



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



GANABLOCK

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y DE COMERCIO**

**“PROPUESTA ESTRATÉGICA DE
MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DEL
PRODUCTO BLOQUES
MULTINUTRICIONALES GANABLOCK
PARA GANADO RUMIANTE EN EL CANTÓN
MEJÍA”**

Director:

Ing. Víctor Hugo
Pachacama

Codirector:

Ing. Roberto Taco

Claudia Viviana Yépez Barreto

Carrera Ingeniería Comercial

JUSTIFICACIÓN

El crecimiento de la población y el incremento del ingreso, estimulan un aumento masivo en la demanda de alimentos de origen animal, lo que beneficia a la ganadería. Esa demanda de alimentación, mejora notablemente el bienestar de quienes se dedican a dicha actividad, al crearse más empleos y permite elevar el nivel tecnológico que se utiliza.



CANTÓN MEJÍA

El cantón Mejía es uno de los principales centros de Producción Agropecuaria de la Sierra Norte del País. Su importancia radica en su ubicación estratégica y factores climáticos, se constituye en un punto de integración regional: Costa – Sierra – Oriente.

Provincia de Pichincha: Cabezas de Ganado		%	UPA
Santo Domingo	136.014	31%	9.107,01
Quito	115.381	26%	7.725,49
Mejía	55.530	12%	3.718,09
Cayambe	44.767	10%	2.997,44
Los Bancos	34.148	8%	2.286,43
Pedro Vicente Maldonado	21.008	5%	1.406,62
Puerto Quito	17.894	4%	1.198,12
Rumiñahui	10.335	2%	691,99
Pedro Moncayo	9.496	2%	635,82
Total	444.573	1	29767



GANABLOCK

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Elaborar una Propuesta Estratégica de Marketing para el lanzamiento del producto “Bloques Multinutricionales GANABLOCK” para ganado rumiante con la finalidad de tomar la decisión de invertir o no en su ejecución, a partir del año en curso.



OBJETIVOS DEL PROYECTO

1. Realizar el análisis situacional, estudiando características particulares y el entorno en el cual se compete, con el fin de explotar eficazmente los factores positivos y disminuir el efecto de los factores negativos.
2. Detectar necesidades, requerimientos y expectativas de los ganaderos para introducir el producto suplemento nutricional para rumiantes en el Cantón Mejía.
3. Diseñar una Propuesta Estratégica de Marketing que sirva de directriz para conseguir los objetivos planteados.



OBJETIVOS DEL PROYECTO

4. Identificar, a través, del Marketing Mix elementos que permitan lograr una situación competitiva y funcional con el objeto de que el lanzamiento del producto tenga éxito en el mercado.
5. Realizar el análisis financiero con el fin de establecer la viabilidad de la propuesta.



ESTUDIO DE MERCADOS

Detectar cuáles son las necesidades, requerimientos y expectativas de los ganaderos para introducir el producto suplemento nutricional para rumiantes en el cantón Mejía, revelando de esta forma las posibilidades reales que representa el mercado objetivo para el producto propuesto.



OBJETIVOS

General

Específicos

ESTUDIO DE MERCADOS

1. Conocer el mercado y llegar a determinar la demanda insatisfecha.
2. Establecer los atributos que harán del suplemento nutricional atractivo para los clientes.
3. Determinar los hábitos de los ganaderos al suministrar suplementos nutricionales para el ganado.
4. Analizar la disposición que tendría el cliente potencial de emplear suplemento nutricional en la dieta de hato.



OBJETIVOS

General

Específicos

ESTUDIO DE MERCADOS

5. Determinar los medios más adecuados para promocionar el producto Ganablock.
6. Conocer cuánto dinero estarían dispuestos a invertir los clientes en el producto.
7. Conocer si los principales proveedores de suplementos y/o alimentos balanceados, están posicionados.



OBJETIVOS

General

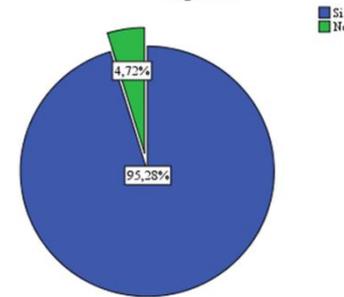
Específicos

ESTUDIO DE MERCADOS

¿Estaría usted dispuesto a probar un nuevo suplemento nutricional para su ganado?

Si	95.3%
No	4.7%

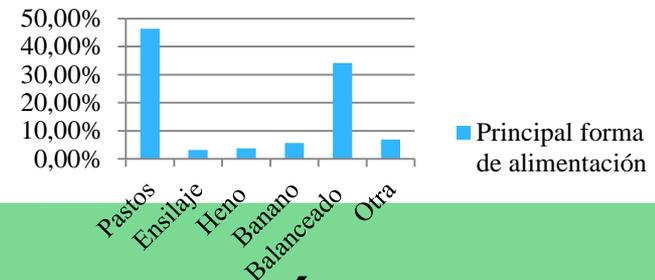
Disposición a probar un nuevo suplemento nutricional para el ganado



¿Cuál es la principal forma de alimentación de su ganado?

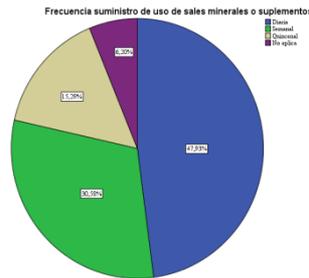
Pasto	46.3%
Balanceado	34.1%

Principal forma de alimentación



ESTUDIO DE MERCADOS

¿Con que frecuencia suministraría sales minerales u otro tipo de suplementos para el ganado?



47.9% Diaria

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una caja de 20 kg de suplemento energético, proteico y mineral para ganado rumiante?



59.5% \$10 a \$15

ESTUDIO DE MERCADOS

Demanda Insatisfecha anual en kilogramos

Años	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2.015	2.120	3.855.865	3.853.745
2.016	2.192	3.998.533	3.996.340
2.017	2.267	4.146.478	4.144.211
2.018	2.344	4.299.898	4.297.554
2.019	2.424	4.458.994	4.456.571
2.020	2.506	4.623.984	4.621.478



ESTUDIO DE MERCADOS

13% del Mercado



ESTUDIO DE MERCADOS

Nicho de mercado

- Las empresas comercializadoras de insumos para agricultura y ganadería del Cantón Mejía.
- Haciendas agrícolas y ganaderas del Cantón Mejía.
- Profesionales relacionados con alimentación, nutrición y salud para el ganado vacuno y rumiante.



POSICIONAMIENTO

Posicionamiento por diferencia

Sustituye el uso de la sal común y sales mineralizadas en el hato.

Sabor dulce.

Disminuye considerablemente la pérdida de peso durante estaciones críticas.

Posicionamiento por atributo

Existe la ventaja de poder suplementar nitrógeno no proteico (NNP), a través de la urea.

Suministra nutrientes altamente asimilables por este tipo de animales.

Posicionamiento por diferencia de servicio



MARKETING MIX

Al ser un producto nuevo con atributos que determinan diferencias marcadas en comparación con los suplementos alimenticios para ganado que actualmente se comercializan, se fija en \$15.00 por unidad.



MARKETING MIX

Las características del producto se determinan como bloque sólido para suplementación de ganado rumiante.

El peso del producto será 20 kg por cada caja.

Se recomienda colocar dos unidades del producto por cada 20 bovinos para su consumo voluntario.

Preventa: Elaboración de bases de datos para ubicar clientes potenciales.

Concurrente: Abarca el buen trato al cliente, asesoría y visitas técnicas acerca del producto.

Postventa: Es fundamental para tener una retroalimentación adecuada sobre el producto.



MARKETING MIX



MARKETING MIX



GANABLOCK

PRODUCTO

MARKETING MIX

- Orden de salida del producto.
- Despacho del producto.
- Embalaje y transporte, adjuntado factura y guía de remisión.
- Distribución.

Se recomienda hacer convenios con el Centro Agrícola, Asociación de Ganaderos, distribuidores de insumos para agroindustria y veterinarios del cantón Mejía.



MARKETING MIX



MARKETING MIX

- Televisión



- Internet



- Volantes.



GANABLOCK
Lo nuevo en suplementación alimenticia para los rumiantes, especialmente ganado vacuno, ovino y caprino.

Es un bloque multinutricional especialmente formulado como un suplemento energético, proteico y mineral de consumo voluntario del animal, que suministra diariamente lo necesario para complementar y mantener la salud de los rumiantes, optimizar los rendimientos tanto de carne como de leche así como mejorar las funciones reproductivas.



GANABLOCK RUMIANTES estimula eficazmente la actividad ruminal, mejorando el proceso digestivo convirtiendo los alimentos en elementos asimilables para el animal.

REGISTRO MAGAP: 172-001

Elaborado por:
Contactos:
Teléfonos: (02) 2087 309 / (02) 2087 491 / 097 054 834 / 099100010
Email: ventasrandi@gmail.com / x.endara@hotmail.com



PROPUESTA ESTRATÉGICA

Misión: «*Química Riandi es una empresa que procura fomentar el desarrollo, la modernización y el incremento de la productividad del sector industrial y ganadero, suministrando productos de alta calidad y optimizando la aplicación de recursos para ser sostenible, procurando, de esta manera, la satisfacción de clientes y el entorno*».

Visión: «*Para el año 2017, Química Riandi será la empresa líder del sector, al proveer productos innovadores que fomenten el desarrollo y procuren un crecimiento constante de los negocios de la empresa*».



ESTRATEGIAS

- Asesorar adecuadamente al ganadero con el objeto de dotar de herramientas que permitan la optimización de su producción.
- Elaborar planes de alimentación.
- Desarrollar e invertir en maquinaria que propenda a incrementar la productividad de la empresa.
- Revisar constantemente indicadores de gestión con el objeto de tener retroalimentación que permita establecer mejoras o correctivos para incrementar la cuota de mercado y maximizar beneficios.
- Formar un equipo de ventas que constituya un canal directo entre la empresa y los clientes externos.



ESTUDIO FINANCIERO

Presupuesto de Inversión	
Activos Fijos	
Vehículo	\$ 18.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 4.186,00
Construcción e Instalaciones	\$ 32.150,00
Muebles y Enseres	\$ 1.325,00
Total Activos Fijos	\$ 55.661,00
Activos Intangibles	
Costos de Estudio	\$ 855,00
Licencias Informáticas	\$ 500,00
Permisos y Registros Sanitarios	\$ 1.300,00
Capacitación	\$ 500,00
Total Activos Intangibles	\$ 3.155,00
Capital de Trabajo	\$ 24.978,75
Total Inversión Inicial	\$ 83.794,75

FINANCIAMIENTO		
	% Aporte	Monto
Crédito del Banco Pacífico	23,87%	\$ 20.000,00
Aporte de Socios	76,13%	\$ 63.794,75
Total	100%	\$ 83.794,75

ESTUDIO FINANCIERO

Costo Fabricar 600 kilos de GANABLOCK	\$ 254,26
Costo por kg de GANABLOCK	\$ 0,42
Demanda insatisfecha en kg para el año 2015	3.853.745,00
13% de la demanda insatisfecha	500.986,85
Costo por cajas de 20 kilos	\$ 8,48
Costo Fabricación 13% demanda Insatisfecha	\$ 212.304,70

Producción en Unidades			
Demanda Insatisfecha en 2015 en kg	3.853.745,00	13%	5%
Demanda Insatisfecha en kilos		500.986,85	192.687,25
Demanda Insatisfecha en cajas de 20 kg		25.049,34	9.634,36
Precio de Venta (unitario)		\$ 15,00	\$ 15,00
Total ingresos		\$ 375.740,14	\$ 144.515,44



ESTUDIO FINANCIERO

	Flujo de fondos (con crédito)					
	Inversión	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos de Operación		\$ 375.740,14	\$ 404.293,73	\$ 435.017,17	\$ 468.075,43	\$ 503.645,89
(-) Costo de Operación		\$ 299.744,98	\$ 318.476,04	\$ 338.530,79	\$ 360.006,12	\$ 383.006,07
(-) Depreciación y amortización		\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77
(-) Gastos Financieros		\$ 1.252,53	\$ 1.513,60	\$ 1.034,71	\$ 505,67	\$ 41,58
Utilidad antes de participación de Impuestos		\$ 68.120,86	\$ 77.682,32	\$ 88.829,90	\$ 100.941,88	\$ 113.976,48
(-) 15% Participación trabajadores		\$ 10.218,13	\$ 11.652,35	\$ 13.324,49	\$ 15.141,28	\$ 17.096,47
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 57.902,73	\$ 66.029,97	\$ 75.505,42	\$ 85.800,59	\$ 96.880,01
(-) Impuesto a la renta 22%		\$ 12.738,60	\$ 14.526,59	\$ 16.611,19	\$ 18.876,13	\$ 21.313,60
(=) UTILIDAD NETA		\$ 45.164,13	\$ 51.503,38	\$ 58.894,23	\$ 66.924,46	\$ 75.566,41
(+) Depreciación y amortización		\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77
(-) Valor Inversión Inicial y reinversión	\$ (58.816,00)	\$ -	\$ -	\$ 995,00	\$ -	\$ -
(-) Capital de Trabajo	\$ (24.978,75)					
(+) Crédito recibido	\$ 20.000,00					
(-) Pago del Capital		\$ 2.805,49	\$ 4.573,42	\$ 5.052,31	\$ 5.581,35	\$ 1.987,43
(+) Recuperación Capital de Trabajo						\$ 24.978,75
(+) Valor residual de los activos fijos						\$ 26.702,17
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	\$ (63.794,75)	\$ 48.980,41	\$ 53.551,73	\$ 59.468,68	\$ 67.964,88	\$ 131.881,66

ESTUDIO FINANCIERO

Flujo de fondos (sin crédito)						
	Inversión	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos de Operación		\$ 375.740,14	\$ 404.293,73	\$ 435.017,17	\$ 468.075,43	\$ 503.645,89
(-) Costo de Operación		\$ 299.744,98	\$ 318.476,04	\$ 338.530,79	\$ 360.006,12	\$ 383.006,07
(-) Depreciación y amortización		\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77
Utilidad antes de participación de Impuestos		\$ 69.373,39	\$ 79.195,92	\$ 89.864,61	\$ 101.447,54	\$ 114.018,06
(-) 15% Participación trabajadores		\$ 10.406,01	\$ 11.879,39	\$ 13.479,69	\$ 15.217,13	\$ 17.102,71
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 58.967,38	\$ 67.316,54	\$ 76.384,92	\$ 86.230,41	\$ 96.915,35
(-) Impuesto a la renta 22%		\$ 12.972,82	\$ 14.809,64	\$ 16.804,68	\$ 18.970,69	\$ 21.321,38
(=) UTILIDAD NETA		\$ 45.994,56	\$ 52.506,90	\$ 59.580,24	\$ 67.259,72	\$ 75.593,97
(+) Depreciación y amortización		\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77	\$ 6.621,77
(-) Valor Inversión Inicial y reinversión	\$ (58.816,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Capital de Trabajo	\$ (24.978,75)					
(+) Recuperación Capital de Trabajo						\$ 24.978,75
(+) Valor residual de los activos fijos						\$ 26.702,17
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	\$ (83.794,75)	\$ 52.616,32	\$ 59.128,66	\$ 66.202,00	\$ 73.881,49	\$ 133.896,65

ESTUDIO FINANCIERO

PARA EL PROYECTO FINANCIADO CON APOORTE DE LOS SOCIOS

Tasa pasiva efectiva	5,39%
Tasa de riesgo	2,00%
Inflación	3,76%
TMAR	11,46%

PARA EL PROYECTO FINANCIADO CON CRÉDITO BANCARIO

	% Aportación	Tasa	Ponderación
Con Crédito	23,87%	6,63%	1,58%
Fondos propios	76,13%	11,46%	8,73%
TOTAL	100,00%	18,09%	10,31%

CONCEPTO

Porcentaje

Participación de trabajadores	15%	85,00%
Impuesto a la renta	22%	66,30%
TASA IMPOSITIVA		33,70%
Factor impositivo		0,663



ESTUDIO FINANCIERO

Criterios de evaluación sin crédito

VAN	184.516,93
TIR	69%
Período recuperación	1,58
TMAR	11,46%

Criterios de evaluación con crédito

VAN	195.585,35
TIR	84%
Período recuperación	1,35
TMAR	10,31%

ESTUDIO FINANCIERO

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Con Crédito				TMAR 10,31%
CONCEPTOS	%	TIR	VAN	EVALUACIÓN
Aumento de Costos	10%	31%	53.713,72	Sensible
Disminución de ingresos	10%	22%	27.775,71	Sensible
Disminución de ingresos y aumento de costos	5%	26%	40.744,72	Sensible
Normal		84%	195.585,35	RENTABLE

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Sin Crédito				TMAR 11,46%
CONCEPTOS	%	TIR	VAN	EVALUACIÓN
Aumento de Costos	10%	27%	\$ 48.651,89	Sensible
Disminución de ingresos	10%	19%	\$ 21.820,72	Sensible
Disminución de ingresos y aumento de costos	5%	23%	\$ 35.236,31	Sensible
Normal		69%	\$ 184.516,93	RENTABLE



CONCLUSIONES

- La investigación de mercados refleja que existe una demanda insatisfecha de productos relacionados con nutrición animal.
- El marketing mix tiene un aporte significativo al presentar estrategias que, al ser aplicadas, permitirán una situación competitiva para el producto.
- El estudio financiero arrojó cifras positivas con las cuales se puede determinar la viabilidad del proyecto. A través, del desarrollo de la evaluación financiera se calculó el Valor Actual neto del inversionista de \$195.585,35 y una Tasa Interna de Retorno de 84%, es decir, el proyecto es rentable y sería factible llevar a cabo su implementación.



RECOMENDACIONES

Se recomienda a Quimica Riandi invertir en el proyecto; así como, implementar la propuesta estratégica aprovechando la oportunidad de mercado justificada por la demanda insatisfecha.





ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA



GANABLOCK

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y DE COMERCIO**

**“PROPUESTA ESTRATÉGICA DE
MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DEL
PRODUCTO BLOQUES
MULTINUTRICIONALES GANABLOCK
PARA GANADO RUMIANTE EN EL CANTÓN
MEJÍA”**

Director:

Ing. Víctor Hugo
Pachacama

Codirector:

Ing. Roberto Taco

Claudia Viviana Yépez Barreto

Carrera Ingeniería Comercial