

1. INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DE MERCADO

En general se encontró que actualmente en el país ninguna de los tubérculos estudiados: yuca, malanga y camote son utilizados en procesos de transformación industrial, debido en su mayor parte a que hay un marcado desconocimiento sobre estos productos por parte de los industriales.

Otras de las razones que se mencionan es la aversión al riesgo de probar nuevos mercados, pues no se tienen definidos los parámetros de calidad de los productos y nadie asegura un abastecimiento regular, con buena calidad y precio.

El introducir un nuevo producto en el mercado tiene varias implicaciones, por una parte se deben hacer variantes y modificaciones en las líneas de producción, que implican costos adicionales, y por el otro lado, se tienen que hacer inversiones en promoción para dar a conocer el producto y ganarse la clientela.

Por la naturaleza versátil y práctica de los alimentos procesados, la demanda de este tipo de producto usualmente se concentra en las áreas metropolitanas.

PRODUCTOS

🚩 **Marca Comercial:** se decidió darle un nombre comercial a estos chifles de tubérculos y se los conocerá como “**MIJITO’S CHIPS**”.

MIJITO’S CHIPS es una marca de chifles hecha con variedades de raíces y tubérculos producidas en el Ecuador tales como la yuca, malanga y camote sin preservantes, ni aditivos, no contienen elementos alergénicos y trans fat. Además, de tener características capaz de competir con cualquier otra marca del mercado.

CLIENTES

Los principales clientes serán las personas que habiten en las áreas urbanas de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, preferentemente de edad entre los 12 a 15 años y que pertenezcan a estratos sociales medio bajo, medio-medio, medio-alto y alto.

COMPETENCIA

Los sub-centros del pescado, snack, frutas y vegetales preparados son los que tienen mayor dinámica en el mercado.

En la línea de snack, especialmente chifles de tubérculos no hay mucha competencia, por lo que se puede afirmar que hay un buen nicho de mercado.

Las empresas que producen chifles de verde y maduros mas importantes y que tienen una buena infraestructura de producción y distribución son INALECSA, FRITO LAY

en Guayaquil y PROALME (Quito). Además, de otras empresas que producen volúmenes mas pequeños.

TAMAÑO DE NUESTRO MERCADO

El mercado de snack se estima aproximadamente en \$40 billones de dólares anuales (estimación realizada por United States Department of Agriculture).

Los principales clientes serán las personas que habiten en las áreas urbanas de la ciudad de Guayaquil y que tengan entre los 12 a 15 años de edad y que pertenezcan a estratos sociales medio bajo, medio-medio, medio-alto y alto.

2. PLAN DE MERCADEO

PRECIOS

Los precios establecidos para los chifles de tubérculos se los ha establecido a \$0.20 por cada funda de 40 gramos para los clientes que los distribuyan. Todas las transacciones se harán de contado ya que hay poco capital de trabajo y la mayor parte de las materias primas, materiales e insumos así como la mano de obra se la cancela de contado.

ESTRATEGIAS DE VENTAS

- ✚ Se realizarán visitas a los clientes potenciales para dar a conocer el producto.
- ✚ Se efectuarán paneles de degustación en los bares de los colegios, escuelas, universidades.
- ✚ De igual manera a los sitios de reuniones masivas como mercados, tiendas, comisariatos, etc., se les dará la atención debida con visitas personalizadas de los socios fundadores para dar a conocer las bondades del producto y los clientes potenciales.
- ✚ Durante la venta se enfatizará en las ventas competitivas del producto a ofrecer como: características nutricionales, calidad, precio, características del producto.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- ✚ Entrega de una hoja a full color que describa los productos.
- ✚ Adecuar paneles de degustación en los diferentes puntos que se requieran para dar a conocer los productos.
- ✚ Contactos directos con consumidores potenciales.
- ✚ Incluir salsas en las fundas de chifles.
- ✚ Efectuar promociones e incorporar figuras, calcomanías, tickets, etc. dentro de las fundas para posteriores sorteos.

🚧 Cuñas radiales.

El presupuesto de promoción para el primer año será del 2% de las ventas (sin IVA).

3. ANÁLISIS TÉCNICO

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El objetivo final de la fritura de raíces y tubérculos es cocinar el interior del vegetal que se fríe, es decir la gelatinización del almidón interior.

Se seca la fritura, el proceso térmico se logra en un período relativamente corto, debido a que el producto que se fríe es pequeño. El aceite o la grasa usada en ese proceso es un componente muy significativo en el producto final.

Infiere característica de fragilidad en su capa superficial de modo que el producto es quebradizo.

El medio de transmisión de calor (aceite) está sujeto a cambios en su composición.

EQUIPOS Y MAQUINARIAS

El equipo que se utilizará en la industria es:

- 1 Freidor estático, tipo batch, de 1.0 *0.8*1.2mt con recipiente de acero inoxidable, tipo 304, y estructura de hierro negro.

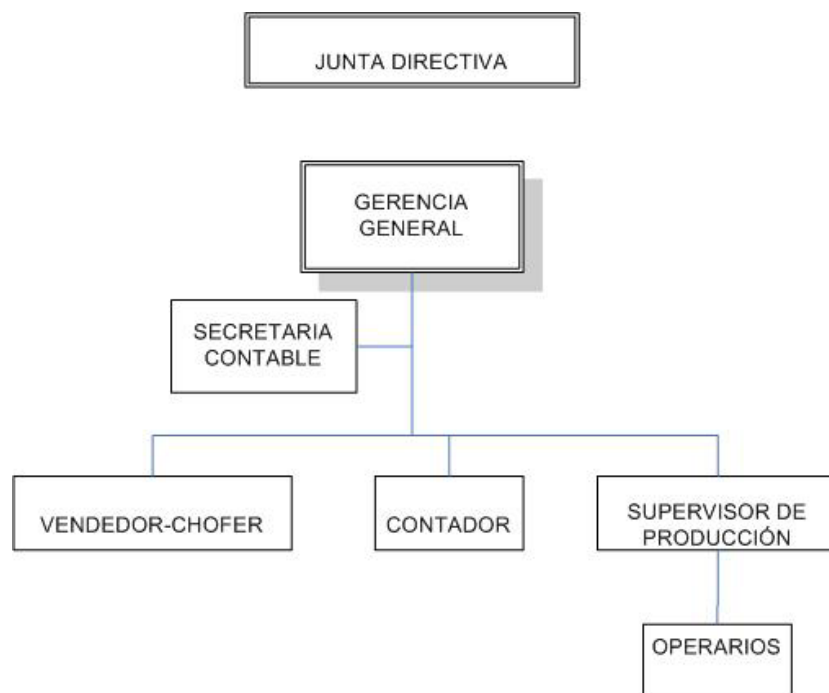
Quemadores, sistema de tuberías y reguladores de gas licuado industrial.

- 1 Cortadora de chifles, de acero inoxidable, con dos discos de aluminios con sus respectivas cuchillas y 4 juegos de repuestos.
- 1 Balanza granera de capacidad de 2000 g con plato de acero inoxidable, de 110 V.
- 1 Selladora manual de pedestal de 110 V.
- 1 computador Pentium 4, procesador de 3.0 Ghz, disco duro de 80 Gb.
- 1 impresora multifunción.
- 1 regulador de voltaje.
- 1 UPS de 30 minutos.
- 1 Termómetro de vidrio con rango de 0-250 oC, de mercurio.
- 1 Carretilla hidráulica de 2 Tn.
- 1 Mesas de acero inoxidable según detalles a convertir.
- 10 gabetas caladas y 10 gabetas cerradas.
- 1 Afilador de cuchilla.
- Utensilios varios: machetes, cuchillos, peladores de papa, mangueras de agua.

- 1 Sistema de header de gas licuado industrial: mangueras, cilindros, recipiente de calentamiento, válvulas de corte.
- 2 Extintores PQS de 10lb.
- 1 juego de herramientas varias.

4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE “CHIFLES DE TUBÉRCULOS”



5. ANÁLISIS LEGAL

La empresa deberá cumplir con todas las regulaciones ambientales, legales y de salud. Se tratará de manejar un plan de desechos orgánicos que implique una producción más limpia.

6. ANÁLISIS FINANCIERO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La inversión de activos fijos y capital de trabajo es de \$47.640 para arrancar, los costos administrativos estarán en \$6.708 promedio mensual. No se han considerado aumentos salariales durante los primeros cinco años. La inversión en promoción y publicidad serán del 2% de las ventas brutas.



Las tasas promedio de retorno del proyecto es del 162%, con un Valor Actual Neto Positivo, lo cual garantiza el retorno de la inversión.

Los principales riesgos de este proyecto son: Cambios en la preferencia del consumidor, incrementos de los costos de materias primas, materiales y Mano de Obra que resten competitividad a la empresa, incremento de la competencia de las empresas medianas y grandes que debido a su economía de escala pueden tener menores costos y mayor participación del mercado.