

Proyecto de Evaluación de la producción y comercialización de arroz con productos orgánicos en la ciudad de Guayaquil

Jesús Alberto Vargas Romero ⁽¹⁾, Jimmy Fabricio Guerrero Pozo ⁽²⁾,
Ing. Edgar Salas Luzuriaga, Director de Tesis, Worcester Polytechnic Institute ⁽³⁾
Facultad de Economía y Negocios ^{(1) (2) (3)}
Escuela Superior Politécnica del Litoral ^{(1) (2) (3)}
Hacienda San Vicente km. 36 vía a Manabí, Nobol, Ecuador ⁽¹⁾
Cdla. Pedro Menéndez Mz. 12 V. 13, Durán, Ecuador ⁽²⁾
Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 Vía Perimetral, Guayaquil, Ecuador ⁽³⁾
alvargas@espol.edu.ec ⁽¹⁾, jfguerre@espol.edu.ec ⁽²⁾, lsalas@espol.edu.ec ⁽³⁾

Resumen

En el presente proyecto se realiza un estudio sobre la producción y comercialización de arroz con productos orgánicos en la ciudad de Guayaquil con su respectiva factibilidad de mercado y financiera, en la Hacienda San Vicente del Cantón Nobol, la cual proveerá al mercado objetivo de la ciudad de Guayaquil de un producto de consumo masivo como es el arroz producido de manera orgánica con la finalidad de ofrecer un producto sano libre de químicos para beneficio de nuestro consumidor final y evitar los efectos nocivos que causa el sistema de producción convencional, los cuales con su uso continuo contaminan el medioambiente. Con la implementación de este sistema de producción orgánica en el cultivo de arroz se obtendrán resultados satisfactorios tanto para el productor como para el consumidor final por sus beneficios económicos, de salud y ambiental. El área en el que se va a realizar este sistema de producción orgánica que contempla 100 hectáreas ubicadas en el cantón Nobol, siendo un lugar estratégico para su producción y comercialización hacia el mercado objetivo, dirigido a personas de clase media-alta y alta de la ciudad de Guayaquil. Siendo de modelo o ejemplo para los demás productores que estén interesados en adoptar en sus cultivos una implementación similar, reduciendo así los impactos negativos en el medio ambiente causados por el sistema de producción convencional. También se podrá analizar a futuro la comercialización del producto arroz orgánico a otras ciudades de nuestro país y posiblemente al mercado internacional. El estudio se fundamenta en la viabilidad financiera, de los costos relacionados con su implementación y de los ingresos que se obtendrían basados en el estudio de mercado.

Palabras Claves: *producción, comercialización, productos orgánicos, factibilidad, arroz, producción orgánica, medio ambiente, mercado internacional, viabilidad financiera, estudio de mercado.*

Abstract

In the present project realized a study about the production and commercialization of rice with organic products in the city of Guayaquil with its respective feasibility of market and financier, in the Property San Vicente of the Nobol town, which will provide to the objective market of the city of Guayaquil of a product of massive consumption as it is the produced rice of organic way with the purpose of offer a free healthy product of chemistries for benefit of our final consumer and avoid the injurious effects that the conventional production system causes, which with its continuous use contaminate the environment. With the implementation of this organic production system in the rice crop its will obtain satisfactory results for the producer as for the final consumer by their economic benefits, health and environment. The area in which one is going away to realize this organic production system that contemplates 100 hectares located in the Nobol town, being a strategic place for its production and commercialization towards the objective market, directed to people of upper middle and high class of Guayaquil city. Being of model or example for the other producers that are interested in adopt their crops a similar implementation, reducing therefore the negative impacts in the environment caused by the conventional production system. Also the commercialization of the product will be able possibly to be analyzed in the future organic rice to other cities of our country and to the international market. The study is based on the financial viability, of the costs related to its implementation and of the income that will obtain based in the market study.

Key Words: *production, commercialization, feasibility, rice, organic production, international market, financial viability, market study.*

1. Fundamentos Teóricos

En la actualidad, el uso de tecnologías de producción agrícola, han causado perjuicios para el ecosistema mundial, dando como resultado la destrucción de los recursos naturales y la contaminación del medio ambiente, intoxicando al mundo, donde los ríos, los mares, la tierra y la atmósfera soportan descargas tóxicas nocivas, cuyos límites están llegando a extremos críticos, para finalmente provocar aberrantes secuelas de orden social, económico y ecológico.

En estos últimos años, se han realizado análisis, estudios y se ha discutido a nivel mundial aspectos relacionados con la tecnología de producción agrícola, tratando de buscar soluciones para mejorar las técnicas empleadas, con el fin de reducir el efecto nocivo en el ambiente creando alternativas en las que se omita el uso de pesticidas y fertilizantes que contengan químicos.

En estas circunstancias ha empezado a surgir cada vez con más fuerza una nueva corriente para la práctica de una agricultura alternativa, fundamentada en el concepto de la sostenibilidad de los ecosistemas productivos, que se enfatiza en el uso racional de los recursos naturales que intervienen en los procesos productivos y lógicamente excluyendo en lo posible, el uso de agroquímicos.

El tipo de agricultura alternativa al que nos estamos refiriendo, comienza a tomar cuerpo en todo el mundo, bajo diferentes denominaciones: Agro ecología, Agricultura Ecológicamente Apropiada, Agricultura Orgánica (América Latina y los Estados Unidos de Norteamérica), Ecológica o Biológica (Comunidad Europea y Asia); siempre con el común denominador de tratar a la naturaleza con el respeto que se merece.

La "Filosofía Orgánica" implica la creación, recuperación y mantenimiento de agro ecosistemas cuya productividad este basada en el aprovechamiento correcto y ajustado de los ciclos naturales, por tal motivo constituye un sistema de producción tanto más complejo que los convencionales, aun en aquellos donde se utilice alta tecnología.

2. Implementación

2.1. Investigación de Mercado

El cultivo de arroz, si bien no es la mejor alternativa de producción en la costa Ecuatoriana, se convierte y se constituye en una práctica agrícola segura de trabajo agronómico siendo una fuente de riqueza, porque el agricultor aprendió a manejarla, su producción es rudimentaria y ha fomentado una abundante mano de obra la cual emplea sus energías en el laborioso ciclo de producción.

Pudiendo en cortos periodos responder a cambios de precios de oferta y demanda. El arroz es además un producto no perecible que el agricultor puede

disponerlo en función a sus necesidades económicas, puede ser almacenado por tiempo considerables (08 meses máx.), lo que no ocurre con otros cultivos perecibles que se pueden practicar en la región.

Transporte y molinos de descascarar (piladoras) hasta poner en manos del sector consumidor nacional y extranjero.

Las zonas arroceras más importantes del país se encuentran en la región Costa Ecuatoriana, exactamente en el Guayas en terrenos bajos e irrigados por los ríos Guayas, Daule y sus afluentes con una producción que alcanza el 60% de la producción total.

La producción total cosechada cubre el mercado del arroz interno y externo, en la figura 2.1 muestra el rendimiento de la de la producción proyectada hasta el 2007.

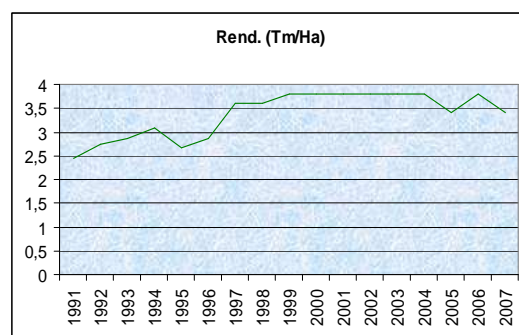


Figura 2.1. Rendimiento

2.2 Perspectivas de la investigación

Debido a la cultura de países como Argentina, Chile, México, EEUU entre otros, por el consumo de productos orgánicos, ha generado que otros países inicien un proceso evolutivo en la producción de arroz orgánico, que ha sido de gran aceptación por quienes lo consumen al no ser producidos con productos agroquímicos que han afectado con el pasar del tiempo su salud, teniendo entonces un producto alternativo y producido de forma orgánica.

Las perspectivas de la investigación mercado, es en la aceptación del producto debido a la cultura de consumo del arroz tradicional que se tiene hasta la actualidad, al tiempo para poder implantar una nueva cultura y costumbre de consumo de arroz orgánico en el mercado y de la forma como llegaremos al consumidor final de la ciudad de Guayaquil.

2.3 Planteamiento de muestreo.

De acuerdo a los datos obtenidos, encontramos un mercado de producción de arroz convencional en la región costa por ser el lugar de origen del 60% de la producción total del Ecuador.

La población al cual esta enfocado nuestro plan de mercado será una de las principales ciudades del Ecuador, la ciudad de Guayaquil en la provincia del Guayas.

De acuerdo al VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado el 25 de noviembre del 2001, la población de la Ciudad de Guayaquil era con 1.985.379 habitantes.

La tasa anual media de crecimiento poblacional fue de 2,50%. Su población estimada en el 2009 es de 2.582.585 habitantes en su área metropolitana, ver figura 2.2.

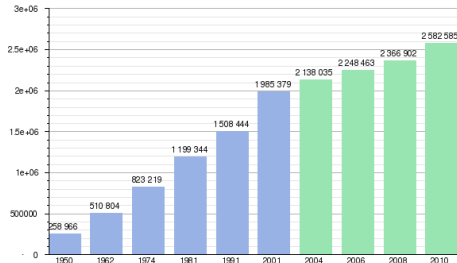


Figura 2.2. Demografía de Guayaquil

Se tomara un segmento representativo de la población de la ciudad de Guayaquil, en donde se realizara encuestas a las personas en zonas y lugares estratégicos de donde se obtenga las ventas del producto con mayor volumen, para obtener una mayor información para nuestro estudio de mercado.

Del total de las encuestas realizadas, podemos determinar y analizar los resultados obtenidos, de los cuales una de las preguntas claves es: **¿Estaría usted dispuesto a comprar arroz orgánico, el cual es un producto sano que no aplica productos químicos en sus procesos de producción?**

El 77% de las personas encuestadas respondieron afirmativamente estar dispuesto a adquirir arroz orgánico con las características principales de la no utilización de productos químicos en su producción, mientras que el 23% no estaría dispuesto a adquirir arroz orgánico siendo clientes tradicionales y cautivos del arroz que consumen, ver figura 2.3.

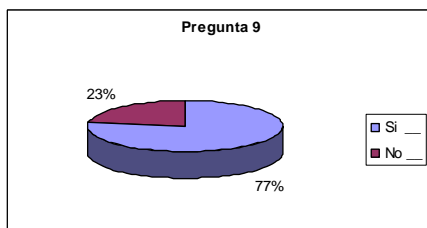


Figura 2.3. Pregunta 9

3. Plan de Marketing

Debido a la falta de información inicial sobre el arroz, y sobre su consumo actual en el mercado, al cual denominamos como nuestro mercado objetivo a la ciudad de Guayaquil, donde queremos incursionar con nuestro producto “arroz orgánico”, por lo cual hemos obtenido una información referente a la investigación

de mercado realizado mediante encuestas (descrito en el capítulo anterior), donde la información obtenida nos muestra un mercado dispuesto a consumir nuestro producto, y esto nos servirá para en el presente capítulo poder realizar nuestro plan de marketing para dar a conocer nuestro producto y poder tener una aceptación y llegar a posicionarnos en el mercado.

De acuerdo a la matriz Boston Consulting Group (B.C.G.) y al análisis de cada uno de sus cuadrantes, podemos determinar que nuestro producto (arroz orgánico) se encuentra en la etapa inicial ubicándose en una “Interrogante”, por ser un producto nuevo en el mercado objetivo que es la ciudad de Guayaquil. Al inicio tendremos poca participación en el mercado y entraremos a una competencia con marcas de arroz ya establecidos en dicho mercado, por lo cual debemos tener un análisis interno de nuestra empresa y un análisis externo del mercado.

3.1. Estrategia de posicionamiento

Generalmente los consumidores de cualquier tipo de producto e incluso del arroz, tienen una característica en común al momento de escoger o elegir un producto para su consumo y es como una marca ha logrado posicionarse en la mente de los consumidores logrando sobresalir dentro las demás marcas, siendo esto a veces una tradición que se hereda entre familias.

La estrategia que nuestro producto utilizara para poder sobresalir entre las demás marcas y poder llegarse a posicionar en la mente del consumidor de una manera sencilla y eficaz, será por una campaña

informativa sobre las características de nuestro producto, la forma de su presentación junto a su diseño alusivo a su origen orgánico, promociones en los lugares de compra, marketing verbal que será una campaña de boca en boca.

La plaza para este producto estará ubicada en la ciudad de Guayaquil y distribuido en los diferentes supermercados donde acudan personas de clase media-alta y alta que compran con frecuencia arroz, ver figura 3.1.

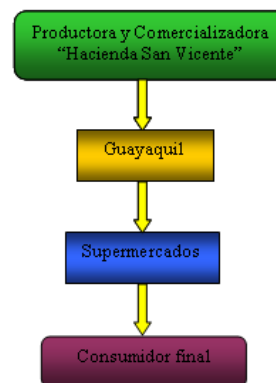


Figura 3.1. Plaza

4. Estudio Financiero

Para poder evaluar cuan viable o cuan factible y la rentabilidad sobre la implementación de nuestro proyecto para la producción de “Arroz Orgánico” en el cantón Nobol de la ciudad de Guayaquil, aplicaremos los métodos de evaluación más conocidos como es el “Valor Actual Neto VAN.” y la “Tasa Interna de Retorno TIR”.

Esto nos permitirá poder tener un análisis en términos financieros para quienes serian nuestros accionistas en caso de tomar la decisión de implementarlo y/o para los autores del tema propuesto

Para poder hacer el cálculo financiero del valor actual neto, necesitaremos primero definir la “Tasa Mínima Atractiva de Retorno TMAR” valor que representa el porcentaje esperado de ganancia del inversionista, para nuestro proyecto se ha considerado el 25% que representa el porcentaje mínimo que esperan ganar nuestros posibles inversionistas en el sector arrocero para nuestro proyecto de implementación, el valor resultante del calculo del VAN no da \$ 195.485,47.

Para la tasa interna de retorno se requiere al igual que el valor actual neto, conocer la tasa mínima atractiva de retorno pero en este caso se harán comparaciones entre la TIR y la TMAR en valores porcentuales, tomando de referencia la teoría aprendida, para que nuestro proyecto sea rentable la TIR tiene que ser mayor a la TMAR, nuestro proyecto se tendría el 45% de TIR, por lo que nuestro tema de proyecto tendría una rentabilidad.

5. Conclusiones y recomendaciones.

Con el desarrollo de cada tema planteado y la información obtenida hemos llegado a las siguientes conclusiones y recomendaciones que deberán ser tomadas en cuenta en el momento que se vaya a ejecutar este proyecto agrícola.

5.1. Conclusiones.

- El nivel de aceptación del “arroz orgánico” es alto, existe disponibilidad del cliente de consumir nuestro producto.
- Un alto porcentaje de las personas encuestadas prefieren productos sanos sin trazas de químicos.

5.2. Recomendaciones.

- Una recomendación importante es que en el desarrollo del proyecto se analice la posibilidad de aplicar esta tecnología de agricultura orgánica a otros tipos de cultivos tales como: melón, sandía, tomate, pimiento, etc. Y otros productos alimenticios los cuales son consumidos por nuestro mercado objetivo.

6. Bibliografía.

- [1] Evaluación del daño simulado de herbicidas no selectivos en el cultivo de arroz; Informe Técnico Anual – (INIAP).
- [2] Desarrollo de nuevas tecnologías para mejorar la nutrición de los cultivos; Informe Técnico Anual – (INIAP).
- [3] Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias.
- [4] Publicaciones Nacionales e Internacionales de Productos Orgánicos (PNPO).
- [5] Ministerio de Agricultura del Ecuador (MAGAP).
- [6] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).
- [7] Cámara de Agricultura (Arroceros).
- [8] Empresa comercializadora de Productos Orgánicos (Global Organic).
- [9] http://www.oxfam.org/es/programs/development/easia/cultivo_arroz_organico_tailandia.
- [10] <http://www.airesdecampo.com/arroz.asp?IdProductor=14>
- [11] <http://www.ecoportal.net/content/view/full/67779>.
- [12] Ross Stephen, Westerfield Randolph W. & Jaffe Jeffrey F. (RcoG) "Finanzas Corporativas".
- [13] http://www.oxfam.org/es/programs/development/easia/cultivo_arroz_organico_tailandia.
- [14] <http://www.airesdecampo.com/arroz.asp?IdProductor=14>
- [15] <http://www.ecoportal.net/content/view/full/67779>.
- [16] Ross Stephen, Westerfield Randolph W. & Jaffe Jeffrey F. (RcoG) "Finanzas Corporativas".
- [17] http://www.oxfam.org/es/programs/development/easia/cultivo_arroz_organico_tailandia.
- [18] <http://www.airesdecampo.com/arroz.asp?IdProductor=14>

- [19] http://www.oxfam.org/es/programs/development/easia/cultivo_arroz_organico_tailandia.
- [20] <http://www.airesdecampo.com/arroz.asp?IdProductor=14>
- [21] <http://www.ecoportat.net/content/view/full/67779>.
- [22] Ross Stephen, Westerfield Randolph W. & Jaffe Jeffrey F. (Rcog) "Finanzas Corporativas".
- [23] Emery, Douglas & Finnerty, Jhon, " Fundamentos de Administraciòn Financiera".
- [24] Fundamentos de Administraciòn Financiera Scott Besley y Eugene F. Brigham.
- [25] Fundamentos de Gerencia Financiera, Stanley B. Block y Geoffrey Hirt, Mc. Gran Hill.
- [26] Fundamentos de Administraciòn Financiera, Gitman, Editorial Harla.
- [27] Fundamentos de Anàlisis Financiero Leopold A. Bernstein, Mc. Gran Hill.
- [28] Fundamentos de Marketing Philip Kotler & Gary Armstrong.