"PROYECTO DE ANALISIS DE MERCADO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACION DE MELCOCHA EN LA CIUDAD DE PUYO – PROVINCIA DE PASTAZA"

Maite Olmedo Junco[1], Gloria Cuzco Piña[2], Maria Elena Murrieta[3]
[1] Ingeniera Comercial y Empresarial, 2006
[2] Ingeniera Comercial y Empresarial, 2006
[3] Ingeniera Comercial, Msc. Business Administration. mmurriet@espol.edu.ec

RESUMEN:

Este proyecto pretende principalmente que el Sector Agrícola de la Provincia de Pastaza, específicamente el Puyo, aproveche al máximo sus recursos agrícolas con la finalidad de contribuir al incremento y desarrollo económico del País. Al crear una Microempresa Alimenticia en Puyo, se vendería producto final en este caso La Melcocha y no materia prima a otras ciudades que la elaboran como Baños y así el producto se entregaría con valor agregado, aumentando de esta manera la productividad y actividad turística de la ciudad de Puyo.

El proceso de elaboración de la melcocha se trata de un proceso tradicional, en la microempresa se realizarán operaciones de forma manual (artesanalmente), siendo una ventaja competitiva frente a nuestros competidores quienes son las empresas que fabrican dulces, ya que el producto se elaborará de forma natural.

La demanda local de dulces artesanales es constante durante todo el año, lo cual incentiva a la ejecución del producto antes mencionado. El Proyecto debe enfocarse en satisfacer una demanda local, para sacar relación de las materias primas a adquirir y se tendrá en cuenta además la mano de obra que se contratará. Dentro de la Microempresa Alimenticia se podrá destacar sabores tradicionales. Pero por que no incursionar en sabores exóticos, sabores que no se han explotado aun haciendo de esto un atractivo en el segmento. Ofreciéndole al consumidor una nueva posibilidad de placer con la variedad.

Con respecto al análisis financiero se pudo notar que el proyecto económicamente es rentable debido a que el VAN es mayor a 0 y la TIR es mayor a la tasa de descuento.

SUM UP:

This project seeks mainly that the Agricultural Sector of the County of Pastaza, specifically the Puyo, take advantage of to the maximum its agricultural resources with the purpose of contributing to the increment and economic development of the Country. When creating a Nutritious Company in Puyo, final product would be sold in this case The Taffy and non matter prevails to other cities that elaborate it as Baños and the product would surrender this way with added value, increasing this way the productivity and tourist activity of the city of Puyo.

The process of elaboration of the taffy is a traditional process, in the company they will be carried out operations in a manual way (handmadely), being a competitive advantage in front of our competitors who are the companies that manufacture sweet, since the product will be elaborated in a natural way.

The local demand of sweet handmade it is constant during the whole year, which incentivates before to the execution of the product mentioned. The Project should be focused in satisfying a local demand, to take out relationship of the matters cousins to acquire and one will also keep in mind the manpower that will be hired. Inside the Nutritious Company, it will be able to stand out traditional flavors. But for that not to intrude in exotic flavors, flavors that have not even been exploited making of this attractiveness in the segment. Offering the consumer a new possibility of pleasure with the variety.

With respect to the financial analysis we could notice that the project economically is profitable because VNA is bigger than 0 and TIR is bigger than the rate of discount.

INTRODUCCIÒN:

Dentro de la Región Amazónica, existen provincias que se destacan por tener grandes cultivos de Caña de Azúcar, una de ellas es la Provincia de Pastaza, en su Capital Puyo existen cultivos de Caña de Azúcar que no son aprovechados en la Región, y son trasladados a diversas provincias, especialmente la Provincia de Tungurahua, donde Baños se ha caracterizado por la producción y consumo de melcocha.

En Puyo existen plantaciones de Caña de Azúcar las cuales poseen sus propias mecanismos para obtener de la caña uno de sus derivados que es la Panela, el "trapiche" (tipo de maquinaria semiautomática), es uno de ellos en el que se extrae el jugo de la caña.

La Panela es un derivado que sirve para que los artesanos puedan llevar a cabo la elaboración de la melcocha, que es un caramelo de agradable sabor. La panela es transportada desde Puyo a Baños y en Baños se transforma la materia prima en producto terminado; en este caso la Melcocha. ¿Porqué no aprovechar la panela y darle un valor agregado en Puyo?

Sin duda alguna la melcocha es el dulce favorito de propios y extraños ya que se puede apreciar como es elaborado paso a paso, por los hábiles melcocheros, y no podemos olvidar el famoso jugo de caña, que calma la sed de los viajeros, con su dulce sabor a miel; y así podemos incrementar la actividad turística de la ciudad de Puyo.

Otro beneficio que tiene la panela es que sirve para endulzar zumos, tés, infusiones, refrescos etc., se considera el azúcar más puro porque se obtiene simplemente a partir de la evaporación de los jugos de la caña y la cristalización de la sacarosa. Este azúcar a diferencia del blanco, no es sometido a ningún refinado, centrifugado, depuración o cualquier otro tipo de proceso, por lo que se conserva todas las vitaminas y minerales presentes en la caña de azúcar.

El Proyecto va analizar el posible mercado de consumidores de melcocha que existe en la ciudad del Puyo, para conocer si es conveniente crear una microempresa alimenticia dedicada a la elaboración de dicho producto, con el propósito de poder explotar los recursos agrícolas que ofrece la región.

Por lo tanto, el problema que el proyecto va a solucionar es la fuga de recursos que existe en la Ciudad de Puyo, al llevar a Baños la Panela para que sea transformada en Producto Final (La Melcocha).

CONTENIDO:

1. GENERALIDADES DEL MERCADO

La Comunidad puede aprovechar recursos naturales en su mayoría renovables, que tienen como finalidad generar una economía sustentable. La industria panelera artesanal, se ha constituido en los últimos años en la alternativa del campesino colono e indígena, que le representa a corto, mediano y largo plazo mejorar su status social.

La agroindustria artesanal de la caña de azúcar en los últimos 10 años, se ha mejorado ostensiblemente, es urgente la ayuda estatal para llegar a ser competitivos y tener una productividad que oferte productos de calidad, presentación e higiene que exige el mundo globalizante.

La crisis que vive el País, en el aspecto social y económico agravado por los fenómenos naturales, ha repercutido en las finanzas de los organismos seccionales, por lo que, muchos proyectos socialmente necesarios, no pueden ejecutarse precisamente por la falta de fondo económicos.

La caña de azúcar y sus derivados se constituyen en uno de los rubros importantes de la economía del campesino de Pastaza, además el avance que ha generado el mejoramiento de la industria panelera, ofrece perspectivas muy importantes para ejecutar proyectos socialmente y económicamente factibles.

El Sector donde se ejecutará el proyecto es una zona productora de caña de azúcar, el mismo que por falta de talleres artesanales, microempresas, fábricas, etc.; no puede conseguir el valor agregado que representa una mejora de las condiciones de vida del agricultor en especial del cañicultor.

2. DEMANDA DEL PRODUCTO

Para determinar cual será la demanda que tendrá los productos a elaborar se ha realizado un estudio a través de una encuesta la cual permitió conocer la preferencia de los consumidores en el momento de adquirir el producto.

Para fijar la muestra poblacional se tomó en consideración a los 24.432 habitantes de la ciudad de Puyo según el ultimo censo realizado por el INEC en el año 2001. Una vez recolectada toda la información, se analizó la misma para poder presentar los resultados que nos permitan sacar conclusiones sobre el tema.

La demanda de consumo está basada en el resultado del cruce de variables entre los principales consumidores de melcocha Vs. Frecuencia de consumo obtenidos en la Investigación de mercado, que es el 20,8% que incluyen a los niños, adolescentes y adultos que consumen cada dos semanas la melcocha.

TABLA I

PRINCIPALES CONSUMIDORES EN CASA * FRECUENCIA DE CONSUMO Crosstabulation

			FRECUENCIA DE CONSUMO						
			CADA SEMANA	CADA DOS SEMANAS	CADA MES	CADA DOS MESES	MAS DE DOS MESES	NO CONSUME MELCOCHA	Total
PRINCIPALES CONSUMIDORES EN CASA	NINOS	Count	54	47	45	25	18		189
		% of Total	13,5%	11,8%	11,3%	6,3%	4,5%		47,3%
	ADOLESCENTES	Count	41	17	13	10	8		89
		% of Total	10,3%	4,3%	3,3%	2,5%	2,0%		22,3%
	ADULTOS	Count	29	19	13	5	11		77
		% of Total	7,3%	4,8%	3,3%	1,3%	2,8%		19,3%
	NO CONSUME MELCOCHA	Count						45	45
		% of Total						11,3%	11,3%
Total		Count	124	83	71	40	37	45	400
		% of Total	31,0%	20,8%	17,8%	10,0%	9,3%	11,3%	100,0%

Se escogió el 20,8% de la población de la ciudad de Puyo, como demanda de consumo porque se pretende mantener un escenario equilibrado y con una perspectiva real de la situación actual que existe en el mercado.

Las cantidades vendidas anuales del proyecto se determinaron tomando como referencia a las cantidades vendidas anuales antes mencionadas del competidor ya que la demanda de frecuencia de consumo determinada por la Investigación de mercado representa el 20.8% de nuestro mercado se tomó como referencia el mercado del consumo de la competencia, no se escogió el 100% de la población de la ciudad de Puyo como demanda de consumo ya que no representaría una demanda confiable porque existen otros competidores y se tiene que compartir el mercado.

En el siguiente cuadro se puede observar cual ha sido el ingreso y las cantidades vendidas anuales de los productos del proyecto durante un año en este caso se ha logrado un ingreso por ventas totales de $ 19.835,62, el cual se estima seguirá siendo constante durante los siguientes años debido a que no se tiene ningún dato referencial que hable acerca de una posible inflación en los precios de la materia prima.

TABLA II

INGRESOS					
Descripción	Fundas (Anuales)	Costo por funda	P.V.P	Costo de Venta	Ventas Totales
PALILLOS DE MELCOCHA	2.995	$ 0,26	$ 0,90	$ 793,15	$ 2.704,63
TABLETAS DE MELCOCHA	5.990	$ 0,23	$ 1,00	$ 1.388,41	$ 5.997,92
BARRITAS DE MELCOCHA	5.242	$ 0,24	$ 1,10	$ 1.258,62	$ 5.789,67
FIGURAS DE MELCOCHA	4.493	$ 0,25	$ 1,20	$ 1.108,87	$ 5.378,03
TOTAL				$ 4.549,05	$ 19.870,26

Se tiene que tomar en cuenta que existe una pequeña diferencia de los precios del proyecto a los del competidor debido a que los productos se van a diferenciar por el sabor de la melcocha y de ingredientes especiales como ajonjolí, almendras, nueces y chispas de colores.

3. ANÀLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

La Empresa ejecutora será una sociedad formada por dos profesionales en el área de Comercio y Administración, los cuales aprovechando la existencia de materia prima en la zona, darán valor agregado a la misma y consecuentemente se logrará generar nuevas plazas de trabajos en el área de mercadeo, finanzas, y además la contratación de mano de obra calificada, así como también se desarrollará un mayor interés en producir panela por parte del campesino con el objetivo de incrementar sus ingresos.

Según el cuadro que se presenta, podemos observar que la Inversión Inicial que se requiere para que la microempresa pueda entrar en completo funcionamiento, asciende un valor de $ 16.015,16.

TABLA III

INVERSION INICIAL	
Detalle	Inversión Neta
Alquiler de Oficinas y Galpón	$ 4.800,00
Inversión Equipos de Oficina	$ 3.900,00
Inversion Maquinaria	$ 2.350,00
Inversión Muebles de Oficina	$ 1.865,00
Gastos preoperativos	$ 500,00
Capital de Trabajo	$ 2.600,16
TOTAL INVERSION	**$ 16.015,16**

En el siguiente cuadro se puede observar cual ha sido el ingreso y las cantidades vendidas anuales de los productos del proyecto durante un año en este caso se ha logrado un ingreso por ventas totales de $ 19.834,56, el cual se estima seguirá siendo constante durante los siguientes años debido a que no se tiene ningún dato referencial que hable acerca de una posible inflación en los precios de la materia prima.

TABLA IV

INGRESOS					
Descripción	**Fundas (Anuales)**	**Costo por funda**	**P.V.P**	**Costo de Venta**	**Ventas Totales**
PALILLOS DE MELCOCHA	2995	$ 0,26	$ 0,90	$ 793,15	$ 2.696,70
TABLETAS DE MELCOCHA	5990	$ 0,23	$ 1,00	$ 1.388,41	$ 5.970,16
BARRITAS DE MELCOCHA	5242	$ 0,24	$ 1,10	$ 1.258,62	$ 5.789,67
FIGURAS DE MELCOCHA	4493	$ 0,25	$ 1,20	$ 1.108,87	$ 5.378,03
				$ 4.549,05	$ 19.834,56

En el cuadro se puede observar que el valor de flujo de caja para el año 1 es de $ 3.488,06 es un saldo de caja en efectivo lo que indica que con este saldo disponible se podrá cubrir todas las operaciones y obligaciones de la empresa desde el inicio de su operación.

Con esta herramienta financiera se podrá determinar posteriormente el análisis para el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), lo que permitirá evaluar la rentabilidad del proyecto.

TABLA V

FLUJO DE CAJA (ACTUAL Y PROYECTADO)						
	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Ventas		$ 19.834,56	$ 19.834,56	$ 19.834,56	$ 19.834,56	$ 19.834,56
Costo de Ventas		$ 4.549,05	$ 4.549,05	$ 4.549,05	$ 4.549,05	$ 4.549,05
Gastos Administrativos		$ 7.006,50	$ 7.006,50	$ 7.006,50	$ 7.006,50	$ 7.006,50
Gastos de Ventas		$ 2.560,00	$ 2.560,00	$ 2.560,00	$ 2.560,00	$ 2.560,00
Intereses		$ 980,13	$ 826,58	$ 654,24	$ 460,80	$ 243,69
Utilidad antes de Part. Trab.		$ 4.738,88	$ 4.892,43	$ 5.064,77	$ 5.258,21	$ 5.475,32
Particip. Trabajadores (15%)		$ 710,83	$ 733,86	$ 759,72	$ 788,73	$ 821,30
Utilidad antes de Impuestos		$ 4.028,05	$ 4.158,56	$ 4.305,05	$ 4.469,47	$ 4.654,02
Impuesto a la Renta (25%)		$ 1.007,01	$ 1.039,64	$ 1.076,26	$ 1.117,37	$ 1.163,51
Utilidad Neta		$ 3.021,04	$ 3.118,92	$ 3.228,79	$ 3.352,11	$ 3.490,52
Depreciaciones		$ 1.721,50	$ 1.721,50	$ 1.721,50	$ 1.721,50	$ 1.721,50
Amortización		$ -1.254,48	$ -1.408,02	$ -1.580,37	$ -1.773,80	$ -1.990,92
Inversión	$ -16.015,16					
Préstamo	$ 8.007,58					
Capital de Trabajo	$ -2.600,16					
FLUJO DE CAJA	**$ -10.607,74**	**$ 3.488,06**	**$ 3.432,40**	**$ 3.369,92**	**$ 3.299,80**	**$ 3.221,10**
VAN*	$ 1.118,90				**TIR**	17,89%

CONCLUSIONES

Al término del presente proyecto podemos concluir con las siguientes reflexiones:

- Nuestro principal competidor es la Ciudad de Baños, en la Provincia de Tungurahua ya que se lo ha considerado desde hace mucho tiempo atrás un lugar tradicional para la venta y consumo de la melcocha.

- Nuestro principal proveedor es “La Cortilandia” quienes serán los encargados de proveer materia prima suficiente para la fabricación de los productos.

- El mercado tiene un gran potencial de crecimiento

- El proyecto económicamente es rentable debido a que el VAN es mayor a 0 y la TIR es mayor a la tasa de descuento.

- El proyecto es sensible ante el cambio en las unidades vendidas.

REFERENCIAS

1. Diario El TELEGRAFO, Tasa Promedio Crédito Corporativo, 5 de Septiembre de 2006, 1era sección Economía Pág. 2.A.

2. Datos e Información de páginas Web: www.eluniverso.com, www.google.com, www.mundobvg.com, http://www.superban.gov.ec

3. Banco Central del Ecuador, Indicadores Económicos 16 de Agosto de 2006

4. KINNEAR – TAYLOR, **Investigación de Mercados,** Mc Graw Hill, Colombia, 1998, Quinta Edición.

5. KOTLER PHILLIP, **Dirección de Marketing,** Prentice Hall, México, 2001, Edición del Milenio.

6. BREALEY & MYERS, **Principio de Finanzas Corporativas,** 1998.

7. ERNESTO R. FONTAINE, **Evaluación Social de Proyectos,** Litografía Stanley, Santiago de Chile, 1973, Undécima Edición.

8. KOTLER – ARMSTRONG, Marketing, Prentice Hall, Mexico, 2001, Octava Edición.

Elaborado por:

Maite Olmedo Junco

Gloria Cuzco Piña

Ing. Maria Elena Murrieta
DIRECTORA DE TESIS