Producción y Comercialización de Mermelada de Flores Orgánicas Comestibles en Guayaquil

Viviana Cárdenas Arias, Sonia Miguez Castillo, Elita Ramírez Obando.
Facultad De Economía Y Negocios
Escuela Superior Politécnica Del Litoral
eliramir@espol.edu.ec
Constantino Tobalina Nito
Magíster En Administración de Empresas, Magíster En Finanzas
ctobalin@espol.edu.ec

Resumen

En el presente proyecto se investigaron las distintas tendencias alimenticias a nivel mundial, desde nuestros ancestros hasta la actualidad, con ideas innovadoras que potencializan el valor nutricional y que lleven a la protección del medio ambiente.

Nos referimos a una nueva tendencia, como es la producción y consumo de alimentos a base flores orgánicas, que se han desarrollado con la finalidad de encontrar una alternativa alimenticia más saludable que mantenga y satisfaga las necesidades de utilizar recursos naturales libres de productos químicos implementados en la agricultura, que contaminan el medio ambiente, y generan reacciones nocivas a la salud.

Siendo nuestro país eminentemente agrícola, con grandes extensiones de tierra y clima adecuado para el cultivo; factor principal para desarrollar la explotación agrícola de flores orgánicas que permitan a inversionistas e interesados la ejecución del proyecto de producción y comercialización de mermelada de flores en Guayaquil.

Es importante mencionar que la producción de mermelada de flores orgánicas, proporciona al sector productor una nueva alternativa de inversión; y, al consumidor una nueva tendencia alimenticia sana y de calidad.

Palabras Claves: *Incluya aquí las palabras claves que tienen relación con el contenido o enfoque de su artículo.*

Abstract

In this project investigated various global food trends, from our ancestors to the present, with innovative ideas that potentiates the nutritional value and leading to environmental protection.

This is a new trend, as is the production and consumption of food-based organic flowers, which have been developed with the goal of finding an alternative food to keep healthy and meet the needs of natural resource use free of chemicals implemented farming, which pollutes the environment and generate harmful to health.

Since our eminently agricultural country, with large tracts of land and climate suitable for cultivation, the main factor for developing organic farming of flowers that will enable investors and stakeholders implementing the project of production and marketing of flowers in jam Guayaquil.

It is important to mention that the production of flowers, organic jam, and the production sector provides a new alternative investment, and a new consumer trend for healthy and quality food.

Keywords: *flowers, health and organic.*

1. Introducción

Ecuador un país eminentemente agrícola con grandes extensiones de floricultura especialmente en la Regiones Sierra y Oriente, posee una gran variedad de especies; algunas explotadas técnicamente y otras silvestres para uso ornamental, con escasa explotación orgánica de floricultura que aporta a la nutrición y salud humana, tales como las especies de flores aromáticas que se utilizan en infusiones curativas.

Nuestra idea es aportar a la alimentación saludable de los habitantes, explotando la floricultura orgánica como elementos comestibles habituales en las familias, considerando la riqueza de nuestro suelo y su clima que proporcionan una variedad de flores en todas las épocas del año; con cualidades nutricionales que aun no han sido incorporadas en recetas de nuestra sociedad.

De esta variedad de flores debemos recalcar que algunas no requieren mayor inversión en su explotación orgánica; puesto que, muchas familias poseen variedades en huertos y jardines domésticos; no obstante hay que tomar en cuenta que las flores destinadas para la alimentación deben estar libres de pesticidas y demás productos químicos que alteran la composición y los nutrientes de los mismos. Generando de esta manera un alcance económico en nutrición.

La tecnificación de la floricultura orgánica en nuestro país potencialmente agrícola se convertiría en una fuente de ingresos económicos y empleo a nuestra sociedad, considerando que lo procesos de producción agrícola orgánicos están libres de pesticidas y productos químicos, y su higiene requeriría mayor uso de la mano del hombre; por otro lado generaría a quienes se dediquen a esta actividad ingresos económicos a corto plazo, por la originalidad e iniciativa de inserción en el mercado local debido a las tendencias que influyen en nuestra sociedad los países norteamericanos, europeos y asiáticos donde actualmente este producto es vendido en tiendas naturistas, de abarrotes, gourmets y supermercados.

2. Antecedentes

De acuerdo a un artículo publicado en Internet llamado Productos Provenientes de Cultivos Orgánicos en el Ecuador presentado por la CORPEI, en el país se están desarrollando desde varios años cultivos orgánicos en tierras libres de usos químicos y que pertenecen a unos 6000 productores individuales, entre empresas y pequeños productores asociados.

La mayoría de esa producción es destinada a la exportación a Europa, Estados Unidos y Japón, debido a que ofrecen mejores precios y porque el mercado interno en esos países es reducido.

Las condiciones naturales de las que goza nuestro país tanto climáticas como la diversidad de los suelos, permiten la producción de un conjunto muy diverso de cultivos de flores de todo tipo, el cual es muy bien aprovechado por los floricultores de las diferentes regiones.

Las flores orgánicas comestibles es un tema que los floricultores no la han explotado para la elaboración de productos que son para el consumo humano, las diferentes opciones que podemos aprovechar de ellas y los beneficios nutritivos que podemos obtener. No se puede negar el beneficio nutricional que aportará a los habitantes que lleguen a consumir el producto.

Nuestro proyecto se centra en las flores de violeta y las rosas para elaborar las mermeladas de flores orgánicas comestibles y dar a conocer que no solo las flores gustan por su fragancia, si no también por su sabor y nutrientes. Además porque son estas las mas indicadas para realzar el sabor de la mermelada, por el olor que las caracteriza.

3. Producto y Mercado

3.1. Visión General

Investigación y desarrollo técnico para la elaboración de mermeladas: Se realizarán estudios posteriores a medida que la demanda de nuestro producto aumente, con la finalidad de encontrar métodos que nos ayuden a mejorar la eficiencia en la producción.

Gestión, actualización y emprendimiento de nuevos métodos de explotación de flores orgánicas: Desarrollar nuevas líneas de productos.

3.2. Cliente

- Habitante que estén dispuestos a degustar de una gama diferente de sabores.
- Personas que estén de acuerdo con implementar un nuevo de estilo de alimentación nutricional.
- Comunidades que estén llevando a cabo la re-estructuración de sembríos y abonos orgánicos para protección del medio ambiente y de la salud.

3.3. El Mercado Potencial

- **Localización:** Sectores de la clase social media alta y alta de la ciudad de Guayaquil.
- **Sexo:** Masculino y Femenino.
- **Edad:** Rango entre 22 y 54 años.
- **Actividad:** Estudiantes, profesiones y amas de casa.
- **Interés:** Probar experiencias diferentes al alimentarse, y compartir con la familia y amigos, con productos de buna calidad.

4. Investigación de Mercado

La investigación de mercado realizada permite concluir lo siguiente:

De las 100 personas encuestadas en 77% manifestó no conocer que las flores podrían ser de consumo humano, y el 88% desconocía de sus propiedades nutritivas.

Los mayores consumidores de mermelada se encuentran en un rango de 22 a 32 años. La distribución muestral refleja que el 82% de la población consume mermelada en Guayaquil, con una frecuencia de una unidad mensual. Demostrando que forma parte de la vida cotidiana de las familias.

Los consumidores prefieren adquirir el producto en envases de vidrio, resaltando el sabor y la cualidad como principales características al momento de adquirirlo.

Las tendencias y preferencias de los consumidores hacia las mermeladas nos demuestran que aunque existe falta de información sobre las propiedades nutricionales de las flores, despierta mucha expectativa, debido que hasta ahora en nuestro país las flores han sido únicamente artículos decorativos, observando una motivación de conocer que sabor tendrían.

5. Competitividad

La mermelada de flores por ser un producto nuevo en el mercado no tendrá en un inicio competencia directa.

Con el estudio de mercado realizado y tomando en cuenta la opinión de los futuros consumidores, llegamos a la conclusión de que tiene expectativas muy buenas sobre la mermelada de flores; y al momento de lanzar el producto al mercado la competencia estará pendiente de la aceptación de los consumidores, lo que generaría la aparición de la competencia directa.

6. Plan de Marketing

6.1. Estrategia de Penetración en el Mercado

Durantes los primeros años y especialmente el primer año, realizaremos un importante esfuerzo publicitario para alcanzar el objetivo de los posibles clientes e iniciar un poderoso posicionamiento de marca en el mercado.

Es importante dar a conocer que para alcanzar nuestros objetivos, debemos lograr las siguientes variables:

- Adquirir el interés de los posibles consumidores que aun no conocen de nuestro producto. Este será sin duda el objetivo más importante.

- Conocer las debilidades que generan los productos sustitutos indirectos a nuestros potenciales consumidores, para fortalecer nuestras barreras comerciales.

6.2. Concepto Central Creativo

Cómo se lo vamos a decir a la audiencia: La Caserita es una Biomermelda que brinda un nuevo estilo de vida y variedad de sabores que brindan un cuidado saludable a nuestro organismo.

SLOGAN "“Nutrición y vida en una nueva presentación”

6.3. Programa de Producto

“La Caserita” Biomermelada de flores comestibles: Producto diseñado para familias con preferencias a consumir productos naturales, que mejoren su salud y su estilo de vida.

Características:

- Flores de Violeta
- Sustancia gelatinosa
- Aroma suave
- Color amarillo pastel
- Producto cosmético de uso diario
- Sin preservantes ni colorantes
- Elaborado con productos naturales libre de pesticidas y productos químicos que dañan el medio ambiente y la salud personal.
- Peso Neto: 295 gr.
- Envase: Frasco de vidrio con tapa Twist-off**.**

Su beneficio principal es: Brindar nutrientes y minerales que favorecen a su salud, evitando en un mayor porcentaje los diversos problemas que genera al sistema inmunológico el consumir productos que contengas pesticidas no orgánicos.

Figura 1. Modelo de Etiqueta.

7. Estimación de Costos

Nuestro proyecto se basa en la creación de una empresa en la producción de mermelada de flores orgánicas, por lo tanto, se detallara los costos de producción, clasificándolos en variables y fijos.

Debido a que la Mermelada de flores orgánicas es un producto nuevo para el mercado, no se enfrentara a costos hundidos ni históricos.

Es importante mencionar que el proyecto alquilara el lugar donde se fabricara y venderá el producto, así como las maquinas de tapado y llenado necesarias para el proceso.

7.1. Capital de Trabajo

Es importante calcular la inversión que se necesita para financiar los desfases de caja durante el desarrollo del proyecto.

Se calculara el monto de la inversión mediante el método del déficit acumulado máximo. Para lo cual se necesita el saldo de caja de cada mes en el primer año, restando el egreso del ingreso para luego obtener el saldo acumulado.

Para proyectar el saldo de caja mensual acumulado, se tomara los valores de la tabla anterior para los ingresos y con respecto a los egresos, los valores se obtendrán de la estimación de los costos totales mensuales.

Una vez obtenidos los cálculos del saldo de caja mensual acumulado, se procede a determinar cual es el mayor déficit acumulado, este valor corresponde al capital de trabajo de la empresa.

7.2. Análisis de Sensibilidad

- La variables mas sensible con respecto al VAN es el precio de la mermelada de rosas por la participación de mercado que ella reflejan en los ingresos, a diferencia del precio de la mermelada de violetas que su sensibilidad con respecto al VAN es menor.
- El incremento en el porcentaje de la participación de mercado es mas sensible con respecto a la VAN que el porcentaje de la clase media alta a la que esta dirigida nuestro producto.
- Una variación porcentual en mi crecimiento de la demanda no influye de manera significativa en el VAN.
- La TMAR con relación a la VAN es indiferente

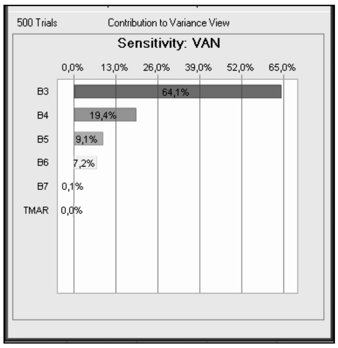

Figura 2. Análisis de Sensibilidad.

8. Conclusiones

Una vez concluido con el análisis económico de la Mermelada de Flores Orgánicas, es posible afirmar la premisa de contar con un proyecto rentable y sostenible en el largo plazo. Sus indicadores de rentabilidad nos muestran que si la empresa continua manteniendo altos índices de eficiencia en el manejo de sus costos, control de calidad y procesos, muy probablemente el VAN y la TIR reales puedan superar con facilidad los estimados. La mermelada será una inversión de gran agrado para nuestro objetivo, el consumidor final, y los aportantes de capital.

9. Referencias

José Pamies, de 58 años, se ha convertido así en el principal cultivador de flores de consumo de España. De abril a noviembre-temporada de cultivo- salen de una única hectárea de tierra fértil y húmeda 24.000 flores diarias, 5.760.000 anuales y un beneficio de dos millones de euros netos al año. En un momento en que la gastronomía está de moda y el comensal es capaz de pegar bocado a cualquier cosa.

[1] Cultivar Rosales
Clasificación, Planificación Y Cuidados
Margherita Neri y Fausta m. Fazio
[2] http://www.alimentacion-sana.com.ar
[3] http://www.sica.gov.ec
[4] http://www.floriculturaweb.com.ar
[5] http://www.botanical-online.com