ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

PROYECTO DE INVERSION PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE UN SNACK ARTESANAL A BASE DE PAPA CHINA ORGANICA PARA EL CONSUMO EN EL MERCADO GUAYAQUILEÑO.

PROYECTO DE GRADO

Previo a la obtención de Título de:

INGENIERIO COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Especialización Comercio Exterior

PRESENTADO POR:

RAQUEL YRMA POSLIGUA BRAN

LISSETTE MERCEDES RAMOS YÉPEZ

HELIANA MABEL SUÁREZ REYES

GUAYAQUIL – ECUADOR

2009

"Proyecto de Inversión para la Elaboración y Comercialización de un Snack Artesanal a Base de Papa China Orgánica para el Consumo del Mercado Guayaquileño ".

Datos:

Raquel Yrma Posligua Bran
Facultad de Economía y Negocios (FEN)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus "Gustavo Galindo Velasco" Km. 30.5 Vía Perimetral, apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
rengreidaposligua@hotmail.com

Lissette Mercedes Ramos Yepez
Facultad de Economía y Negocios (FEN)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus "Gustavo Galindo Velasco" Km. 30.5 Vía Perimetral, apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
licha_ed@hotmail.com

Heliana Mabel Suárez Reyes
Facultad de Economía y Negocios (FEN)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus "Gustavo Galindo Velasco" Km. 30.5 Vía Perimetral, apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
chinitabella_88@hotmail.com

Oscar Emigdio Mendoza Macías
Facultad de Economía y Negocios (FEN)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus "Gustavo Galindo Velasco" Km. 30.5 Vía Perimetral, apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
oemendoza@hotmail.com
omendoza@espol.edu.ec

Resumen

El objetivo de este proyecto es analizar la factibilidad de construir una fábrica procesadora de la Papa China como Snack para el consumo de las personas, como una alimento alternativo de consumo, con la calidad requerida para satisfacer las necesidades de los clientes, mejorado continuamente el proceso de producción, logrando cubrir toda la demanda a nivel nacional, que nos permita demostrar con firmeza que somos una empresa que brinda un buen servicio a un costo razonable y a su vez entregar a tiempo y al menor costo posible el producto a nuestros distribuidores autorizados; esto se logra con un personal capacitado y comprometido con los objetivos planteados. El valor de la creación de este proyecto es que no existe uno similar que brinde esta clase de productos con este tipo de propiedades. Los resultados alcanzados fueron exitosos para el desarrollo real del proyecto a un precio accesible al consumidor y la aceptación del mercado; teniendo la ciudad de Guayaquil como nuestro punto de distribución.

Palabras Claves: *Papa china orgánica, investigación, producción, comercialización e introducción.*

Abstract

The aim of this study is to constantly the feasibility of a factory to construct the project of the Papa China as Snack for the consumption of the persons, with the required quality to satisfy customer needs, continuously improve the production process, managed to cover all the demand which allows us to demonstrate with firmness that we are a company that offers a good service to a reasonable cost and in turn to deliver in time and to the minor possible cost the product to our authorized distributors; this is achieved by a personnel qualified and compromised with the raised aims. The value of the creation of this project is that it does not exist the similar one that offers this class of products with this type of properties. The results were successful for the development of the project to an accessible price to the consumer and the acceptance of the market; taking the city of Guayaquil as our point of distribution.

1.- Introducción.

La papa china es un alimento tradicional en muchas áreas tropicales del mundo. Como en todas las legumbres y los tubérculos la papa china contiene una importante fuente de vitaminas y minerales como es la tiamina, riboflavina, hierro, fósforo, vitamina B6, vitamina C, niacina, potasio, cobre y manganeso, con un alto grado de fibra dietética y almidón.

El propósito que lleva a realizar la elaboración y comercialización de este producto, es la constante preocupación por parte de las personas al querer consumir productos sanos, que contribuyan al cuidado de la salud, en mayor parte a la de los niños y adolescentes que son los potenciales consumidores de snacks.

2.- Valor Nutricional de la Papa China

El cultivo de este tubérculo es beneficioso desde el punto de vista económico y comercial, porque se tiene una gran demanda de parte de los mercados internacionales como Estados Unidos, Unión Europea y Centroamérica entre otros, ya que estos, han tenido conocimiento de las propiedades nutricionales y medicinales que contiene esta raíz tuberosa lo que hace de la papa china un alimento indispensable para su dieta diaria.

Cabe recalcar que la Papa China, como ya lo mencionamos anteriormente, está compuesta por un alto aporte nutricional como vitaminas, siendo una de estas, la vitamina A o Retinol, que ayuda a la prolongar la visión y prevenir la ceguera de las personas y demás enfermedades.

Las hojas de la Papa China aportan un mayor valor nutricional a la salud de los seres humanos en relación a las demás comparadas, siendo esto una ventaja para la introducción de nuestro producto en el mercado objetivo, ya que los consumidores podrán informarse de la importancia de este tubérculo y el beneficio que proporcionará a la salud de las personas.

COMPOSICIÓN	UNIDAD	CRUDO	COCINADO
HUMEDAD	Gr.	71,9	72
PROTEÍNA	Gr.	1,7	1
GRASA	Gr.	0,8	0,2
CARBOHIDRATOS	Gr.	23,8	25,7
FIBRA	Gr.	0,6	0,4
CENIZAS	Gr.	1,2	0,7
Ca.	Mg.	22	26
P.	Mg.	72	32
Fe.	mcg-meq	0,9	0,6
VITAM. A RETINOL	MG	3	
TIAMINA	MG	0,12	0,08
RIBOFLAVINA	MG	0,02	0,01
NIACINA	MG	0,6	0,4
ÁCIDO ASCÓRBICO	MG	6	
ENERGÍA	Mcal/Kg.	38085	3892

Tabla 1. Propiedades de la Papa China

3.- Derivados de la Papa China.

A través de este tubérculo podemos elaborar un sin número de productos comestibles como: cremas, purés, papa china frita, sopas, buñuelos, empanadas, papillas, etc., lo cual aporta valiosas cantidades de vitaminas y minerales en la alimentación y salud de las personas en todas sus edades.

Al ser la papa china un alimento de origen orgánico que con su aporte nutricional de vitaminas, minerales, proteínas, carbohidratos y demás bondades alimenticias, ha contribuido directamente a la salud integral de las personas; ya que hoy en día el consumo de la papa tradicional como es la serrana, que con su alto grado de utilización de productos químicos en el proceso de cultivo, ha desencadenado un preocupante problema en la salud de las personas, que no se presentan en el corto plazo, pero en el consumo a largo plazo puede ocasionar severos problemas de salud como estomacales, cancerigenos, o en órganos importantes como el hígado, y en ciertos casos puede causar la muerte.

Debido a la reciente explotación de este tubérculo en nuestro país, encontramos diferentes sectores agrícolas incentivados con el cultivo de esta raíz que se puede convertir en un gran eje fundamental de inversión para la elaboración y comercialización de un producto comestible en nuestro medio, agradable a la vista de las personas, como lo es un snack de sabor y producción artesanal en el cual se conservará la mayor parte de su valor nutricional, evitando la utilización de preservantes y químicos los cuales impedirían ser un producto de origen netamente orgánico o natural.

4.- Presentación y Relevancia

La presentación de nuestro producto será un factor imprescindible para el éxito del mismo, el cual lo daremos a conocer como un snack artesano de papa china donde se resaltará todos sus beneficios y valor nutricional, desde la materia prima como lo es el cultivo y cosecha del tubérculo hasta la etapa final de elaboración. Cabe recalcar que esta raíz sirve en la medicina natural previniendo enfermedades estomacales y ayudando en la etapa de crecimiento de los niños.

Como indicamos anteriormente la materia prima de nuestro producto se encuentra recientemente siendo explotada en nuestro país, lo que haría poco conocido el origen del snack, por tal motivo se deberá recurrir a realizar una fuerte campaña publicitaria para lograr el ingreso del mismo con éxito al mercado, posicionando nuestra marca y sabor en la mente del consumidor con el fin de acaparar a nuestros futuros clientes o consumidores potenciales de diversas edades, entre ellos los niños, jóvenes y adultos.

No se conoce que actualmente en el mercado de alimentos contemos con la presencia de competidores directos del producto, esto es una fortaleza, ya que seriamos los primeros en elaborar e introducir al mercado un snack artesanal a base de papa china, donde nuestra principal preocupación comercial serán los sustitutos del producto, tales como papitas fritas, doritos, nachos, etc., los cuales son puestos en todas la tiendas y supermercados por las importantes empresas competidoras del territorio nacional como son Inalecsa y Frito Lay.

5.- Estudio de mercado.

Debido a que no se tiene la información necesaria y nos encontramos en un mercado que aún no ha sido estudiado, la fuente primaria principal de este proyecto, estará dada por la realización de encuestas irrestrictas aleatorias a una muestra de la población guayaquileña.

Por medio de la información obtenida en las encuestas evaluaremos los resultados, los mismos que nos demostrarán si es factible invertir o no, en la producción y elaboración de este producto en el mercado.

La recolección de datos, se la realizará de manera aleatoria la cual se efectuará en diferentes puntos estratégicos de la ciudad, concurridos por la población, como son los centros comerciales, Supermercados, Mini Market, Tiendas ya que estos lugares son visitados frecuentemente por personas de todas las edades.

Nuestra empresa a fin de lograr un éxito en la comercialización de nuestros productos hará que tanto su publicidad como la calidad del producto sea reconocido para que no decaigan las ventas y están vayan en aumento. El desafío es cómo mantenerse y aprovechar esta etapa por la que atraviesa el mercado, por lo tanto los puntos básicos serán los precios y características únicas de nuestros productos.

6.- Resultados

Todos los resultados se han tomado de la investigación realizada por las encuestas, a un target específico de personas que consumen a menudo este tipo de snack.

Con respecto a la recolección de datos y a los resultados obtenidos mediante éstos, se obtuvo que la gran parte de la población guayaquileña está dispuesta a consumir un producto rico en vitaminas y proteínas que aporten a su salud con fuentes nutritivas; es por tal razón que en la elaboración del empaque se recalcarán estos beneficios para llamar la atención de los consumidores e incluir el valor nutricional de este tubérculo (papa china).

Nuestro segmento de mercado serán los niños y adolescentes, ya que son ellos los que prefieren consumir un snack como suplemento de los alimentos tradicionales o como un refrigerio, al momento de elegir consumir algo rápido.

El precio estará establecido en el rango de $0.30 - $0.50, esto se debe a que en mercado de estos tiempos el precio ya está establecido por la competencia (otros snacks), de esta manera ubicaremos a nuestro producto con un precio relativamente asequible para las personas que deseen el consumo de snack de papa china.

Para la introducción de nuestro producto en el mercado, se deberá realizar un plan de marketing con buenas estrategias para lograr que éste producto nuevo sea aceptado por las personas, según las encuestas realizadas, se concluye que las ventas se realizarán en la mayoría de tiendas, supermercados y minimarkets; ya que son los puntos estratégicos para comercializar el producto, además se repartirán muestras para que el cliente pueda degustar de éste nuevo snack y la publicidad será realizada por los medios de comunicación de mayor preferencia para los consumidores que son la Tv y periódicos.

Es importante conocer cual sería el impacto de eventuales cambios en variables de interés, como precio, cantidad producidas o Vendidas, tasa de descuento (TMAR) y la TIR como variables de salida, para ello se lleva a cabo un análisis de sensibilidad, mediante el cual se puede determinar que tan sensible es el valor actual neto (VAN) del proyecto ante posibles cambios en las variables ya mencionadas.

Sin bien es cierto existen varias variables de interés que afectan al proyecto, se ha decidido considerar a las siguientes variables como "variables de entrada" como: precio, cantidades y TMAR, y como variables salientes el VAN y la TIR para el programa.

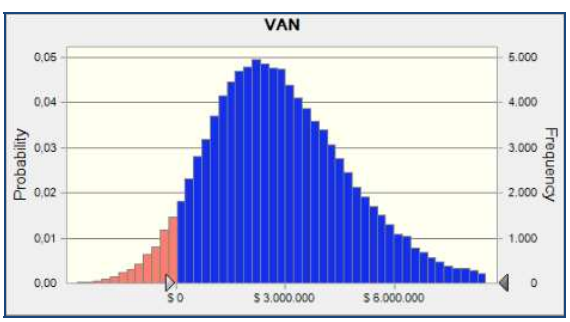

Figura 1. Análisis de Sensibilidad

Con un 95% de nivel de confianza se puede decir que el VAN estará ubicado en un rango de -$ 3.169.521 a $ 17.013.075, es decir el mínimo y máximo que se espera obtener según los datos de la simulación en Cristal Ball.

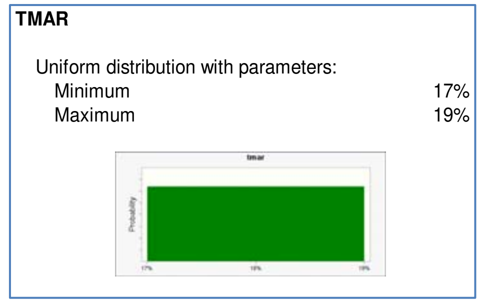

Figura 2. Tmar

La TMAR va a variar en un 1%, considerando a que en el corto plazo los accionistas esperamos un aumento o una disminución en el mismo porcentaje.

7.- Conclusiones.

Realizados los estudios pertinentes, se ha obtenido información que ayuda a determinar la factibilidad del proyecto y nos ayuda a llegar a las siguientes conclusiones:

El nivel de conocimiento de los productos elaborados y presentados como snack es un objetivo significativo, por tanto se puede decir que existe mercado para nuestro producto, por su gran aceptación a consumir un producto rico en vitaminas.

Existe un nivel de aceptación moderado del producto por parte del cliente meta, así lo demuestra la investigación de mercado realizada, en la que se observa la disponibilidad a comprar y consumir.

Pese al criterio conservador al cual se sometió el proyecto, durante su análisis financiero y económico, este resulto económicamente factible, al ser la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR) mayor que la mínima rentabilidad exigida.

8.- Referencias.

PROYECTO CORPEI. Expansión de la Oferta Exportable del Ecuador. Mayo de 2003.

YAHOO FINANCE. www.yahoo finance.com

SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos.*

Cuarta Edición. Mc Graw Hill Interamericana, Chile, 2000.

BACA URBINA, Gabriel. *Evaluación de Proyecto*s. Cuarta Edición. Mc Graw Hill, México 2001

ROBERTS PINDYCK. DANIEL L. RUBINFELD. Microeconomia – Quinta Edición. Person Educación S. A. Madrid 2001.

MICHAEL R. SOLOMON. Comportamiento del Consumidor – Tercera Edición. Prentice Hall Hispanoamericana S.A, 1997.

GLENN A. WELSCH, RONALD W. HILTON, PAUL N. GORDON, CARLOS RIVERA NOVEROLA. *Presupuesto: Planificación y Control*. Person Educación. México – 2005.

DOUGLAS R. EMERY, JHON D FINNERTY, JOHN D STONE. Fundamentos de Administración Financiera. Prentice Hall, México – 2000.

Cristal Ball.

Ing. Oscar Mendoza Macías

Director de Proyecto