

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo principal, realizar la producción y comercialización un producto innovador en la ciudad de Luque a partir del año 2018, dentro de la línea de productos ya existentes elaborados con soja; un aderezo de soja tipo mayonesa que resulta novedoso en comparación con los existentes en el mercado. En cuanto a la metodología que se utilizó en el desarrollo del trabajo, tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, el tipo de investigación descriptivo, explicativo, el diseño utilizado fue la no experimental, la Investigación fue descriptiva, a través de este instrumento de medición se permitió obtener información cuantificarla y analizar los resultados obtenidos. Determina el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener el aderezo de soja al momento de entrar al mercado a través de la investigación descriptiva, por medio de la encuesta que se realizó en la ciudad de Luque; para recoger información primaria estudiando: la preferencia de marca, frecuencia de compra, obteniendo características de los consumidores, se calculó el tamaño de la muestra, se identificó la competencia directa e indirecta, el interés del consumidor. Con este proyecto se evaluó la factibilidad y viabilidad del aderezo de soja tipo mayonesa en el mercado local; obteniendo como resultado, el objetivo de mercadeo, la aceptación del producto por parte del consumidor. Las expectativas frente al mercado local, en la etapa de inicio del producto, por ser innovador son de tomar estrategias de penetración en el mercado y llegar a la cifra deseada con datos fundamentales y, para el posicionamiento de marca en el mercado.

Palabras claves: Soja. Comercialización. Producción. Mercado

ABSTRACT

The main objective of this work was to produce and commercialize an innovative product in the city of Luque starting in 2018, within the line of existing products made with soybeans; a mayonnaise-type soy dressing that is new compared to those on the market. Regarding the methodology used in the development of the work, the research had a qualitative and quantitative approach, the type of research was descriptive, explanatory, and the design used was non-experimental. Descriptive research, through this measurement instrument, it was possible to obtain information, quantify it and analyze the results obtained. Determines the economic degree of success or failure that the soy dressing may have when entering the market through descriptive research, through the survey that was carried out in the city of Luque; to collect primary information studying: brand preference, purchase frequency, obtaining consumer characteristics, the sample size was calculated, direct and indirect competition, and consumer interest were identified. This project evaluates the feasibility and viability of mayonnaise-type soy dressing in the local market; obtaining as a result, the marketing objective, the acceptance of the product by the consumer. The expectations regarding the local market, in the product initiation stage, being innovative, are to take market penetration strategies and reach the desired figure with fundamental data and, for brand positioning in the market.

Keywords: Production. Commercialization. soy dressing

1.INTRODUCCION

La idea de sacar este producto al mercado surge debido al auge que ha tenido la soja en los últimos años y a la preferencia de los consumidores; quienes hoy prefieren consumir alimentos que sean saludables y con aportes nutricionales significativos. Este proyecto busca plasmar que tan factible es comercializar el aderezo de soja tipo mayonesa en la ciudad de Luque, a través del estudio de mercado, donde se demuestra la oferta y la demanda del producto a través de investigaciones, de encuestas; con su respectivo análisis y conclusiones.

El Aderezo de Soja tipo Mayonesa se ofrece como una alternativa más al consumo de la soja ya que existen muchos productos en el mercado los cuales ofrecen suplir todas las necesidades alimenticias de las personas, pero al mirar su contenido nutricional, no aportan beneficios para la salud. Este producto ofrece más ventajas que otros aderezos del mercado por ser más digerible y con menor porcentaje de grasa, el contenido de aceite en la semilla (20- 22%), de alta digestibilidad y rico en ácidos grasos poliinsaturados, altos niveles de proteína (37-45%), Carbohidratos (34%) y minerales (Calcio 210mg, hierro 8.5 mg).

En Paraguay se está reconociendo la soja como alternativa alimenticia y por lo tanto se está generando en el mercado, una gran demanda de productos; que la industria nacional no alcanza a abarcar Este proyecto busca plasmar que tan factible es comercializar el aderezo de soja tipo mayonesa en la ciudad de Luque, a través del estudio de mercado, donde se demuestra la oferta y la demanda del producto a través de investigaciones, de encuestas; con su respectivo análisis y conclusiones.

El objetivo principal, es la de realizar la producción y comercialización un producto innovador en la ciudad de Luque a partir del año 2018, dentro de la línea de productos ya existentes elaborados con soja; un aderezo de soja tipo mayonesa que resulta novedoso en comparación con los existentes en el mercado

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Para saber que tan aceptado y comercializado podría ser este producto en la ciudad de Luque, se realizó una investigación descriptiva; según Mario Tamayo y Tamayo (1994) Se encarga de puntualizar las características de la población que se está estudiando. Tuvo un enfoque cualitativo según Hernández Sampieri et al., (2010) “no se prueban hipótesis, estas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son un resultado del estudio” (p. 9) y cuantitativo según Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. para el estudio de mercado (p.25). Se eligió como herramienta la encuesta; por su economía, porque es una fuente confiable y sencilla que permite obtener información primaria; sobre las necesidades del consumidor, identificar la competencia directa e indirecta, estableciendo el número de personas o de organizaciones que estarían interesados en el producto. Como fuente secundaria se tomó la obtención de datos, relacionados con el número de ubicación de la tienda naturista, tiendas y micro mercados establecidos en Luque.

Con esta muestra se segmentó el mercado en seis grupos: despensas y micro mercados, restaurantes tradicionales, restaurantes vegetarianos y tiendas naturistas, salsamentarias, comidas rápidas y consumidor directo. Está técnica se emplea para definir el sector específico, estudiar las necesidades y deseos del cliente. Entre las causas que motivan la compra del producto es por la calidad, porque es un producto saludable.

3. RESULTADOS

En cuanto, al primer objetivo la de realizar un estudio exhaustivo del mercado local para identificar la demanda y las preferencias del consumidor en cuanto a aderezos de soja, incluyendo análisis de competencias y tendencias del mercado.

Por medio de la investigación de mercado, se llegó a conocer los clientes potenciales, y la competencia. Se presentó un producto natural de alta calidad que pueda ser vendido en tiendas, micro mercado, restaurantes de comida vegetariana, almacenes pequeños y medianos en la ciudad de Luque. Se demostró por medio del estudio de factibilidad la viabilidad del proyecto por medio de un análisis técnico y financiero. Definiendo el precio del producto para el mercado potencial.

El segundo objetivo, implementar procesos de producción eficientes y control de calidad rigurosos para garantizar la consistencia y seguridad del producto final. Por lo tanto, los pasos necesarios para la producción del aderezo de soja tipo mayonesa, desde la adquisición de materias primas hasta el envasado del producto final. Esto implica definir los flujos de trabajo, asignar responsabilidades y establecer estándares de desempeño, en donde se debe tener en cuenta, los puntos de control de calidad en todas las etapas del proceso de producción para asegurar que se cumplan los estándares establecidos. Esto puede incluir pruebas de materias primas, monitoreo de parámetros de producción, inspecciones visuales y pruebas de laboratorio para verificar la calidad del producto en diferentes etapas del proceso.

El tercer objetivo, que se enfoca en desarrollar una estrategia integral de marketing y promoción para introducir el nuevo producto al mercado, resaltar sus características innovadoras y convencer a los consumidores de probarlo y preferirlo sobre las opciones existentes, implica una serie de pasos y acciones específicas, que se debe tener en cuenta, la identificación del público objetivo, desarrollo de la marca y la identidad visual, ejecución de actividades promocionales, ajuste y optimización.

El objetivo general es llevar a cabo tanto la producción como la comercialización de un producto innovador en la ciudad de Luque, comenzando en el año 2018. Este producto se enmarca dentro de la línea de productos elaborados con soja que ya existen en el mercado. Se trata específicamente de un aderezo de soja tipo mayonesa que se distingue por su carácter novedoso en comparación con las opciones disponibles en el mercado. El objetivo general busca no solo introducir un nuevo producto en el mercado, sino también posicionarlo como una opción atractiva y deseada por los consumidores, contribuyendo así al crecimiento y la rentabilidad del negocio en la ciudad de Luque.

4. CONCLUSIÓN

Luego de haber realizado el Estudio del Proyecto de inversión de la empresa MAYOVIC S.R.L., se ha llegado a la conclusión que el futuro emprendimiento es viable, debido a que diseña en la creación de la empresa todos los aspectos necesarios para su puesta en marcha.

En cuanto, al primer objetivo la de realizar un estudio exhaustivo del mercado local para identificar la demanda y las preferencias del consumidor en cuanto a aderezos de soja, incluyendo análisis de competencias y tendencias del mercado.

Por medio de la investigación de mercado, se llegó a conocer los clientes potenciales, y la competencia. Se presentó un producto natural de alta calidad que pueda ser vendido en tiendas, micro mercado, restaurantes de comida vegetariana, almacenes pequeños y medianos en la ciudad de Luque. Se demostró por medio del estudio de factibilidad la viabilidad del proyecto por medio de un análisis técnico y financiero. Definiendo el precio del producto para el mercado potencial.

El segundo objetivo, implementar procesos de producción eficientes y control de calidad rigurosos para garantizar la consistencia y seguridad del producto final. Por lo tanto, los pasos necesarios para la producción del aderezo de soja tipo mayonesa, desde la adquisición de materias primas hasta el envasado del producto final. Esto implica definir los flujos de trabajo, asignar responsabilidades y establecer estándares de desempeño, en donde se debe tener en cuenta, los puntos de control de calidad en todas las etapas del proceso de producción para asegurar que se cumplan los estándares establecidos. Esto puede incluir pruebas de materias primas, monitoreo de parámetros de producción, inspecciones visuales y pruebas de laboratorio para verificar la calidad del producto en diferentes etapas del proceso.

El tercer objetivo, que se enfoca en desarrollar una estrategia integral de marketing y promoción para introducir el nuevo producto al mercado, resaltar sus características innovadoras y convencer a los consumidores de probarlo y preferirlo sobre las opciones existentes, implica una serie de pasos y acciones específicas, que se debe tener en cuenta, la identificación del público objetivo, desarrollo de la marca y la identidad visual, ejecución de actividades promocionales, ajuste y optimización.

El objetivo general es llevar a cabo tanto la producción como la comercialización de un producto innovador en la ciudad de Luque, comenzando en el año 2018. Este producto se enmarca dentro de la línea de productos elaborados con soja que ya existen en el mercado. Se trata específicamente de un aderezo de soja tipo mayonesa que se distingue por su carácter novedoso en comparación con las opciones disponibles en el mercado. El objetivo general busca no solo introducir un nuevo producto en el mercado, sino también posicionarlo como una opción atractiva y deseada por los consumidores, contribuyendo así al crecimiento y la rentabilidad del negocio en la ciudad de Luque.

5. REFERENCIAS

- Blasco Mira, J.E (2007) Metodologías de Investigación en las ciencias de la actividad física
Hernández Sampieri, R; Fernandez Collado, C; Batista Lucio, P (2010) Metodología de la investigación. México.
Tamayo y Tamayo, M (1994) El proceso de la investigación científica. México. Limusa.