PROYECTO DE VALORACIÒN FINANCIERA DE LA ELABORACIÒN DE JUGO DE TAXO PARA BEBÈS EN GUAYAQUIL

Vanessa Alexandra Acosta Carpio[1], Daysy del Pilar Castañeda Ordoñez[2]
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 via Perimetral
Apartado 09-01-58-63 Guayaquil-Ecuador
[1] Ingeniera Comercial y empresarial, 2010, FEN-ESPOL; email: vaacosta@espol.edu.ec
[2] Ingeniera Comercial y empresarial, 2010,FEN-ESPOL; email: daydecas@espol.edu.ec

Director de Tesis: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Titulo de Economía
Maria Elena Romero; email: meromero@espol.edu.ec

Resumen

El desarrollo del presente proyecto, tiene como objetivo el proyecto de valoración financiera de la elaboración y comercialización de jugo taxo para bebés en Guayaquil, el cual brinda proteínas y vitaminas para el desarrollo y crecimiento optimo del bebé, se da a conocer como una nueva alternativa en la cadena alimenticia de los bebés ecuatorianos. Para el desarrollo de la propuesta se recogió toda la información necesaria de las madres de familia en la ciudad de Guayaquil mediante un estudio a través de las encuestas realizadas nos facilitará la información necesaria para la producción del jugo de taxo, además se aplico las técnicas de análisis de mercado y financiero para posteriormente hacer las recomendaciones de aplicación correspondientes para que el producto este dentro de los estándares de calidad y brinde los beneficios necesarios. El jugo de Taxo es una nueva alternativa en relación a los demás productos existentes en el mercado. El jugo de Taxo para bebé propone cambios para una nueva forma alimenticia del bebé, de tal forma alcanzar las metas propuestas por la empresa.

Palabras Claves: Propuesta alimenticia, Crecimiento optimo

Abstract

The development of this Project, aims project financial valuation the elaboration and commercialization taxo juice for babies in Guayaquil, which provides protein and vitamins for development and growth Baby optimal, became known as a new alternative in the food chain Ecuadorians. For the development of the proposal all information was collected mothers needed family in the city Guayaquil through a study through the surveys made will enable us information needed for production taxo juice, also was applied techniques of market analysis and financial and later make recommendations corresponding application for the product is inside Quality Standards and provide the necessary benefits. Taxo juice is a new alternative in relation to other products on the market. Taxo juice baby propose changes for a new way Baby food, so as to achieve the goals set by the company.

***Keywords**: Proposal food, Optimal growth*

1. Introducción

EL impulso que llevó al desarrollo de esta idea se basa en poder encontrar un mercado específico y garantizar un futuro a nuestro proyecto, llevar este producto (jugo de Taxo) a la mente del consumidor puede ser explotado de una manera eficaz dentro de nuestro país, tomando como referencia el financiamiento necesario además del correcto manejo de los instrumentos de marketing, finanzas y economía.

En la actualidad existen muchos productos alimenticios que ofrecen variedad, en la mayoría no cuentan con esquemas de nutrición, siendo afectados los más pequeños del hogar como son los bebés ya que las madres procuran comprar productos para el óptimo crecimiento del bebé. Por tal motivo el concepto de crear un nuevo producto "Jugo de Taxo", ofrecerá la alimentación necesaria y saludable para el mercado en que estamos incursionando.

Adicionalmente por falta de conocimiento de los beneficios del Taxo se ha ignorado su potencial nutritivo "vitaminas, fósforo e hierro" que llevará al producto a la aprobación por las madres de familia y futuras madres.

2. Planteamiento del Problema

En la actualidad no existe jugo de Taxo para bebés, en la ciudad de Guayaquil por lo tanto nace la inquietud de satisfacer la necesidad de nutrir al bebé durante su crecimiento, proporcionándoles las proteínas y vitaminas necesarias para su óptimo desarrollo.

Dada la cantidad de productos sustitutos que existe en el mercado (compotas, papillas, coladas), el "jugo de Taxo" es una nueva alternativa para los bebés lo que podría generar una demanda, que lleve al proyecto a alcanzar una rentabilidad muy atractiva.

Por otro lado, las madres de familias tienen demasiadas obligaciones que no cuentan con el tiempo suficiente para la preparación de un jugo casero para el consumo del bebé.

El alcance de este nicho de mercado para nuestro proyecto está orientado para mejorar la nutrición del bebé y satisfacer las necesidades de las madres

3. Proyecto de valoración financiera de la elaboración de jugo de taxo para bebés en Guayaquil

Este proyecto fue creado pensando en las necesidades de las madres y futuras madres de familia ofreciendo una categoría de alimento nutritivo, de consumo inmediato, ligero, contendrá una utilización suficientemente proporcional de agua y la fruta exótica (Taxo), que se será una fuente nutricional para el bebé ya que contiene propiedades vitamínicas y saludables.

En la alimentación del bebé, este tipo de fruta constituye una de las fuentes más importantes como es la vitamina A esencial para el crecimiento normal, la buena visión, en la renovación de los tejidos, en particular del epitelio de la piel. Carbohidratos que son fuente de energía que necesitan los bebés para su adecuado desarrollo que sirve para el funcionamiento normal en el crecimiento del bebé.

El jugo de Taxo para bebé es 100% de fruta natural, no contiene preservantes y son totalmente esterilizadas ideales para la dieta del bebé. Por ejemplo: alrededor de los 7 meses, los bebés pueden beber entre 60 a 90 ml de jugo puro al día.

Actualmente por el agitado ritmo de vida que llevan la madres de familia se les dificulta preparar jugos caseros donde la leche materna ya no es la comida exclusiva para el bebé, este jugo garantizará el aporte de todos los nutrientes indispensables para su desarrollo.

Nuestro producto podrá complementar la lactancia de los bebés, en la etapa en que comienzan a mover la lengua y la mandíbula.

Los beneficios que aportan al crecimiento del bebe:

Aportan más cantidad de minerales y nutrientes, vitaminas, carbohidratos, proteínas, hierro, calcio y fósforo.

Crea mejores defensas hacia el individuo; en este caso hacia el bebé, protegiéndolo de enfermedades infecciosas.

- Ayuda a tener una buena digestión del bebé.

- Fortalece el revestimiento del estómago y lo hace más resistente a los gases gástricos.

3.1 Misión

Ser reconocidos en el mercado de jugos naturales a base de Taxo para bebés como un saludable producto. Fomentar el consumo de un producto sumamente nutritivo.

El producto contribuirá a los bebés en su óptimo desarrollo físico y mental.

3.2 Visión

Ser líder en jugos de fruta para bebés como un excelente producto alimenticio.

Concienciar a los padres de que sus hijos tienen que ser alimentados con productos que tengan un contenido nutricional rico en proteínas

3.3 ANALISIS FODA

Es una herramienta útil para analizar la situación competitiva de la empresa, nos permitirá trabajar con toda la información que poseemos del negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Este debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito del negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

FORTALEZAS

- Es una propuesta innovadora que brinda un producto variado en el mercado.
- No existe una bebida que además de ser natural brinde los nutrientes necesarios para el crecimiento del bebé.
- Es un producto envasado y con persevantes naturales.

OPORTUNIDADES.

- Los consumidores actuales de este mercado valoran mucho la calidad del producto para el consumo del bebé.
- Ser pionero en la distribución y comercialización del producto.
- Segmento de mercado prometedor.
- En un futuro, se podría dirigir el producto a nuevos segmentos de mercado.

DEBILIDADES

- Poco conocimiento de la marca por ser un producto nuevo.
- Debido a que se trata de un jugo natural, se necesita asegurar la calidad y conservación de la bebida dentro del empaque.
- Al ser una empresa nueva, habrá que enfrentar dificultades para conseguir el financiamiento.
- La empresa solo depende de la rentabilidad que se obtenga de la venta del producto.

AMENAZAS

- Existencia de productos sustitutos.
- Factores climáticos que afecten la producción del fruto Taxo.
- Empresas con gran trayectoria y experiencia en la fabricación de bebidas podrían fácilmente lanzar productos similares y mejorados.

4. ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA

4.1: Plan de Marketing

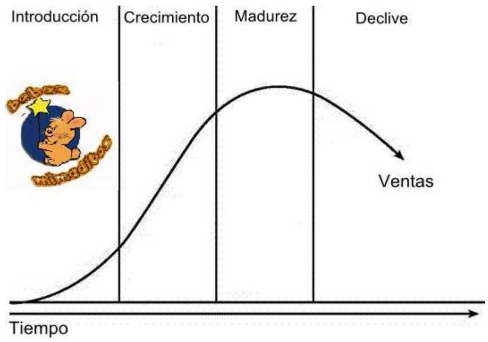
El mercado de alimentación infantil a presentado un avance, a tendencias de consumo por lo natural, dando origen a un nuevo segmento –jugos naturales para bebé - que por su tamaño y alto crecimiento en los primeros meses de vida ha atraído la atención de empresas, que en su afán de captar una participación representativa en este mercado han venido desarrollando estrategias y enfoques diferenciadores. De esta manera, el plan de marketing se transforma en una herramienta imprescindible para dar a conocer los beneficios del jugo de Taxo, sobretodo, a las madres de familia que se preocupan en el crecimiento de sus hijos proporcionándoles productos de calidad.

Por lo anterior, en el presente proyecto se ha desarrollado un plan de posicionamiento que permita captar al jugo de Taxo para bebé un lugar dentro de este nuevo nicho de mercado, de tal forma que sea competitiva en el segmento de la alimentación para el bebé que se ejecutará en la ciudad de Guayaquil.

4.2 CICLO DE VIDA

Aunque en el mercado no existe jugo para bebé pero existen productos sustitutos como las compotas, papillas, coladas, etc. El jugo de Taxo, formaría un elemento nuevo de este mercado, puesto que cuenta con características que lo distinguirá de los demás y que precisamente le puede dar muchas ventajas a las madres de familia (trabajadoras, amas de casas, empleadas, niñeras) y puedan adquirir una nueva opción en jugo natural a base de Taxo para el consumo del bebé. Esto hace que el jugo de Taxo se ubique en la etapa de introducción de su ciclo de vida.

Como es de esperarse, las ventas de los primeros períodos de vida



OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- Introducir el jugo de Taxo para bebé como un mejor concepto en jugos natural.
- Posicionar el jugo de Taxo en la mente de los consumidores (madres de familia, niñeras) como un producto que cuenta con todos los nutrientes necesarios para el crecimiento del bebé.
- Aumentar constantemente la participación del mercado

4.3 MATRIZ OPORTUNIDADES PRODUCTO- MERCADO (ANSOFF)

Producto / Mercado	ACTUAL	NUEVO
ACTUAL	Penetración en el mercado	•Desarrollo de producto
NUEVO	•Desarrollo de mercado	•Diversificación

La matriz Ansoff busca ubicar el producto de acuerdo a su estrategia de crecimiento intensivo en el mercado, en una de las siguientes

Secciones:

Penetración en el mercado

Pretende aumentar el consumo de productos actuales en mercados, sea por:

- Aumento del nivel de consumo de clientes actuales.
- Captación de clientes de la competencia.
- Captación de no consumidores actuales.

Desarrollo del producto

Busca la venta de nuevos productos en mercados actuales, sea
por:

- Desarrollo de nuevos valores del producto.
- Desarrollo de nuevas gamas del producto.
- Desarrollo de nuevos tamaños y/o modelos

Desarrollo del mercado

Busca la venta de productos actuales en nuevos mercados, sea por:

- Apertura a nuevos mercados geográficos.
- Atracción de otros sectores del mercado.

Diversificación

Cuando la empresa pretende lanzar un nuevo producto en un mercado nuevo.

El jugo de Taxo, es considerado como un producto en el mercado actual. Estas características lo hacen parte del cuadrante "Penetración en el Mercado", dentro de la matriz Ansoff.

Estrategias de Posicionamiento

Las estrategias de posicionamiento tienen como principal objetivo:

Establecer un determinado concepto de un producto o servicio en la mente de los consumidores (madres, niñeras, etc.).

Actualmente, los consumidores reciben tanta información sobre los productos y servicios que se ofrecen en el mercado, que en muchas ocasiones tienden a desecharla.

Esto hace importante que las estrategias de marketing sean las adecuadas y estén dirigidas a los consumidores objetivos, de tal forma que el individuo se sienta estimulado, genere una percepción hacia el producto o servicio, tome en cuenta su necesidad, se sienta motivado a satisfacerla y, finalmente, forme una actitud hacia el producto o servicio que lo lleve a tomar su decisión de compra.

El jugo de Taxo se posicionara en la mente de los consumidores como un producto de calidad, higiene e innovador para las madres de familia.

MARKETING MIX

PRODUCTO

El jugo de Taxo, cuenta con vitaminas como son Vitamina A, fibra, potasio y muchas más. El cual es un producto ideal para las madres de familia al momento de alimentar a su bebé, ya que posee beneficios que este provee.

La presentación del producto será en envase de vidrio con contenido de 71gr y la presentación de 115gr para el consumo del bebé.

PRECIO

En cuanto al precio, se recomienda que este valor será de $0.70 el envase de 71 gr y de $0.80 envase de 115 gr, según datos obtenidos por la encuesta.

DISTRIBUCIÓN

El jugo de Taxo se distribuirá bajo un modelo Productor- Distribuidor, es decir, se producirá el producto y se lo venderá a los distribuidores, los cuales harán llegar al consumidor mediante los canales de distribución que tienen establecidos.

PROMOCIÓN

La promoción vendrá influenciada por:

- Hacer énfasis en las propiedades del producto.
- Introducción con paquetes promociónales que incluya unidades gratis.
- Creación de atención a las inquietudes a las madres de familia.

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1: INGENIERIA DE LA producción DEL PRODUCTO

En este ciclo del estudio se orientan a los siguientes aspectos: Tamaño y Localización e Ingeniería de proyecto se considera importantes estos factores al momento de elegir la planta en la que se va a elaborar el producto así como también conocer sus gastos.

- **Tamaño de la Planta**

El tamaño de la planta estará en función del volumen de producción, la maquinaria a instalar, áreas para almacenar considerando las variables como: capacidad instalada, mercado, capacidad financiera, disponibilidad de insumos y materia prima.

- **Capacidad Instalada**

Es la que se mide una vez localizada las maquinarias en la planta. Para determinar la capacidad instalada normalmente se hace producir la maquinaria por un periodo de 8 horas seguidas para verificar el rendimiento de la misma; este es la máxima producción que la empresa puede alcanzar.

- **Localización De La Planta**

La planta está localizada vía Duran-Tambo km 4 ½ (Alquiler).

- **Factores De Localización**

- DISPONIBILIDAD DE AGUA, ENERGÍA
- SUMINISTROS. Debido a que la vía a Duran-Tambo es una importante avenida, al acceso de la cercanía del alquiler para nuestra fabrica.
- CERCANÍA AL MERCADO. Dado que nuestro mercado objetivo es la ciudad de Guayaquil y, siendo la vía a Duran-Tambo es una vía de acceso y de salida a esta ciudad, facilitará la distribución del producto.
- MEDIOS Y COSTOS DE TRANSPORTE. Por la distancia al mercado, el medio de transporte es terrestre.
- PROVEEDORES. La mayoría de los proveedores se encuentran en la Región Sierra como: Pelileo, Chambo, Penipe, San Andrés y Pallatanga.

- **Macro Localización**

- Se ha creído conveniente seleccionar la macro localización dentro de la provincia del Chimborazo para la compra de materia prima.
- En algunos casos decisivos, es la elección final de la localización de la planta.
- Entre los recursos que merecen mayor atención podemos destacar, la mano de obra, la materia prima, energía eléctrica, y el agua.

- **Micro Localización**

- Considerando el estudio de los factores de localización, se implementa la productora de jugo de Taxo para bebé en la ciudad de Guayaquil, cuya producción será en la planta ubicada en Duran-Tambo km 4 ½

- Se toma en cuenta que la fábrica este lo suficientemente apartada de la contaminación, ya que esta aledaña en las afueras de la ciudad donde se podrá producir el jugo natural a base de Taxo.

6. Inversiones y Financiamiento

6.1 Inversión

Por lo tanto la Inversión inicial está constituida por el total de activos fijos y el total de activos diferidos, siendo el resultado para el proyecto que constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto

Inversion			
Act. Fijo	$	46,759	
Act. Diferido	$	6,760	
Capital de Trabajo	$	13,805	
TOTAL	**$**	**67,324**	

Elaborado por las autoras.

El monto de Inversión es de $67,324 que necesitamos para la creación de nuestro proyecto es que incluye el Activo Fijo, Activo Diferido y Capital de Trabajo.

6.2 Financiamiento

Para la realización de este proyecto los accionistas aportarán con el 70% del capital y se pedirá un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN), a una tasa de interés de 10.8%, se escogió esta institución financiera que ofrece los créditos a la menor tasa.

Este préstamo se utilizará para cubrir la Inversión Inicial, más no el capital de trabajo, ya que el banco no financia el efectivo necesario para la operatividad del proyecto en el primer año.

Financiamiento		
Prestamo	30%	$ 20,197
Aportaciones Accionistas	70%	$ 47,127

Elaborado por las autoras.

En base al monto del préstamo, la tasa de interés y el tiempo de pago que será de 5 años con pagos anuales.

La Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR) se ha tomado como referencia la tasa de interés del Financiamiento del Proyecto más la Prima de Riesgo de Negocio del 7% que ayudará a conocer que tan rentable es nuestro proyecto.

Flujo de Caja de Financiamiento	
TMAR	17.08%
TIR	30.87%
VAN	$ 19,601.51

Elaborado por las autoras.

Tanto la Tasa Interna de Retorno como, el Valor Actual Neto, son mayores en el flujo de caja con financiamiento, y por lo tanto, se escoge esta opción como la más rentable para llevar a cabo el funcionamiento de TAXO S.A.

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa de descuento que hace que el valor presente de la inversión sea igual a cero, es decir que el valor presente de los flujos de caja que genera en el proyecto sea exactamente a la inversión realizada.

La tasa calculada se compra con la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR) exigida por los inversionistas.

Se basa a los flujos de proyecto calculados anteriormente se obtuvo como resultado una TIR del 30.87% y comparando con la TMAR de 17.08% nos permite concluir con el proyecto se acepta económicamente rentable.

6.3 Payback

El desembolso inicial de la inversión se recuperará el segundo año de operaciones, como se muestra en el siguiente cuadro y gráfico.

No	SALDO INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1	81,128	12,629	13,857	-1,227
2	82,356	19,499	14,066	5,433
3	76,923	17,149	13,138	4,011
4	72,912	18,272	12,453	5,819
5	67,094	46,873	11,46	35,414

Elaborado por las autoras.

La inversión se esperaba recuperar en el transcurso de los 5 años, por lo tanto se concluye que el proyecto es menos riesgoso de lo esperado, ya que se puede recuperar la inversión en menos tiempo de lo estimado

6.4 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es la comparación entre el total de ingresos por las ventas realizadas versus los gastos y costos, ya sean estos fijos o variables, directos e indirectos, El análisis principal que se quiere reflejar a través de esta herramienta es encontrar cuál es el monto de ventas que se debe alcanzar para que la compañía o proyecto no tenga pérdidas y adicionalmente, muestre el punto exacto para empezar a producir y generar utilidades.

Punto de Equilibrio ($)			
Costo Fijos	Ventas Totales	Costos Variables	Punto de Equilibrio
$ 46,759.00	$ 144,489.74	$ 230,818.72	$ 46,757.40

Elaborado por las autoras.

El punto de equilibrio es la cantidad que se debe producir para al menos cubrir los costos fijos.

El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la empresa.

7. Conclusiones

Culminado todo el proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Con los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se puede observar que existe un amplio mercado local, dispuesta a consumir el Jugo de Taxo para bebé, lo cual es la clave para la producción y comercialización del jugo natural a base de Taxo.

Se tomo en cuenta para llevar a cabo los objetivos es necesaria una inversión inicial de $ 67,324.

Producir y comercializar el jugo natural a base de Taxo es rentable mediante el estudio financiero, dado los siguientes variables:

VAN = $ 19,601.51, este valor refleja que habrá un retorno líquido a lo largo del manejo del proyecto.

TIR = 30.87%, tasa que iguala la inversión inicial al valor presente de los flujos futuros provenientes de la inversión.

TMAR = 17.08%, como se realizo un análisis entre la TIR y la TMAR, este análisis arrojo una TIR superior a la TMAR, esta información corrobora la información, que el proyecto es rentable.

8. Recomendaciones

Para contribuir al desarrollo empresarial, producto de la explotación de los recursos, mediante la investigación realizado se hace posible sugerir algunas recomendaciones:

Es recomendable económicamente la ejecución del presente proyecto debido a que se cuenta con un número significativo de demandantes, muchos productos sustitutos pero ninguno de jugo a base de Taxo y además se tienen todos recursos necesarios para la elaboración del producto.

Es un proyecto viable en sus diversas fases, de producción y comercialización; por lo que se sugiere su ejecución pertinente a efectos de evitar desajustes presupuestarios, por razones de cambios económicos dentro del país.

Dentro del área administrativa es fundamental que la persona encargada del manejo del mismo sea la más idónea, vinculada al área administrativa con el fin de obtener un nivel técnico y evitar retrasos en los procesos productivos.

9. Referencia

[1] ANDION GAMBOA, Mauricio. La Investigación Científica. Editorial
Universal Metropolitana- Xochimilco. México.

[2] HARRIS, Edgar E. Investigación de Mercados. Segunda Edición.
Editorial McGraw- Hill Traducido por Corona Hortensia.

[3] LAMBIN, Jean Jacques. Marketing Estratégico. Tercera Edición.
Editorial McGraw- Hill. España, Madrid. 2000

[4] KOTTLER, Philip. Dirección de Mercadotecnia. Séptima Edición. Editorial Prentince-Hall. México, D.F., 1993.

[5] LAMSON WHITNEY, Federico. Elementos de Investigación. Quinta
Edición. Ediciones Omega S: A: Barcelona 1983.

[6] NASSIR SAPAY CHAIN, Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación.

[7] GANDO, Pedro. Apuntes de Formulación de Proyectos.

[8]www.sica.gov.ec/agronegocios/Biblioteca/.../taxo_mag.pdf

[9] http://articulos.infojardin.com/Frutales/fichas/curubas-taxo-tumbo-parcha-tacso-passiflora-mollisima.htm