.

5 RECOMENDACIONES

- Aprovechar las redes sociales como canal de promoción, con contenidos atractivos que resalten los beneficios nutricionales de la mermelada de jamaica y el chamoy, así como su elaboración artesanal y origen local. Esto permitirá llegar especialmente al público joven y urbano.
- Establecer alianzas estratégicas con supermercados, tiendas naturistas y puntos de venta turísticos, para asegurar una adecuada distribución de los productos, considerando que estos son los principales lugares de compra identificados en la encuesta.
- Capacitar a productores y emprendedores locales en técnicas de procesamiento, higiene, etiquetado y comercialización, fortaleciendo así el desarrollo productivo y generando empleo en la región.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Benavides , B., Cuastomal, E., Romero, C., Villacres, D., Nogales , D., Usca, B., & Mena, L. (19 de Marzo de 2025). *REPOSITORIO DIGITAL UIDE*. Obtenido de REPOSITORIO DIGITAL UIDE: <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/8129>
- Gómez, M., Lopez, S., Nieto, E., & Moscoso, E. (7 de Febrero de 2025). *Revista Económica - Universidad Nacional de Loja*. Obtenido de Revista Económica - Universidad Nacional de Loja: <https://doi.org/10.54753/rve.v13i1.2242>
- Morles, V. (2002). Sobre la metodología como ciencia y el método científico: un espacio polémico. *Revista Scielo*, 121 - 146.
- Pérez, S. (2022). *Estudio para la preparación de mermelada artesanal de Jamaica*. México: ESQUIE.
- Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
- Toaquiz, E., Andrade, M., & Morales, M. (8 de Enero de 2025). *Revista Universidad y Ciencia*. Obtenido de Revista Universidad y Ciencia: <https://revistas.unica.cu/index.php/uciencia/article/view/8688>

ANEXOS 1 estructura de Encuesta

ENCUESTA

Datos generales del encuestado (opcional)

- Edad:
 - De 18 a 30
 - De 31 a 40
 - De 41 a 50
 - De 51 en adelante
- Género:
 - Masculino
 - Femenino
 - Otro

1. ¿Con qué frecuencia consume mermeladas?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Rara vez
- Nunca

2. ¿Con qué frecuencia consume productos con sabores agridulces o picantes (como el chamoy)?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Rara vez
- Nunca

3. ¿Ha probado alguna vez productos elaborados con flor de jamaica?

- Sí
- No

4. ¿Dónde suele adquirir productos como mermeladas o salsas?

- Supermercados
- Tiendas locales
- Mercados
- Ferias o eventos

- Otros: _____

5. ¿Estaría dispuesto(a) a probar una mermelada de jamaica?

- Sí
- No
- Tal vez

6. ¿Estaría dispuesto(a) a probar el chamoy (salsa agridulce y picante)?

- Sí
- No
- Tal vez

7. ¿Qué factores considera más importantes al elegir una mermelada o salsa? (Seleccione hasta 3 opciones)

- Sabor
- Precio
- Ingredientes naturales
- Marca reconocida
- Presentación del producto
- Recomendación de conocidos
- Otros: _____

8. ¿Qué presentación preferiría para estos productos?

- Frascos de vidrio
- Envases plásticos
- Sachets o sobres individuales
- Otros: _____

9. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un frasco de 250 ml de mermelada de jamaica o chamoy?

- Menos de \$2
- \$2 - \$3
- \$3 - \$4
- Más de \$4

10. ¿Qué le motivaría a probar una nueva mermelada de jamaica o chamoy? (Seleccione todas las que apliquen)

- Degustaciones gratuitas
- Publicidad en redes sociales
- Recomendaciones de amigos o familiares
- Promociones o descuentos
- Información sobre beneficios para la salud
- Otros: _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Elaborado por:	
Guevara Rios Keyla Cristina ESTUDIANTE	
Validado por:	Legalizado:
Eco. Christian Andrés Castro Viteri TUTOR	Lcda. Yajaira Elizabeth Andi Lozada DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR