

Estudio de rentabilidad de la instalación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios, tradicionales paraguayos en el Barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción

Profitability study of the installation of a company dedicated to the elaboration and commercialization of traditional Paraguayan food products in the Santo Domingo neighborhood of the city of Asunción

Mario Ariel Fernández Rivarola, María Alejandra Quintana Molinas

Universidad de la Integración de las Américas, Asunción, Paraguay, marfer1783@gmail.com, mquintana@unida.edu.py

RESUMEN

Los motivos que condujeron a los investigadores a la realización de este trabajo consistieron en conocer la rentabilidad de la instalación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios, tradicionales paraguayos. Para la instalación del negocio se necesita disponer de un análisis situacional, de tal forma que se puedan determinar las posibles ventajas y a partir de los resultados proponer un plan acorde a las necesidades del mercado.

Una vez analizada y aprobada la factibilidad de la investigación basada en la disponibilidad de recursos y tiempo para abordarla, la misma partió del objetivo general, el cual consistió en analizar la rentabilidad de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios tradicional paraguayo en el Barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción., atendiendo a las preguntas específicas: ¿Cuál es la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de la empresa?, ¿Cuál es el nivel de aceptación de una nueva empresa en la zona que elabore y comercialice productos alimenticios tradicionales de nuestro país?, ¿Cuáles son los medios de comunicación más efectivo para conectar con el cliente?.

Esta investigación se basó en la modalidad bibliográfica y documental, recogiendo información de fuentes bibliográficas y documentales como libros e investigaciones al respecto. El presente trabajo inició con un nivel exploratorio que consistió en la recolección de información por medio de fuentes bibliográficas, una vez obtenida las informaciones bibliográficas, se realizaron estudios de campo, a través de encuestas a pobladores de la zona, obteniendo información inherente para la instalación de la empresa. Posteriormente, la investigación adquirió un nivel descriptivo basándose en las herramientas disponibles a fin de comprobar la rentabilidad de la instalación de la empresa.

Palabras clave: productos alimenticios, tradicional, empresa.

ABSTRACT

The reasons that led the researchers to carry out this work consisted of knowing the profitability of the installation of a company dedicated to the elaboration and commercialization of traditional Paraguayan food products. For the installation of the business, it is necessary to have a situational analysis, in such a way that the possible advantages can be determined and, based on the results, propose a plan according to the needs of the market.

Once the feasibility of the research based on the availability of resources and time to address it was analyzed and approved, the same division of the general objective, which consisted of

analyzing the profitability of a company dedicated to the production and marketing of traditional Paraguayan food products in the Santo Domingo neighborhood of the city of Asunción, attending to the specific questions: What is the initial investment necessary for the start-up of the company?, What is the level of acceptance of a new company in the area that produces and market traditional food products from our country? What are the most effective means of communication to connect with the customer?

This research was based on the bibliographic and documentary modality, collecting information from bibliographic and documentary sources such as books and research on the matter. The present work began with an exploratory level that consisted in the collection of information through bibliographic sources, once the bibliographic information was obtained, field studies were carried out, through surveys of residents of the area, obtaining information obtained for the installation of the company. Subsequently, the research acquired a protected descriptive level in the available tools in order to verify the profitability of the company's installation.

Keywords: food products, traditional, company.

INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta que la República del Paraguay es un país con tradiciones y una cultura muy arraigada surge la idea de dar apertura a un negocio dedicado al sector gastronómico, específicamente en la elaboración y comercialización de productos tradicionales paraguayos, como: la Chipa Tradicional, Mbeju Tradicional, Chipa Pirú y el Cocido como productos principales, a ser ubicado en el Barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción, debido a que en dicho sector se observa, la existencia de una demanda insatisfecha respecto a esos productos, por la ausencia de negocios en la zona, dedicados al rubro.

En nuestro país, las personas de todas las edades son consumidores de estos productos tradicionales, ya que poseen un agradable sabor y son accesibles económicamente por los potenciales clientes.

La instalación de la empresa necesita disponer de un análisis situacional, de tal forma que se puedan determinar las condiciones en las que operan en la actualidad, este tipo de empresa, además de analizar la factibilidad.

Al respecto, se puntualiza que la relevancia de la presente investigación radica en comprobar la factibilidad y rentabilidad de una empresa que vuelque sus recursos en la elaboración y comercialización de productos alimenticios tradicional paraguayo.

Con la idea clara de establecer un plan de negocios enfocado a la creación y desarrollo de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios tradicionales del Paraguay, con altos niveles de calidad, atención, y satisfaciendo las necesidad que tienen los habitantes, además de ser una oportunidad de negocio para introducirse en el mercado nacional, aun conociendo la existencia de fuertes obstáculos como la competencia.

En ésta investigación buscaremos demostrar con base sólida los beneficios que nuestro proyecto podrá dar al emprendedor y a los posibles inversionistas. Así mismo, permitirá

demostrar la necesidad de crear una empresa que reúna las características que el consumidor potencial está demandando en cuanto a calidad y ventajas en relación a los competidores.

Objetivos

El objetivo general de la investigación consiste en: Analizar la rentabilidad de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios tradicional paraguayo en el Barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción.

Siendo los objetivos específicos:

Cuantificar la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de la empresa.

Conocer el nivel de aceptación de una nueva empresa en la zona que elabora y comercializa productos alimenticios tradicionales de nuestro país.

Identificar los medios de comunicación más efectivo para conectar con el cliente.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación se centra en el análisis de la rentabilidad de la instalación de una empresa, se realizó con un nivel descriptivo.

El presente trabajo inició con un nivel descriptivo que consistió en la recolección de información por medio de fuentes bibliográficas, una vez obtenida las informaciones bibliográficas, se realizaron estudios de campo, a través de un formulario de encuesta, realizado directamente a personas residentes en el Barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción.

El lugar de investigación se centró en el Barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción.

El alcance del trabajo de campo abarcó a 100 personas residentes de la zona del Barrio Santo Domingo, que fueron seleccionados de acuerdo al criterio del proponente del proyecto.

La muestra para aplicar la encuesta se señala seguidamente:

- Muestra: 100 personas residentes de la zona del Barrio Santo Domingo.
- Muestreo: no probabilística y de aleatorio simple.
- Tiempo: agosto 2019.
- Instrumento: Encuesta.

El diseño de los instrumentos para el levantamiento de la información se realizó una vez definidos los indicadores de la variable dependiente y la variable independiente.

Se permitió aplicar una encuesta a los residentes de la zona del Barrio Santo Domingo de la Ciudad de Asunción, determinados como muestra, esta encuesta fue entregada a cada uno de ellos. Para el diseño de la encuesta se procedió a elaborar de conformidad al objetivo de estudio.

Luego de haber realizado el análisis estadístico de cada variable de estudio, se procedió a la interpretación de dichos resultados relacionándolos con la hipótesis planteada, con el fin de respaldar los objetivos de estudios que han sido planteados.

Los datos resultantes de esta investigación se procesaron a través del programa de cómputo Windows 7.

A partir del análisis de datos y registros mencionados, obtenidos precedentemente, se procedió a demostrar objetivamente los datos obtenidos de manera a analizar la rentabilidad de la empresa.

RESULTADOS

En el trabajo de campo se procedió a realizar una encuesta a los residentes de la zona del Barrio Santo Domingo. La población de estudio fue definida y citada precedentemente quedando como objeto de estudio 100 personas.

De acuerdo a los resultados obtenidos del total de encuestados que son 100 personas, el 94% contestaron que consumen productos alimenticios tradicionales paraguayo y el 6% dijeron que no lo hacen.

Según estos resultados, la mayor cantidad de personas “Si” consumen productos tradicionales paraguayo, y con esto nos demuestra que es muy positiva la realización de este proyecto.

Con respecto al tipo de alimento tradicional consumido, el 55% manifestó que consume Chipa Tradicional, el 21% consume Mbeju, el 15% consume Chipa Pirú, el 9% consume Chipa So’o.

En referencia al horario de consumo de los alimentos tradicionales, el 53% prefiere consumir estos alimentos a la mañana, el 33% por la tarde, el 9% en cualquier momento y el 5% por la noche. Por tanto, se evidencia una mayor cantidad de personas que consumen los productos tradicionales por la mañana.

En cuanto a la cantidad que normalmente se consume del producto tradicional, el 44% consume 2 unidades del producto que más le gusta, el 33% consume 1 unidad del producto y el 23% consume 3 unidades del producto. Por ende, la mayor cantidad de personas consumen 2 unidades del producto tradicional.

Del total de encuestados, el 31% adquiere los productos tradicionales en Ña Feliciano, el 23% en Ña Eustaquia, el 21% en Supermercados, el 17% en el Mercado, el 5% lo elabora en su hogar y el 3% adquieren los productos en otros lugares.

En lo concerniente a qué consideran importante los potenciales clientes en el momento de comprar un producto tradicional, el 48% considera la buena calidad en el momento de comprar un producto tradicional, el 35% menciona que es el buen precio, el 15% la buena presentación y el 2% considera importante otros aspectos.

En la pregunta referente al sabor a consumir, la mayor cantidad de personas prefieren consumir la Chipa Tradicional, esto nos demuestra que hay una mayor aceptación o preferencia en este producto, que equivale al 62% del total de encuestados.

En lo referente al costo del producto la mayor cantidad de personas pagan normalmente por la Chipa Tradicional entre 2.000 y 4.000 Gs, esto nos demuestra que es posible tener un margen de ganancias. Mientras que, en referencia a los costos de otras variedades de chipa, el 89% de paga normalmente por la Chipa Piru de 250 g, entre 5.000 y 8.000 Gs., y el 11% pagan normalmente entre 8.000 y 12.000 Gs.

En la siguiente consulta realizada, la mayor cantidad de personas pagan normalmente por el mbeju entre 3.000 y 6.000 gs, esto nos demuestra un margen de precio posible para el producto a tener en cuenta en el proyecto.

Mientras que, en la forma de pago la mayor cantidad de personas pagan su compra al contado o efectivo, esto nos demuestra que las ventas de los productos realizados serán pagadas en gran medida en efectivo.

Al efecto de dar a conocer el producto, según los resultados obtenidos, la mayor cantidad de personas reciben información de las Redes Sociales, esto nos demuestra que la estrategia de marketing debe apuntar principalmente en éste punto, a fin de dar a conocer la empresa.

Por último, la mayor cantidad de personas que representa el 97% del total de encuestados, están dispuestos a adquirir los productos tradicionales en la zona del Barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción por la comodidad y oportunidad de compra brindada, esto ayuda y favorece principalmente la viabilidad del negocio. Por otra parte, sólo el 3% del total de encuestados no estaría dispuesto a adquirir los productos tradicionales en dicha zona.

DISCUSIÓN

La instalación de una empresa dedicada al rubro gastronómico de comida tradicional paraguaya hoy en día, se constituye en una industria creciente cada vez son las personas que aprecian los productos nacionales, por tanto, se considera factible y rentable implementar éste tipo de negocio.

Por otro lado, luego de la encuesta aplicada a las 100 personas de la zona, los resultados demuestran que tendría muy buena repercusión demostrando la gran aceptación de los potenciales clientes y por ende, los ingresos.

Con los resultados obtenidos, la puesta en marcha de la instalación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios tradicionales paraguayos será factible y rentable, además, brinda un valor agregado a esta clase de servicios mediante el ofrecimiento de productos de calidad y la cercanía del negocio a los hogares de los encuestados.

CONCLUSIÓN

Al término de la investigación realizada referente a la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios tradicionales paraguayos, ubicado en el barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción, se puede concluir que se hallaron aspectos positivos y negativos del mercado en el que piensa insertarse, además se realizó las investigaciones y análisis correspondientes para responder a la pregunta de si resultaría rentable un negocio de este rubro en zonas del barrio Santo Domingo de la ciudad de Asunción.

En el estudio de mercado realizado, se demuestra que existe suficiente demanda del producto, se pudo determinar una demanda potencial no satisfecha, sustentado fundamentalmente por la carencia de negocios en la zona.

Los residentes encuestados están de acuerdo con la creación del tipo de empresa, y es una oportunidad que puede ser aprovechada para instalar y asegurar el segmento de mercado. Estos son aspectos que influyeron y que, mediante ella se pudo determinar la demanda potencial, no satisfecha y la participación en el mercado, que con la aplicación de los componentes técnicos se pudo obtener los efectos económicos y financieros favorables del proyecto.

Las razones financieras que ofrece el proyecto, el estado de liquidez, la rentabilidad sobre los activos, sobre el patrimonio y sobre las ventas, en general son muy buenos, así también el endeudamiento es relativamente apropiado y el apalancamiento es conveniente debido a que genera rentabilidad.

Con la aplicación de todos los componentes financieros y técnicos realizados se pudo obtener resultados económicos y financieros muy favorables, donde el valor actual neto (VAN) dio un resultado positivo, la tasa interna de retorno (TIR) dio un resultado de 59%, y el periodo de recuperación de capital se daría en 3 años y 3 meses de gestión.

Posterior al análisis realizado sobre la factibilidad de instalar una empresa de elaboración y comercialización de productos tradicionales paraguayos, los resultados del análisis y las evaluaciones utilizadas como instrumento de orientación en el desarrollo de ésta investigación, se demuestra la factibilidad de la creación del negocio porque se dispone de los recursos necesarios; técnicamente se cuenta con los equipos requeridos, los conocimientos y se dispondría de los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades, así también la posibilidad de crecimiento sostenido tanto para nuestra empresa como para el sector de mercado en el cual buscamos participar, por lo tanto, se recomienda la creación de la empresa bajo el nombre de “Delicias Caseras Py S.R.L.”

Por último, este estudio servirá de hincapié en la formación de la diversidad que podemos ofrecer en este rubro, atendiendo las ventajas y desventajas a la hora de invertir, siguiendo todos los procesos legales para su funcionamiento.

REFERENCIAS

- Ferrel. O.C., Hartline, Michael D. (2006). Estrategia de Marketing (3ra. Edición)
- Kotler P. (1992) Dirección de la mercadotecnia, análisis, planeación, implementación y control. Madrid: McGraw-Hill.
- Longenecher, Moore, (2007) Administración de pequeñas empresas (Ed.13ª). México, Ed. International Thomson.
- Lovelock C. (1997). Mercadotecnia de servicios. México: Prentice Hal,
- Peel M. (1999) Cultura de servicios y calidad percibida. Mercadeo y ventas.
- Perés, S. Patricia (2002) Del ocio al negocio. México: Panorama Editorial.
- Robles,G. y Alcerreca, J (2000) Administración, un enfoque interdisciplinario. Bogotá: Pearson Educación.
- Stutely, Richard, (2000) Plan de Negocios: la estrategia inteligente. México: Prentice Hall Hispanoamericana Editorial.