PROYECTO DE INVERSION SOBRE LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DEL VINAGRE DE GUINEO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Mercedes Cecilia Cherrez Murillo[1], Shirley Alexandra López Potes[2], Alvaro Leopoldo Moreno Ramírez[3].

[1] Economista con Mención en Gestión empresarial con especialización Finanzas 2005; email: mcherrez@hotmail.com

[2] Economista con Mención en Gestión Empresarial con especialización Marketing 2005; email: shirley4ever9@hotmail.com.

[3] Director del Proyecto. Economista con Mención en Gestión Empresarial especialización Finanzas 2001, Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyecto en Santiago - Chile, Universidad Católica de Chile 2003, profesor de ESPOL desde 2002 .

RESUMEN.

El Ecuador es el líder en el ámbito internacional bananero ya que no solo es el primer exportador de esta fruta desde 1952 sino también el segundo productor en el mundo. El propósito de este proyecto es el aprovechamiento de la abundante producción del banano dándole un uso alternativo y un valor agregado a esta fruta mediante la elaboración del vinagre de guineo ofreciendo al consumidor un producto de calidad.

El vinagre de guineo tiene su origen en la provincia de Manabí, donde dicho producto es muy comercial y tradicional para el consumo de sus habitantes. El vinagre de guineo es utilizado en las comidas para darle un sabor diferente, en encurtidos y en el ají como un buen preservante.

El vinagre de guineo es un producto que se obtiene luego de dos etapas de fermentación, alcohólica y acética. Este vinagre es 100% natural tiene un valor nutritivo tal como potasio, hierro y sales minerales, no contiene sal, ni grasa, tiene cero calorías ayudando a prevenir enfermedades. Entre las principales características que ofrece esta nueva variedad

de vinagre es ser un producto diferente que realce el sabor de las comidas y además brinda al consumidor propiedades nutritivas.

SUMMARY

The Ecuador is the leader in the banana international environment since it's the first exporter of this fruit from 1952, but also the second producer in the world. The purpose of this project is the advantage of the abundant production of the banana tree giving it an alternative use and a value added to this fruit by means of the elaboration of the guineo vinegar offering the consumer a product of quality.

The guineo vinegar has its origin in the county of Manabí, where this product is very commercial and traditional for the consumption of its inhabitants. The guineo vinegar is used in the foods to give him a different taste, in pickles and in the pepper like a good preserver.

The guineo vinegar is a product that is obtained after two stages of fermentation, alcoholic and acetic. This vinegar is 100% natural, it has a nutritious value just like potassium, iron and mineral salts; it doesn't contain salt, neither fat. It has zero calories helping to prevent illnesses. One of the main characteristic that offers this new variety of vinegar is to be a different product that enhances the taste of the foods and it also offers to the consumer nutritious properties.

INTRODUCCION.

En el Ecuador existen numerosas zonas agrícolas en las cuales se cultivan una amplia gama de frutas siendo la principal la producción de banano. Nuestro país goza de condiciones climáticas excepcionales, las que junto a la riqueza del suelo han permitido que el país se convierta en un productor de excelente calidad. Existe disponibilidad del banano todo el año por lo que siempre se puede conseguir los mejores precios convirtiéndose esto en una ventaja comparativa.

Los cultivos de banano han generado un exceso de la oferta, provocando que parte de la producción de la fruta no sea utilizada, transformándose en desecho.

Es por esto que en este proyecto hemos pensado en darle un uso alternativo al guineo mediante la posibilidad de industrializar la fruta y elaborar un vinagre de buena calidad, con un gran valor nutricional garantizando un beneficio para la salud.

Podemos decir que el guineo mantiene vitaminas tales como A, B, C, E, calcio, magnesio, potasio, silicio, fósforo, azufre, hierro y sodio. También se recomienda para prevenir la debilidad general, anemia, formación de hematomas, tumores, coágulos, enfermedades del estómago, reumatismo, estreñimiento, cálculos, hepatitis y hemorroides. Todas estas propiedades podrán ser ofrecidas por el Vinagre de Guineo que se producirá.

CONTENIDO

Origen.

La palabra vinagre se deriva del francés "Vin" que significa vino y la palabra "aigre" que significa agrio. El vinagre fue hecho primero de vino, tal como lo indica su nombre desde épocas remotas. En Francia, en el siglo XVI, el vinagre se hacía de uvas para el consumo hogareño y para la exportación. No se sabe con certeza cuándo comenzó a producirse en América, en verdad debió aparecer desde muy temprano como un producto del hogar. En los Estados Unidos, el jugo de manzana se usa ampliamente para este fin. Sin embargo, puede obtenerse de igual calidad de muchas frutas y vegetales.

Usos y Beneficios.

El vinagre puede ser usado en muchas formas:

- Resaltador del sabor.
- Ablandador de carnes.
- Preservante natural de alimentos.

- Como un agente antibacterial

Entre sus beneficios se encuentra que:

- No contiene sal.
- No contiene grasa.
- Tiene cero calorías.
- Eficaz desintoxicante y útil agente para purificar la sangre.
- Alivia dolores producidos por la artritis y osteoporosis.
- Ayuda a un adecuado balance del peso corporal
- Estabiliza los niveles de azúcar en la sangre.

Descripción del Producto y Proceso.

El vinagre de guineo tiene su origen en la provincia de Manabí, donde dicho producto es muy tradicional entre sus habitantes, La elaboración del vinagre en esta provincia es de forma rústica y sencilla. Se lo hace de la siguiente manera: se escogen los mejores guineos y se los pone a madurar por alrededor de una semana luego estos son pelados y depositados en un tanque plástico y tapados. Después de dos meses estos ya están fermentados y se obtiene el vinagre.

Figura 1.1

Elaboración del Vinagre de Guineo en la provincia de Manabí.

Fuente: Mercado Central de Portoviejo

De acuerdo a lo observado en nuestra investigación nos dimos cuenta que la forma de elaborarlo no cumplía con la respectivas normas de higiene para poder ser consumido. Lo que se busca en este proyecto es elaborar este vinagre de una manera más procesada y cumplimiento las respectivas normas de calidad.

El vinagre de guineo es un producto que se obtiene luego de dos etapas de fermentación. La primera etapa consiste en una fermentación alcohólica, en donde el azúcar es transformada en alcohol en ausencia de oxígeno (sin aire); en la segunda etapa ocurre una fermentación acético en que el alcohol es oxidado y transformado a ácido acético en presencia de oxígeno (con aire). El vinagre para consumo humano como alimento debe tener como máximo de 5% de acidez acética, lamentablemente la producción de vinagre se ha visto afectada por el uso indiscriminado del ácido acético sintético, insumos que por su menor precio abarata el costo de producción del vinagre y además contiene residuos que se consideran dañinos para la salud a largo plazo, es por esto que debe existir un control para que el vinagre que se comercializa cumpla con esta norma.

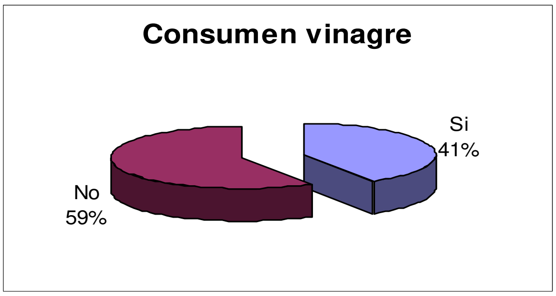
El único vinagre aceptado para uso de la industria alimenticia tal como lo especifica la normativa del CODEX ALIMENTARIUS (CODEX STAN 162-1987) es aquel producido a partir de productos idóneos que contengan almidón o Azúcares que se sometan al proceso de doble fermentación, la alcohólica y acética.

Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado se realizó una encuesta donde se tomó una muestra de 384 personas, la cual se efectuó en diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, las personas encuestadas fueron familias con hijos, donde se tomó en cuenta la participación de las amas de casa o la persona que hace las compras. Se realizó a familias de estratos medio y medio alto.

El total de familias que consumen vinagre en la ciudad de guayaquil es el 41%.

Figura 1.2



Fuente: Encuesta
Elaboración: Las Autoras

También se encontró que las razones por las cuales no se consume vinagre son las siguientes: Un 24% no conoce beneficios, el 22% no conoce sus usos, el 21% de las personas no lo habían probado, un 17% no le parece necesario y un 16% no ha escuchado publicidad.

De entre las personas que consumen un 43% respondió que la principal razón es porque le da un sabor diferente a la comida pero un bajo porcentaje respondió que conoce sus usos y beneficios 10% y 11% respectivamente.

De acuerdo a los datos tabulados la variedad de vinagre que mas usan las personas es el Vinagre blanco ya que un 53% (de los que consumen Vinagre) respondió que consumían esta variedad esto se debe a que el vinagre blanco es el mas comúnmente utilizado, seguido de un 12% que respondió el de especies y de ajo, un 8% el de vino, 6% el de manzana y un 4% el vinagre de frutas.

La principal marca reconocida por los consumidores fue Gustadina con un 20% seguida por Snob con un 14% lo cual se puede atribuir a que estas dos empresas poseen un gama de productos como mermeladas y salsa las cuales pueden ya ser de preferencia de las personas. Podemos destacar que un porcentaje del 7% no recordaba la marca que habían adquirido.

La demanda de consumo es relativamente baja, mas hay que notar que un 40% la consume una vez al mes, un 34% cada tres meses y un 26% cada seis meses.

Al preguntarles si conocían que un vinagre hecho de frutas tiene vitaminas y no contiene grasa un 76% respondieron no saber, lo cual nos confirma la falta de información que se tiene en cuanto al vinagre.

A los encuestados se les presentó el Vinagre de Guineo, ellos pudieron degustarlo, olerlo, ver su presentación y al final un alto porcentaje de los encuestados el 88% respondió que sí comprarían esta nueva variedad. Aunque un 12% respondió lo contrario, a ellos se les preguntó las razones del porque no lo comprarían y nos contestaron que el olor les pareció un poco fuerte y además no estaban acostumbrados a ese sabor.

El sitio preferido para adquirir el vinagre es el supermercado, ya que no es muy solicitado en las tiendas y mercados. Existe un nicho de mercado por medio de las tiendas naturistas.

De acuerdo a lo anterior se realizó el respectivo análisis de la demanda lo cual nos dio que nuestro mercado meta para la realización del proyecto nos enfocaremos a las familias con hijos y familias adultas, de clase social media, media alta y que requieran un excelente sabor en sus comidas y propiedades saludables en ellas, que vivan en la ciudad de Guayaquil o sus alrededores lo que corresponden a 20.090 familias con un promedio mensual de consumo de 8.000 botellas.

La marca de nuestro producto es LA CASTELLANA, el cual nos ayudará a posicionarnos para crear otra variedad de vinagre u otro producto; y el nombre de nuestro producto es VINAGRE DE GUINEO, que permitirá identificar los beneficios de salud y nutrición de nuestro vinagre, facilitar su identificación y memorización de los otros vinagres además para que los consumidores conozcan a primera vista de que esta elaborado, El slogan será:

¡SABOR CON UN TOQUE ESPECIAL Y NUTRITIVO!

Figura 1.3

Etiqueta del Vinagre de Guineo

Fuente: Las Autoras.

La presentación de las botellas será de 500 cm^{3}, el envase del vinagre será en botellas PET el cual es un material de alta calidad caracterizado por su gran ligereza y resistencia mecánica a la compresión y a las caídas, alto grado de transparencia y brillo, conserva el sabor y aroma de los alimentos.

El precio al cual se lo expenderá es el siguiente:

Precio al SUPERMERCADOS	0,75
Precio al TIENDAS	0,80
PVP sugerido	0,95-0.98

El vinagre va a ser comercializado en Supermercados, tiendas y locales naturistas.

Estudio Financiero.

La inversión total del proyecto es de $ 33.865, del cual los mayores rubros son representados por los activos fijos y el capital de los accionistas.

El financiamiento para poner en marcha nuestro proyecto se hará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional por un valor de $ 12.000 al 9% por un periodo de 3 años.

El otro fondo para financiar al capital, el patrimonio, se debe a la inversión entre 2 socios por un monto de $ 21.865. Dado esto se tiene que el porcentaje de distribución de las utilidades será de 50%-50% entre los 2 accionistas.

En el siguiente cuadro se resume lo anterior.

Tabla I

Resumen de inversiones

	Valor (dólares)	**Participación (%)**
Efectivo	10.261	30%
Inventarios	1.746	5%
Activos fijos	16.335	48%
Activos diferidos	55.23,42	16%
Total	**$ 33.865**	100%
Préstamos	12.000	35%
Capital de los Accionistas	21.865	65%
Total	**$ 33.865**	100%

Elaboración: Las Autoras

Proyecto sin financiamiento

El proyecto tiene una tasa interna de retorno de 52% lo cual es mayor a la tasa de descuento o costo de capital de 17% y un Valor Actual Neto de $39.284 lo que hace al proyecto realizable.

Proyecto con financiamiento

El Proyecto tiene una tasa interna de retorno de 64% lo cual es mayor a nuestra tasa de descuento o costo de capital de 15% y un Valor Actual Neto de $44.817 lo que hace al proyecto factible.

El periodo de recuperación de la Inversión es 2 años y medio.

El punto de equilibrio se da cuando se producen 68.624 botellas anuales es decir 5.719 botellas mensuales, lo que nos da un ingreso de $67.974.

Además el proyecto soporta una disminución del 20% de las ventas, 62% de los costos de ventas y un 60% de los gastos operativos.

CONCLUSIONES.

- El proyecto es viable pues se obtuvo una tasa interna de retorno de 64 % calculado para un periodo de 5 años y un valor actual neto de $44.817.
- La fruta con la que se va a elaborar el vinagre no es estacional es decir siempre se va a conseguir; además lo que se busca es el aprovechamiento del banano dándole un valor agregado para la elaboración de productos derivados de esta fruta.
- Durante el primer año se llegará a usar el 100% de la capacidad instalada ya que su producción al finalizar el año será de 8000 botellas de las cuales el 95% será destinado para la venta y un 5% por políticas de la empresa se empleará para promocionar el producto.
- Las maquinarias utilizadas en el proceso de elaboración de Vinagre de Guineo no van a causar ningún daño al medio ambiente.

REFERENCIAS.

Proyecto de Grado.

1. M Cherrez, S. López, " Elaboración y Comercialización del Vinagre de Guineo en la ciudad de Guayaquil" (Proyecto, Instituto de Ciencias Humanística y Economista, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2005).

Libro.

2. D. Colquichagua, Intermediate Technology Development Group ITDG, (Segunda. Edición, Lima- Peru ,2002).

Libro.

3. N. Sapag Chain y R. Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos (Cuarta Edición, Bogotá – Colombia, Mc Graw – Hill 2000), pp 223-265

Volúmenes de una colección.

4. Curso Práctico de Mercadotecnia, Volumen 2 y 8 (Segunda Edición, México, McGraw-Hill Grupo Editorial Norma, 1998).