HARICUYÁ S.A.

“PROYECTO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LA HARINA DE CASCARA DE MARACUYA PARA EL MERCADO LOCAL”

INTEGRANTES:

-MARIA FERNANDA TARIRA VULGARIN.

- LUCIA BIRLENDY TERAN CASTRO.

-NESTOR LEONARDO PLAZA RODAS.

INTRODUCCION

Tendencias globales.

Innovador en el país.

Múltiples beneficios para la salud.

Ecuador es el segundo país productor de la maracuyá después de Brasil.

Hecho a base de la cáscara de maracuyá.

PRODUCTO

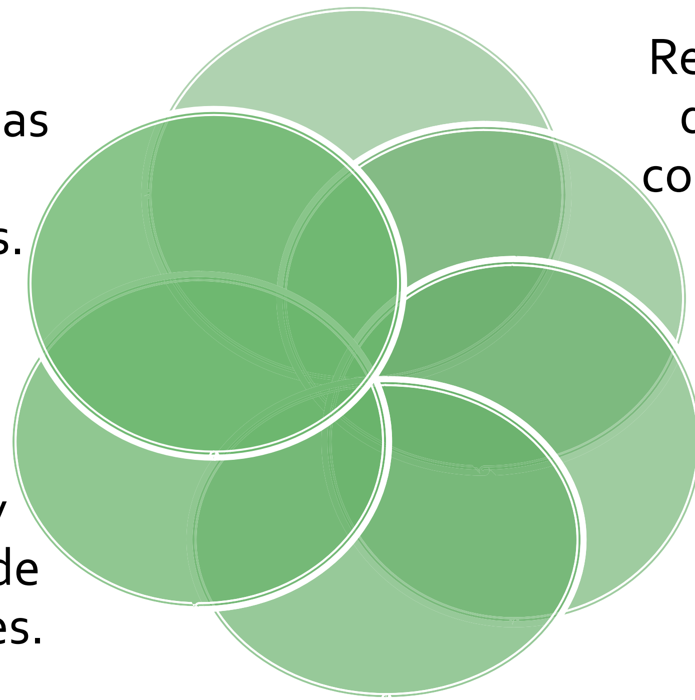
Es un suplemente hecho a base de la cáscara de maracuyá, producto de naturaleza industrial, pertenece al sector alimenticio brindando una alternativa más sana ya que el producto esta a base de componentes naturales y con una mínima cantidad de conservantes.

BENEFICIOS DEL PRODUCTO

Moderar el apetito.

Regular la absorción de los azucares, y controla la obesidad.

Evita los problemas cardiacos o cardiovasculares.



Evita síndrome de colon irritable.

Previene el estreñimiento y reduce el riesgo de sufrir hemorroides.

Equilibra la función del aparato digestivo.

TABLA NUTRICIONAL

TAMAÑO POR PORCION:	1 TAZA (100G)
CONTENIDO POR PORCIÓN:	
CALORIAS:	335
PROTEINAS:	6.72%
GRASA:	1.25%
HUMEDAD:	15.75%
CENIZA TOTAL:	6.85%
FIBRA:	31.62%
VITAMINA A:	30 UI / G
VITAMINA B:	0.15 UI / G
HIERRO:	0.2 MG
CALCIO:	1.5 MG
CARBOHIDRATOS:	38%

CAUSAS QUE GENERAN LA IDEA DEL NEGOCIO

- El bajo costo de la materia prima.
- Aprovechamiento del desperdicio de las empresas productoras de maracuyá.
- Alta rentabilidad proveniente del mercado industrial.
- Poca competencia.
- Alto nivel de aceptación de los consumidores hacia el producto

HARICUYÁ S.A.

MISION

"Crear un producto que contenga las bondades del producto y garantizar su buena calidad"

VISION

"Ser el mejor suplemento del Ecuador"

OBJETIVOS GENERALES

Obtener retornos positivos de la inversión.

Ofrecer un producto de alta calidad de acuerdo a las estrictas normas de calidad existentes .

Generar nuevas fuentes de empleo para el país

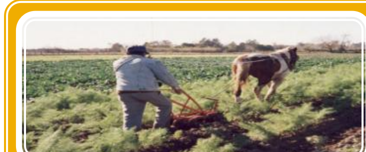
Satisface las necesidades de los consumidores con un producto que cuida su salud y figura.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Realizar procesos productivos eficientes y al mínimo costo.

Aumentar la demanda anual del producto a través de las estrategias de marketing.

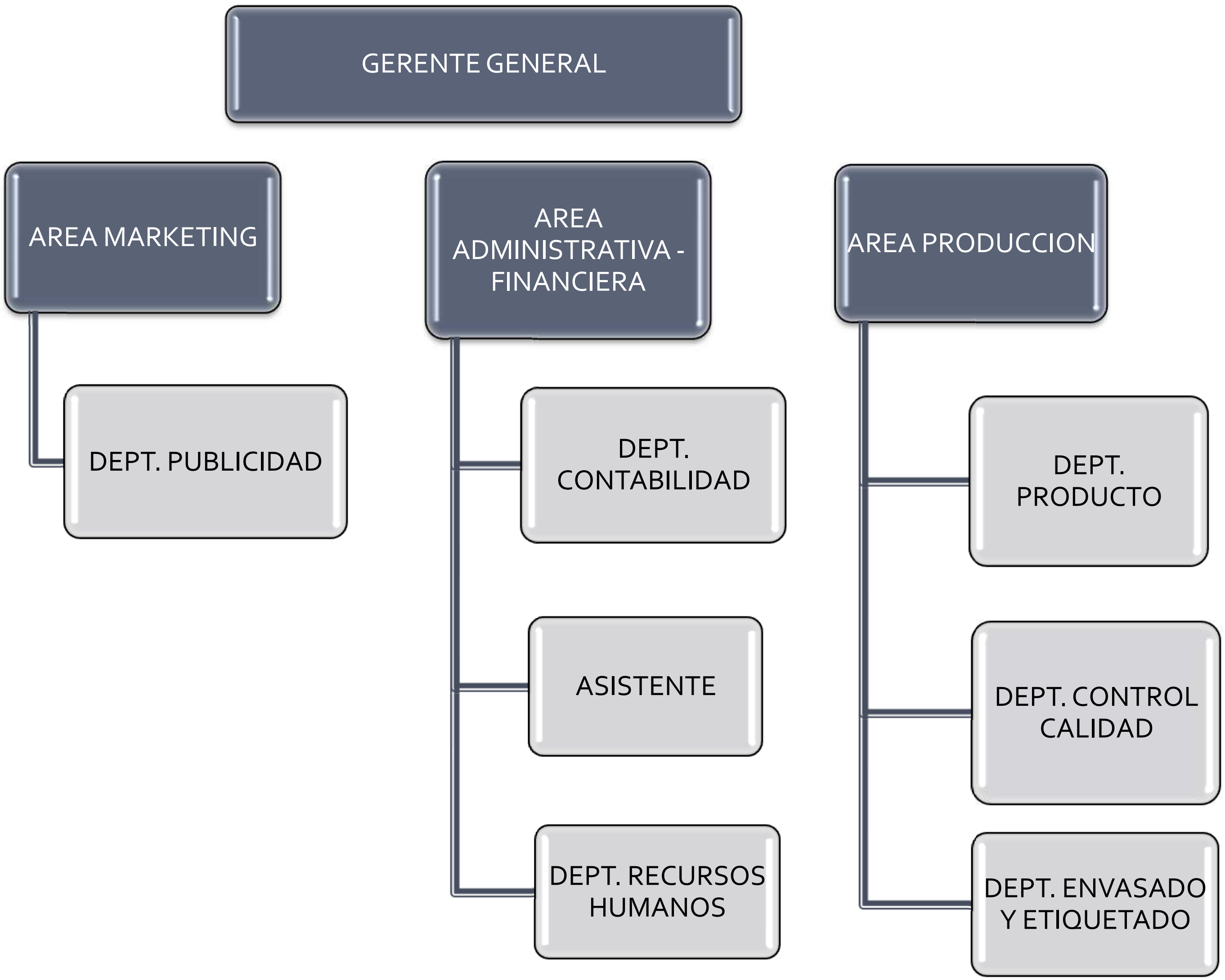
Desarrollar procesos de acuerdo a las normas de calidad establecidas.



Contratar personal idóneo y calificado que contribuyan al crecimiento del negocio.

Cumplir con las expectativas de los clientes de acuerdo a la segmentación de mercado.

ORGANIGRAMA



ESTUDIO DE MERCADO

SEGMENTACION DE MERCADO:

CRITERIOS DE SEGMENTACION	SEGMENTOS TIPICOS DEL MERCADO
GEOGRAFICOS	
REGION DEL PAIS	GUAYAQUIL
TAMAÑO DE LA CIUDAD	2,366,902
DENSIDAD	URBANA – SUBURBANA
CLIMA	CALUROSO – LLUVIOSO
DEMOGRAFICOS	
INGRESO	MENOS DE 5,000 - 6,000 – 10,000 ANUALES
EDAD	20 – 25, 25 AÑOS EN ADELANTE
GENERO	INDIFERENTE
CICLO DE VIDA FAMILIAR	JOVEN, SOLTERO, CASADO ,CON HIJOS, DIVORCIADA, VIUDA

SEGMENTACION DE MERCADO:

PSICOLOGICOS	
PERSONALIDAD	AMBICIOSA, SEGURO DE SÍ MISMA, PREOCUPADA POR SU SALUD Y SU FIGURA.
ESTILO DE VIDA	EXITOSAS, ESFORZADAS, LUCHADORAS.
CLASE SOCIAL	ALTA, MEDIA MEDIA, MEDIA ALTA.
CONDUCTUALES	
BENEFICIOS DESEADOS	CALIDAD, CONVENIENCIA, LUCIR BIEN, PREOCUPADOS POR SU SALUD.
OCASIONES	OCASIONES HABITUALES.
ESTATUS DE LEALTAD	MEDIA, MEDIA FUERTE.
TASA DE USO	USUARIO POTENCIAL, USUARIO HABITUAL.
ACTITUD HACIA EL PRODUCTO	ENTUSIASTA, POSITIVA, OPTIMISTA.

ESTUDIO DE MERCADO

- ANALISIS DE LA DEMANDA:

Año	Número de personas	Edad 18 a 25 años 20%	Nivel de ingresos 38.8%	Anual	Mensual
2009	1.985.379	397075,8	154065,41	46220	3851,64
2010	2.390.396	478079,2632	185494,75	55648	4637,37
2011	2.878.037	575607,4329	223335,68	67001	5583,39
2012	3.465.157	693031,3492	268896,16	80669	6722,40
2013	4.172.049	834409,7444	323750,98	97125	8093,77
2014	5.023.147	1004629,332	389796,18	116939	9744,90

ESTUDIO DE MERCADO

- CANTIDAD DE PRODUCCION OPTIMA:

AÑO	CANTIDAD OPTIMA ANUAL
2009	9000
2010	10800
2011	12960
2012	15552
2013	18662
2014	22395

ESTUDIO DE MERCADO

- <u>ANÁLISIS DE LA OFERTA:</u>

  Se puede considerar que algunos de los factores que influyen en la oferta es el número de competidores, capacidad instalada y de producción, que al principio será poca debido a los altos costos de instalación, maquinaria necesaria y número de los trabajadores.

ESTUDIO DE MERCADO

- COMPETENCIA:

DIRECTA

INDIRECTA

ANALISIS DE PRECIOS

ESQUEMA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Precio: $14.34
Contenido: 500g. (1/2 kilo).

COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

SUPERMAXI
el placer de comprar

FABRICANTE
HARICUYA

mi comisariato

MINORISTA
SUPERMERCADOS

CONSUMIDOR
CLIENTES

PUBLICIDAD

- Radio.
- Revistas de Hogar y Cocina.
- Impulsadoras.
- Relaciones públicas con la herramienta de la noticia.

HARICUYÁ

TU SUPLEMENTO LIGHT!!..

LOGOTIPO Y SLOGAN

HARICUYÁ

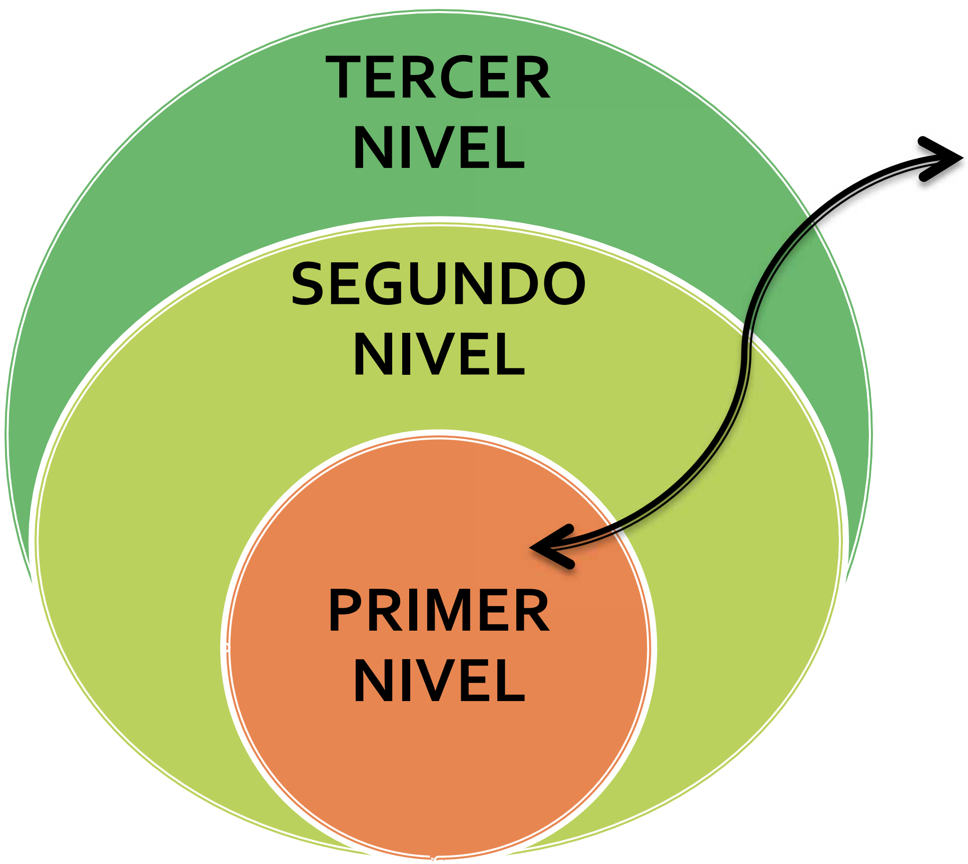
TU SUPLEMENTO LIGHT!.

MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP

FUERZAS DE PORTER

ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR LA PARTICIPACION EN EL MERCADO

NIVELES DE NO CLIENTES



ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR LA PARTICIPACION EN EL MERCADO

Utilizando las seis vías para poder llegar a un océano azul, se escogió tres de las mismas para llegar a ser líderes en el mercado con Haricuyá:

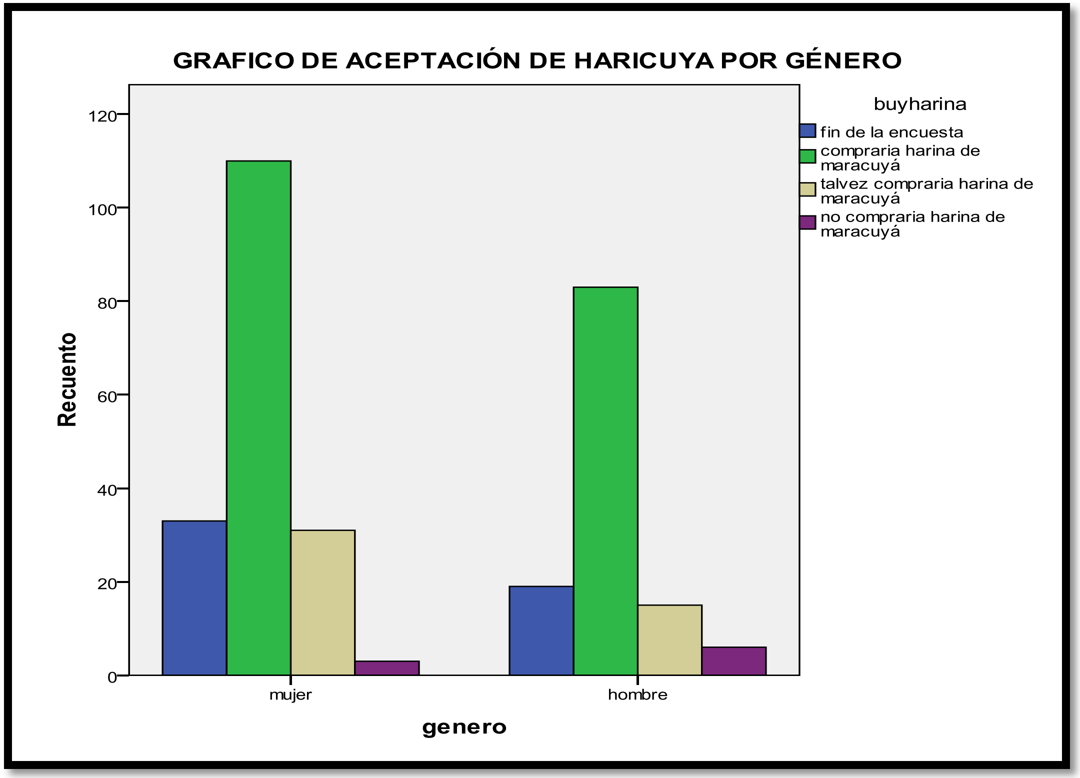
- Explorar la cadena de compradores.
- Explorar el atractivo funcional o emocional de los compradores.
- Explorar la dimensión del tiempo.

ENCUESTA

Pregunta número	Tema que recoge para la investigación
Tres	Si el individuo consume o no suplementos
Cuatro	Preferencias de empaques del producto
Cinco	Periodicidad de consumo de suplementos
Seis	Si el individuo consume o no maracuyá
Siete	Si conoce algunos beneficios de la cáscara de maracuyá
Ocho	Si el individuo estaría dispuesto a consumir HARICUYÁ
Nueve	Preferencia de lugares en donde le gustaría comprar

ANALISIS DE RESULTADOS

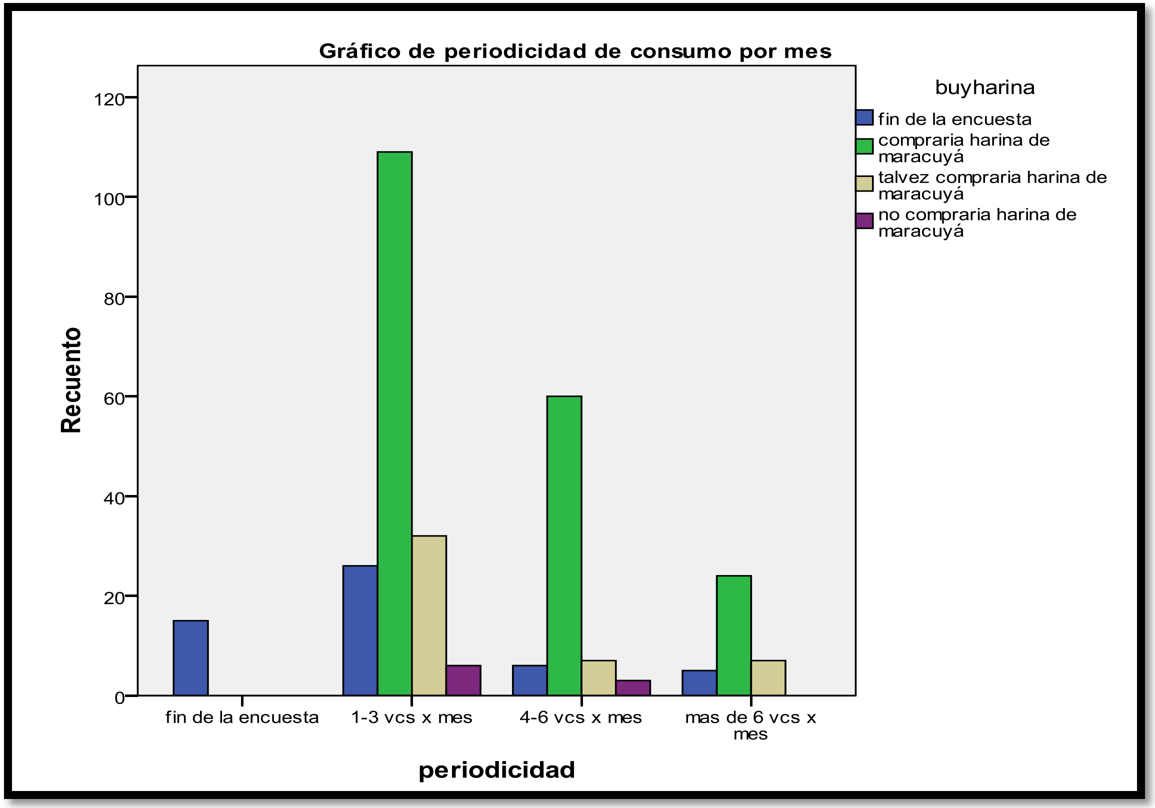
NIVEL DE ACEPTACION DE HARICUYA POR GENERO



En términos generales 64.3%, con un 62.1% de mujeres y un 67.5% de hombres encuestados.

ANALISIS DE RESULTADOS

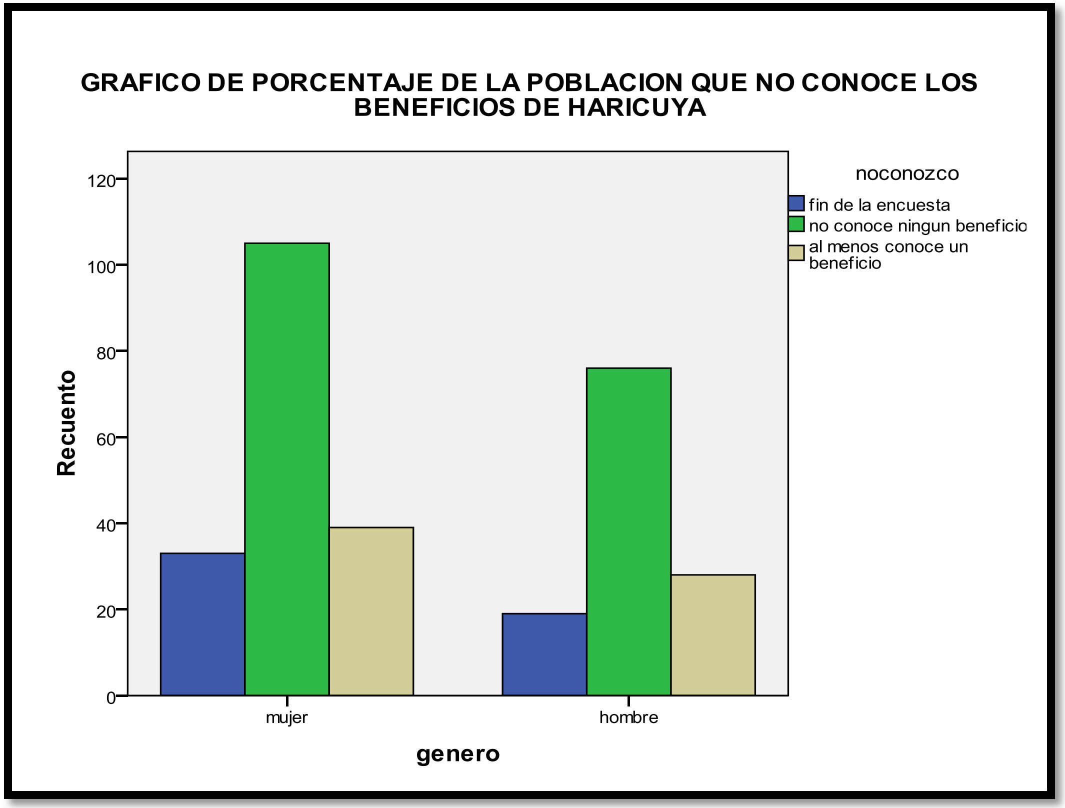
FRECUENCIA DEL CONSUMO DE HARICUYA POR SEMANA



Del 64.3% de las personas, 56.5% en 1-3 veces por semana, 31.1% en 4-6 veces por semana y 12.4% lo harían mas de 6 veces por semana.

ANALISIS DE RESULTADOS

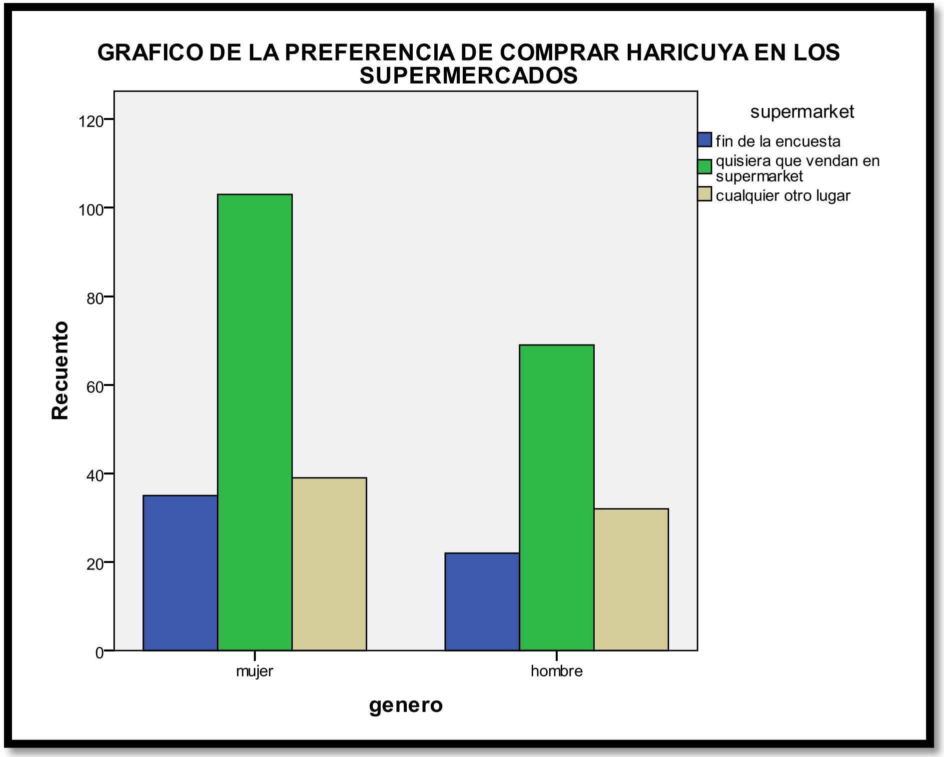
GRADO DE CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS HARICUYA



Del total de la población un 77.6% no conoce ningún beneficio y el 22.3% conoce al menos un beneficio de la misma.

ANALISIS DE RESULTADOS

PREFERENCIA DE LUGARES DE COMPRA DE HARICUYA



EL 57.3% del total de la población preferirían comprar Haricuyá en los supermercados y el 27.3% en cualquier otro lugar.

HIPOTESIS

- **Ho:** *El 60% de las personas están dispuestas a consumir el suplemento elaborado de la cáscara de maracuyá.*
- **Ha:** *El 60% de las personas no están dispuestas a consumir el suplemento elaborado de la cáscara de maracuyá.*

Ho:	0.6
n =	300
frec_observada =	193
frec_esperada =	180
Chi_estad	0.938888889
P-value =	0.62534959
Región de rechazo:	0.05

HIPOTESIS

- **Ho:** El *principal segmento de mercado son las mujeres entre 18 y 41 años de edad.*
- **Ha:** El *principal segmento de mercado no son las mujeres entre 18 y 41 años de edad.*

Ho:	0.4
n =	300
frec_observada =	82
frec_esperada =	120
Chi_estad	12.03333333
P-value =	0.00243782
Región de rechazo:	0.05

HIPOTESIS

- **Ho:** *El 55% de la población objetivo no conoce ninguno de los beneficios que trae consigo el consumo de la cáscara de maracuyá.*
- **Ha:** *El 55% de la población objetivo conoce alguno de los beneficios que trae consigo el consumo de la cáscara de maracuyá.*

Ho:	0.55
n =	300
frec_observada =	181
frec_esperada =	165
Chi_estad	1.551515152
P-value =	0.460354906
Región de rechazo:	0.05

HIPOTESIS

- **Ho:** *El 50% personas prefieren la presentación de 500 gramos.*
- **Ha:** *El 50% personas no prefieren la presentación de 1000 gramos.*

Ho:	0.6
n =	300
frec_observada =	181
frec_esperada =	180
Chi_estad	0.005555556
P-value =	0.997226077
Región de rechazo:	0.05

ESTUDIO TECNICO

LOCALIZACION DE LA PLANTA

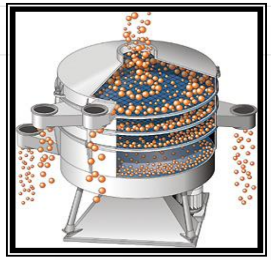
		Guayaquil		Quevedo		Montalvo	
Factores	*Peso*	*Calificación*	*Ponderación*	*Calificación*	*Ponderación*	*Calificación*	*Ponderación*
Cercanía del mercado	25%	9	2,25	6	1,5	5	1,25
Costo de transporte	15%	7	1,05	6	0,9	5	0,75
Disponibilidad de Insumos	30%	6	1,8	7	2,1	8	2,4
Costos de Insumos	19%	7	1,33	7	1,33	8	1,52
Disponibilidad de Agua y servicios Básicos	11%	8	0,88	8	0,88	8	0,88
Total	**100%**		**7,31**		**6,71**		**6,8**

Esto nos quiere decir que la planta se construirá en Guayaquil por el Km. 4 ½ vía Daule en un terreno de 200m².

"FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCION"

HARICUYÁ S.A

Proceso de Producción HARICUYÁ



Lavado con agua

↓

Corte en mitades y trozos

↓

Secado — Este proceso se lleva a cabo en el SECADOR DE TÚNEL

↓

Molienda — Proceso realizado en el molino tipo MEDINA

↓

Adherencia de componentes adicionales — Como por ejemplo almidón, fibras, vitaminas, entre otros.

↓

Tamizado — El tamizado es el proceso de cernir la harina

↓

Empaquetamiento y etiquetado

↓

Almacenamiento

↓

Fin del Proceso de Producción

PROCESO DE PRODUCCION

- La primera parte consiste en la recepción de las cáscaras de la maracuyá.
- La misma pasa a la Cámara de Lavado donde se procede a lavar la cáscara.
- Luego se procede a cortar en trozos pequeños de 1.59cm con el fin de que el secado sea mejor y en menor tiempo.
- La operación de secado la realizamos en el Secador de Túnel a una temperatura de secado a 66 ºC, con una humedad del 11%. La temperatura en la cual fue de secado favorece a la poca desnaturalización de las proteínas y vitaminas del producto, logrando una mejor visión del producto en sí.
- Proceso de molida en el molino tipo MEDINA, el cual se debe realizar con un correcto manejo, tratando de no desperdiciar nada durante el proceso.
- El Tamizado se basa en cernir la harina, el cual nos permite obtener la mejor granulometría la de la malla 400 – 315 y así tener el polvo deshidratado de la cáscara de maracuyá.

ESTUDIO FINANCIERO

- <u>INVERSION INICIAL:</u>

INVERSION INICIAL	
INVERSION	**MONTO**
ACTIVOS FIJOS	$ 41.160,00
PREOPERACIONALES	$ 878,00
UTILES DE OFICINA	$ 700,63
PREPAGADOS	$ 3.578,00
	$ 46.316,66

ESTUDIO FINANCIERO

- <u>COSTOS VARIABLES:</u>

COSTOS VARIABLES		
MATERIA PRIMA	**COSTO**	**500G**
CASCARA	5 TN	$ 0.80
EMPAQUE	$ 0.99	$ 0.50
PRESERVANTES	$ 3.00	$ 0.99
COSTO MATERIALES		$ 2.29
MOD		$ 2.73
C.V.U.		$ 5.02

COSTOS FIJOS DE PLANTA

MOD		Mensual	Anual	Proporcional
Obreros	3	250	3000	1.67
operativo	2	400	4800	1.07
total	**5**	**650**	**7800**	**2.73**

COSTOS FIJOS		
	MENSUAL	**ANUAL**
ALQUILER DE PLANTA	$ 1,000	$ 12,000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 420	$ 5,040
GASTOS DE TRANSPORTE	$ 120	$ 1,440
TOTAL DE COSTOS FIJOS	**$ 1,540**	**$ 18,480**

COSTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos operativos			
		Mensual	Anual
Gastos de Publicidad		$ 300.00	$ 3,600.00
Gastos de Transporte (gasolina)		$ 120.00	$ 1,440.00
Sueldos y Salarios		$ 1,718.00	$ 20,616.00
Beneficios Sociales		$ 238.33	$ 2,859.92
Total		**$ 2,376.33**	**$ 28,515.92**

ESTUDIO FINANCIERO

- <u>ANALISIS COSTO VOLUMEN UTILIDAD:</u>

Análisis Costo Volumen Utilidad	
Punto de Equilibrio	
Costo Fijo	$ 46,995.92
Precio	$ 14.34
Cantidad de Equilibrio	5044
Cantidad de Equilibrio Mensual	420

PRECIO	
CVU	$ 5.02
COSTO FIJO UNITARIO	$ 2,05
COSTO TOTAL UNITARIO	$ 7,08
MARGEN DE UTILIDAD	40%
PRECIO	$ 9,91
PRECIO DE VENTA	$ 14,34

ESTUDIO FINANCIERO

- DEPRECIACION DE MAQUINARIA:

Inversión Inicial en máquinas	Depreciación Anual	Valor de Desecho
$14,000.00	$1,993.33	$1,400.00

- DEPRECIACION DE EQUIPOS ADMINISTRATIVOS

Inversión Inicial en equipos	Depreciación Anual	Valor de Desecho
$16,770.00	$3,160.33	$1,503.00

ESTUDIO FINANCIERO

- CAPITAL DE TRABAJO:

INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO	$ 11.220,98

Política de Cobro	
Contado	40%
30 días plazo	30%
60 días plazo	30%

- ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO:

FINANCIAMIENTO	
INVERSION INICIAL	$ 46,316.16
INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO	$11,220.98
TOTAL DE INVERSION	$57,537.14

ESTUDIO FINANCIERO

- <u>AMORTIZACION DEL PRESTAMO:</u>

PERIODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
0		$ 0.00	$ 0.00	$ 57,537.14
1	$11,507.43	$ 9,205.94	$ 2,301.49	$ 46,029.71
2	$11,507.43	$ 7,364.75	$ 4,142.67	$ 34,522.28
3	$11,507.43	$ 5,523.57	$ 5,983.86	$ 23,014.86
4	$11,507.43	$ 3,682.38	$ 7,825.05	$ 11,507.43
5	$11,507.43	$ 9,205.94	$ 9,666.24	$ 0.00

PROYECCION DE LOS COSTOS

1er Año					
	Demanda	Material Directo	MOD	Costo Fijo	Costo Total
	500g	500g	500g	Mensual	Mensual
ene	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
feb	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
mar	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
abr	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
may	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
jun	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
jul	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
ago	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
sep	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
oct	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
nov	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
dic	750	$ 1,717.50	$ 2,050.00	$ 1,540.00	$ 5,307.50
Costo Anual		$ 20,610.00	$ 24,600.00	$ 18,480.00	$ 63,690.00

PROYECCION DE LOS INGRESOS

1er año		Precio
		14.34
Mes	Ingresos Mensuales	Demanda
Ene	$ 10,755.00	750
Feb	$ 10,755.00	750
Mar	$ 10,755.00	750
Abr	$ 10,755.00	750
May	$ 10,755.00	750
Jun	$ 10,755.00	750
Jul	$ 10,755.00	750
Ago	$ 10,755.00	750
Sep	$ 10,755.00	750
Oct	$ 10,755.00	750
Nov	$ 10,755.00	750
Dic	$ 10,755.00	750
Total Anual	**$ 129,060.00**	**9000**

2do año		Precio
		14.6268
Mes	Ingresos Mensuales	Demanda
Ene	$ 12,615.62	863
Feb	$ 12,615.62	863
Mar	$ 12,615.62	863
Abr	$ 12,615.62	863
May	$ 12,615.62	863
Jun	$ 12,615.62	863
Jul	$ 12,615.62	863
Ago	$ 12,615.62	863
Sep	$ 12,615.62	863
Oct	$ 12,615.62	863
Nov	$ 12,615.62	863
Dic	$ 12,615.62	863
Total Anual	**$ 151,387.38**	**10350**

FLUJO DE CAJA

Flujo de Caja						
AÑO		1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		129060.00	141966.00	177577.40	204214.01	234846.11
Costos Totales		92205.92	103945.52	108103.05	124106.13	136315.77
Utilidad Antes de Impuesto		22318.87	25977.68	59109.92	71421.84	91522.68
Utilidad Neta		16739.16	19483.26	44332.44	53566.38	68642.01
Flujo de Caja	-57537.14	19766.94	12907.07	35563.28	42200.28	54200.64

TIR	TMAR	VAN
40,67%	13;21%	$58,854.22

ESTUDIO FINANCIERO

- PAYBACK:

PayBack				
Periodo	Saldo de Inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad exigida	Recuperación de Inversión
1	$ 57.537,14	$ 19.766,94	$ 2.611,21	$ 17.155,72
2	$ 40.381,41	$ 12.907,07	$ 1.705,02	$ 11.202,05
3	$ 29.179,37	$ 35.563,28	$ 4.697,91	$ 30.865,37
4	-$ 1.686,00	$ 42.200,28	$ 5.574,66	$ 36.625,63
5	-$ 38.311,63	$ 54.200,64	$ 7.159,90	$ 47.040,73
6	-$ 85.352,36	$ -	$ -	$ -

CONCLUSIONES

- El Ecuador es el segundo país mayor exportador de maracuyá con 110000 ton después de Brasil.
- El grado de aceptación y disposición a consumir HARICUYÁ constituye en términos generales un 64.3%, porcentaje se explica en un 62.1% de las mujeres encuestadas y un 67.5% de los hombres
- Las estrategias de marketing a través de radio, prensa y revistas serán orientadas a dar a conocer los beneficios para la salud y cuidado físico.
- La planta será ubicada en la zona industrial el Km. 4 ½ vía Daule.

CONCLUSIONES

- La inversión total requerida para la realización del proyecto será de $46316.16. Los análisis financiero determinan que el proyecto es rentable con una VAN de $54854,22 y la TIR de 40.67%
- Se ha determinado la política de pago para los clientes potenciales en este caso los supermercados de 20% al contado, 30% en un mes y el resto a 60 días con el objetivo de ingresar en las grandes cadenas de distribución masiva.
- Se establecerá acuerdos comerciales o alianzas con proveedores para fijar precios y evitar futuras fluctuaciones.
- Se establecerán procesos de calidad que certifiquen el producto Norma ISO 9001 y patentes que protejan la idea de negocio.

RECOMENDACIONES

- Se debe establecer programas de capacitación y asesoramiento técnico para el área del proceso industrial.
- Se recomienda fortalecer el mercado de la harina de maracuyá mediante una integración vertical y ciertos acuerdos comerciales.
- Controlar y verificar la calidad de la materia prima para producir un producto de excelente calidad y a la vez competitivo en el mercado.
- Atraer la atención del Gobierno para proyectos micro empresariales y aprovechar las oportunidades de financiamiento que el mismo ofrece.

HARICUYÁ S.A.

¡GRACIAS POR SU ATENCION!