PROYECTO DE DESARROLLO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y PLAN DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE UNA SEMILLA CERTIFICADA DE ARROZ DE ECUAQUÍMICA EN LAS PROVINCIAS DEL GUAYAS Y LOS RIOS

Diana Pamela Zumbana Sacoto[1], Denisse Angélica Salas Baldeón[2], Paúl Herrera[3]

[1]Economista con Mención en Gestión Empresarial Especialización Marketing 2005

[2]Economista con Mención en Gestión Empresarial Especialización Marketing 2005

[3]Director del Proyecto, Economista con Mención en Gestión Empresarial Especialización Marketing, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1999, Master en Gestión de Marketing ESPOL-ESPAE, 2001, ESTUDIANTE DOCTORAL DEL PROYECTO VLIR-ESPOL en Economía Agrícola, Universidad de GHENT, Mayo 2005. Profesor Investigador de la ESPOL desde mayo 1999.

Guayaquil – Ecuador – 2005

RESUMEN

Este proyecto se ha elaborado para que Ecuaquímica tenga una clara visión de las necesidades que tienen los agricultores, con el objetivo de poder satisfacerlas, creando mecanismos que permitan darse a conocer en el sector arrocero como proveedor de una semilla de excelente calidad.

Ecuaquímica es una empresa que esta iniciando la producción de este tipo de semillas, pero hasta el momento no es muy reconocida dentro de esta actividad por los agricultores, lo que crea la necesidad de realizar una Investigación de Mercados y Plan de Marketing para el posicionamiento de la Semilla Certificada de Arroz; el mismo que le permitirá obtener una mayor participación de mercado, posicionándose como una productora que ofrece una semilla distinta a las demás, debido a su mejor calidad y alto porcentaje de germinación.

A través de este estudio del mercado y plan de marketing, se logrará integrar el proceso productivo con las necesidades del cliente, cuyo objetivo final es que el producto esté presente como primera opción en la mente del consumidor (agricultores), demostrando así que el mismo se ajusta a sus exigencias.

SUMMARY

This project has been created for Ecuaquímica to has a clear vision of the actual needs of the local agricultural sector, with the aim of satisfy them through the development of new mechanisms that may be acknowledged by rice producers, and make this company be known as an excellent quality seed supplier.

Being Ecuaquimíca a company which is recently going though the production of this kind of seed, and still not recognized by the farmers in this activity, it is strongly necessary to prepare a complete Market Investigation and a Plan to position the Certified Seed of Rice. Thus, the company may capture a significant portion of the market and be recognized as a producer that offers a different seed from the rest, obviously with higher-quality and with many other characteristics, such as size uniformity, higher germination percentage and free of toxic overgrowths.

To conclude, the market study and the creation of a marketing plan will be the main tools to integrate the production and the farmers needs in order to them, and will make this new product to be present as the first choice inside the consumers minds, demonstrating through this way, that it will perfectly adjust to their exigencies.

INTRODUCCIÓN

Dentro de la actividad agrícola de nuestro país, el sector arrocero ha crecido enormemente. Hasta el año 2002 se registró una superficie sembrada de 340.000 hectáreas (III Censo Nacional Agropecuario 2002) , lo que lo constituye como uno de los países con mayor superficie sembrada de arroz dentro de la comunidad Andina. Esto, es un gran indicador de que el Ecuador tiene la capacidad de producir un arroz de buena calidad, mediante un mejoramiento continuo que se debe implementar.

Ecuaquímica decidió aprovechar la oportunidad de ofrecer una semilla que le permita al agricultor obtener una cosecha de arroz que supere la calidad y rendimiento anteriormente alcanzada.

El rendimiento actual de las semillas de arroz que se ofrecen en el mercado es mínimo, ya que cosechan de 84 a 105 qq./ha., cuando lo óptimo seria de 160 a 189 qq./ha., esto se lo verifica a través de un índice de rendimiento: número de quintales producidos sobre número de hectáreas sembradas (No. qq. / has.).

La semilla de arroz que ofrece Ecuaquímica es una semilla certificada, lo que implica que la misma tiene un proceso técnico y continuo de supervisión y verificación oficial. Lo que implica que la semilla presenta uniformidad de tamaño, pureza varietal y libre de malezas nocivas.

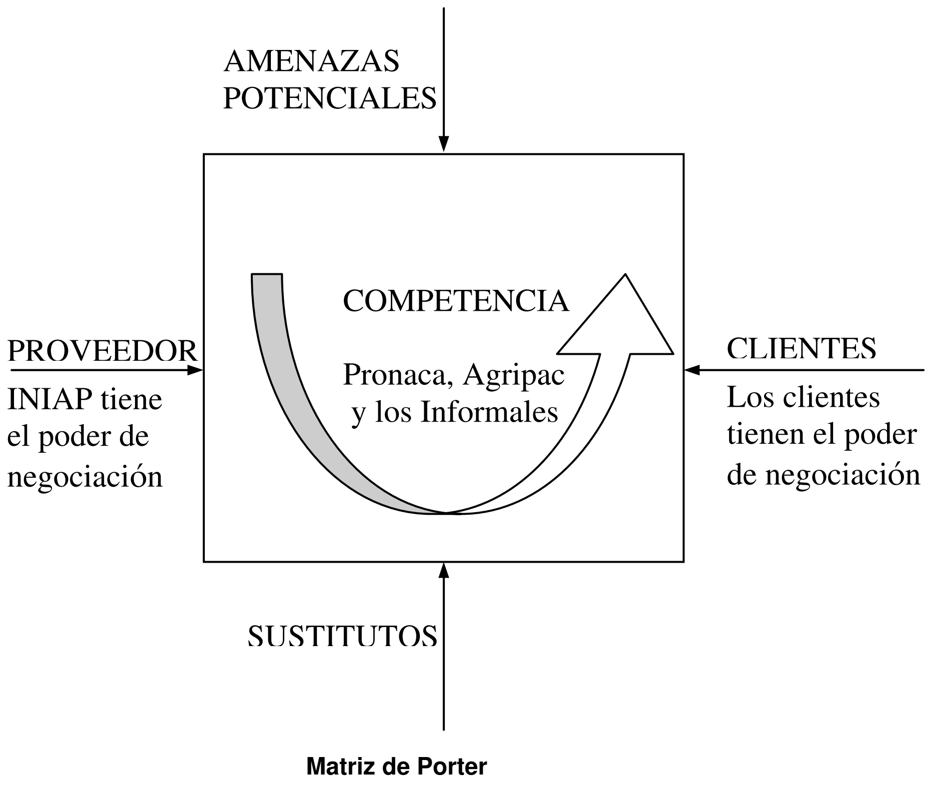
CONTENIDO

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Ecuaquímica en la búsqueda de las mejores soluciones para el productor agrícola ecuatoriano, cuenta con el prestigio de la más moderna ingeniería internacional de proveedores. En más de 30 años de vida institucional, la estructura inicial de asesores se ha ampliado a un cuerpo profesional de cerca de 50 Ingenieros Agrónomos y 60 Promotores-Desarrollistas, que viven en su zona de trabajo, lo que les permite tener un mejor conocimiento de las particularidades del lugar y brindar adecuadamente asesoramiento técnico para que los agricultores alcancen mayores resultados en sus cultivos.

Por medio de la Matriz de Porter se identifican cinco fuerzas que determinan que tan atractivo es a largo plazo un mercado en cuanto a su rentabilidad: Competidores dentro de la industria, amenazas potenciales, sustitutos, compradores. Esta matriz se muestra continuación:

FIGURA 1



Matriz de Porter

De acuerdo a la Matriz de Porter (Cinco fuerzas), se puede concluir que la empresa si tiene una fuerte competencia, sin embargo Ecuaquímica ofrece un producto de mayor rendimiento en la producción de arroz. Hasta el momento es el agricultor quien tiene el poder de negociación, él toma la decisión de comprar la semilla de arroz a Ecuaquímica. En el caso del proveedor, INIAP tiene el poder de negociación, debido a que es el único que provee de semilla registrada a todas las empresas que se dedican a esta labor. Con respecto a las amenazas potenciales se puede considerar como un mercado atractivo según la altura de sus barreras para el ingreso y salida del mismo, siendo estas altas y bajas respectivamente dando como resultados rendimientos altos y estables pero a pesar de ser un mercado atractivo, para ingresar se necesita de una fuerte inversión, además de cumplir con algunas disposiciones legales y sanitarias, dado que se trata de un producto que es materia prima para la producción de arroz. No existe sustitutos de semilla para la producción de arroz..

INVESTIGACIÓN Y ESTUDIO DE MERCADO

La elaboración de esta investigación de mercados se debe a la necesidad de analizar los principales problemas que tiene Ecuaquímica dentro de su División Agro, específicamente en la subdivisión Semillas (Arroz), los cuales son: la falta de conocimiento por parte de los agricultores del producto, los beneficios que éste genera, y la deslealtad de los clientes hacia la compra de esta semilla.

El objetivo general es identificar cuales serían los medios necesarios para dar a conocer el producto al cliente meta, originando una recordación de marca y además evaluando lo que se ha realizado, lo que se debe cambiar y lo que se debe implantar; para de esta manera crear una imagen representativa para Ecuaquímica.

La metodología de la investigación que dirige las fases de recolección y análisis de datos de este proyecto se denomina investigación descriptiva, basada en formular preguntas a los encuestados y la disponibilidad de fuentes de datos secundarios.

La investigación de mercados se realizó en los cantones: Daule, Salitre, Pedro Carbo, Balzar, El Triunfo, Babahoyo, Santa Lucía y Quevedo, en un período de tiempo comprendido entre el 10 de Agosto y el 27 de Septiembre del año 2004.

Para la tabulación de las encuestas formuladas a los agricultores arroceros se hizo uso del programa estadístico SPSS. A través de este programa se realizó análisis confiables, los cuales permitieron obtener la información necesaria para determinar las estrategias más adecuadas que conforman el Plan de Marketing.

PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN DE LA SEMILLA CERTIFICADA DE ARROZ DE ECUAQUÍMICA

SEGMENTACIÓN

Es recomendable que la empresa segmente su mercado, de tal forma que divida a sus clientes, agrupándolos de acuerdo a las características que tengan en común, logrando así formular y aplicar estrategias para cada segmento o sólo enfocarse en el segmento que le sea más rentable.

En este caso lo conforman los agricultores arroceros de los cantones Daule y Babahoyo, que tienen más de 10 años dedicados al cultivo de arroz y que además destinan la mayor parte de su producción a la comercialización, conforman el segmento más rentable. Este análisis se puede apreciar en la tablas a continuación:

Haciendo uso del programa estadístico SPSS, se combinó las variables “zona de cultivo” y “destino de la cosecha”, y por medio de un análisis de varianza se puede obtener la media de comercialización de la cosecha que destinan los agricultores en cada cantón, siendo gran parte de la misma destinada a la venta; concluyendo que los agricultores deben producir un arroz de buena calidad para poderlo ofrecer al mercado. Esto se lo puede apreciar en la TABLA I.

TABLA I
ZONA DONDE SE ENCUENTRA EL CULTIVO (CANTONES)
CON EL DESTINO DEL ARROZ QUE COSECHA

Porcentaje destinado a comercialización por Cantones

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Daule	185	0.97	0.06	0.00	0.97	0.98	0.75	1
Salitre	49	0.99	0.03	0.00	0.98	1.00	0.85	1
Balzar	16	0.99	0.00	0.00	0.99	0.99	0.99	0.99
Pedro Carbo	17	0.87	0.19	0.05	0.77	0.97	0.5	1
Babahoyo	50	0.97	0.05	0.01	0.96	0.98	0.75	1
Sta. Lucia	26	0.98	0.04	0.01	0.97	1.00	0.9	1
Quevedo	37	0.94	0.06	0.01	0.92	0.96	0.8	1
Total	380	0.97	0.07	0.00	0.96	0.98	0.5	1

NOMBRE DE LA MARCA

El nombre que posee actualmente la marca denota exactamente los atributos y beneficios que tiene el producto (semilla certificada de arroz de Ecuaquímica). De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de mercados, el nombre es muy bien aceptado y entendido por parte de los agricultores arroceros, ya que la mayoría de las respuestas coinciden en que el nombre indica que es un producto de buena calidad. En la TABLA II se pueden observar los resultados obtenidos.

TABLA II

SIGNIFICADO QUE TIENE PARA LOS AGRICULTORES EL NOMBRE DE SEMILLA SUPREMA

Significado de Semilla Suprema

	Frecuencia	**Porcentaje**
Superior a otras	114	30,00%
Buen rendimiento	126	33,16%
Excelente calidad	132	34,74%
No contesta	8	2,10%
Total	380	100%

ESLOGAN DEL PRODUCTO

El eslogan de la semilla certificada de arroz de Ecuaquímica es “Pura Pepa” y tiene el mismo efecto del nombre de la marca, ya que los agricultores de arroz lo consideran como un buen eslogan que indica que el producto es puro y con alto rendimiento. En la Tabla III se muestran los resultados.

TABLA III

SIGNIFICADO QUE TIENE PARA LOS AGRICULTORES EL ESLOGAN DE PURA PEPA

Significado de Pura Pepa

	Frecuencia	**Porcentaje**
Pureza	176	46,32%
Clasificada	160	42,10%
Buen rendimiento	44	11,58%
Total	380	100%

ESTUDIO FINANCIERO DEL PLAN DE MARKETING PROPUESTO

En el flujo incremental se considera dos flujos de caja, el primero corresponde a los flujos de efectivo que se presentarían si no se pone en práctica el plan de marketing propuesto en este proyecto y el segundo es el flujo de caja tomando en cuenta que se pone en marcha este proyecto. El objetivo es obtener un flujo de caja incremental, en el cual se puede apreciar la diferencia que existe entre los dos flujos mencionados, comprobando de que es conveniente para la empresa considerar un cambio en la misma, siguiendo el plan de marketing que se propone.

TABLA IV
FLUJO DE CAJA ESTIMADO SIN PROYECTO

0	1	2	3	4	5	6	7	8
-$ 149,034.00	$ 62,211.79	-$ 90,987.27	-$ 93,221.34	-$ 96,530.62	-$ 101,298.31	-$ 108,008.62	-$ 117,269.97	-$ 129,843.29

TABLA V
FLUJO DE CAJA ESTIMADO CON PROYECTO

0	1	2	3	4	5	6	7	8
-$ 76,751.73	$ 55,992.34	-$ 12,731.35	-$ 1,005.85	$ 15,472.33	$ 30,313.30	$ 5,566.93	$ 37,569.84	$ 72,391.69

TABLA VI
FLUJO INCREMENTAL

0	1	2	3	4	5	6	7	8
$ 72,282.27	-$ 6,219.45	$ 78,255.92	$ 92,215.50	$ 112,002.95	$ 131,611.62	$ 113,575.54	$ 154,839.81	$ 202,234.98

Para determinar si un proyecto es viable, se tienen que descontar los flujos futuros, sean estos positivos o negativos, para así obtener el valor actual neto del proyecto, que en este caso es de $34,341.54, considerando una tasa del 12%. Esto permite concluir que el proyecto es viable y puede ser emprendido.
La tasa interna de retorno es la tasa máxima que los inversionistas pueden esperar como retorno para este proyecto. La TIR del proyecto es del 24%. Al ser esta tasa mayor a la requerida por los inversionistas (12%) se afirma que el proyecto cubre con el beneficio esperado por ellos, indicando que el proyecto es rentable.

CONCLUSIONES

- En los últimos años la superficie sembrada de arroz se ha incrementado a 340.000 hectáreas (III Censo Nacional Agropecuario 2002), esto es un indicador de que el Ecuador tiene la capacidad de producir arroz de buena calidad.
- Aquellos agricultores que ya tienen más de 10 años dedicados al cultivo de arroz, prefieren utilizar una semilla de arroz que sea de buena calidad para su cultivo.
- Dado que la semilla de arroz es un producto considerado materia prima para el proceso de producción de arroz, no genera un cierto nivel de estatus el adquirirlo; motivo por el cual no debe tener un precio tan elevado, a pesar de su buena calidad.
- Existe falta de conocimiento por parte de los agricultores arroceros en cuanto a los beneficios que obtendrían al utilizar en su cultivo la semilla que ofrece la empresa.
- Aquellos agricultores que saben de la existencia de la semilla, no creen en los beneficios que brinda la misma.
- El comportamiento de los agricultores arroceros difiere de acuerdo a la zona en la que se encuentran, por lo que la empresa debe segmentar su mercado.
- Si la empresa segmenta su mercado, estaría compuesto por un mercado potencial que demandaría aproximadamente 22,000 fundas de semilla Suprema de 45 Kg.; para lo cual se espera abastecerlo en un plazo de 8 años.
- El proyecto resulta económicamente factible ponerlo en marcha, ya que brinda una TIR del 24% y un VAN de $34,341.54.
- Si la empresa no toma en cuenta este proyecto a futuro le generará pérdidas, dado que su flujo de caja sólo contiene flujos negativos, lo cual obviamente no es rentable para la misma.

BIBLIOGRAFÍA

- Luis Eduardo Páez S., 2001
  "Estudio de Mercado y Participación de Ecuaquímica en la comercialización de semillas para el cultivo de arroz en el Ecuador".
  Ecuaquímica

- Philip Kotler – Gary Armstrong, 1996
  "Mercadotecnia"
  Editorial Prentice Hall.

- Philip Kotler, 2000
  "Dirección de Marketing"
  Editorial Prentice Hall.

- Carlos E. Méndez A., 1995
  "Metodología"
  Editorial Mc. Graw Hill.

- Kevin Lane Keller, 2003
  "Strategic Brand Management"
  Editorial Prentice Hall.
- Revista "El Agro"
  Edición 93 Febrero 2004

- Leland T. Blank – Anthony J. Tarquin
  "Ingeniería Económica"
  Editorial Mc. Graw Hill.

- J. Thomas Russell - W. Ronald Lane, 2001

"Kleppner Publicidad"
Editorial Prentice Hall.

- Proyecto SICA (Sistema de Información y Censo Agropecuario), diciembre 2004, www.sica.gov.ec

- Corporación de Promoción de Exportadores e Inversiones (CORPEI), diciembre 2004, Proyectos Agrícolas,www.corpei.org

- Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), octubre 2004, Censo Agropecuario, www.inec.gov.ec