

**PROYECTO DE “ELABORACIÓN DE FILTRANTE DE HOJA DE GUANÁBANA  
CON STEVIA” (PARTIDA ARANCELARIA 2101.20.00.00) CON FINES DE  
EXPORTACIÓN A SANTIAGO DE CHILE-CHILE DE LA EMPRESA – FILTRANTES  
PERÚ SAC**

**PROJECT "DEVELOPMENT OF FILTER SHEET GUANÁBANA WITH STEVIA"  
(TARIFF HEADING 2101.20.00.00) FOR EXPORT TO SANTIAGO-CHILE COMPANY  
- TEAS PERU SAC**

**FLOR MARGARITA, DÍAZ RODRÍGUEZ<sup>1</sup>.  
EDUARDO DAVID, LLAGAS ALVARADO<sup>2</sup>.  
JOSEPH FRANK, ORTEGA RODRÍGUEZ<sup>3</sup>  
MÓNICA DEL PILAR, PINTADO DAMIÁN<sup>4</sup>**

**RESUMEN**

El objetivo principal del presente proyecto es ofrecer al mercado un producto innovador, 100% natural, el proyecto se desarrolla en la ciudad de Chiclayo – Lambayeque, con el objetivo de aprovechar los recursos naturales como es la hoja de guanábana, este proyecto consiste en la elaboración y comercialización de filtrante de hoja de guanábana con Stevia, con fines de exportación a Santiago de Chile - Chile, ofreciendo un producto 100% natural con precios accesibles al mercado.

Para el desarrollo del proyecto antes mencionado se realizó un riguroso estudio de mercado, el cual se llevó a cabo con el fin de determinar la demanda de filtrantes, analizar y cuantificar la demanda insatisfecha. Para respaldar el estudio de mercado, se utilizó el método del Cribaso Descreme, y también información de fuentes secundarias.

**Palabra clave: Innovación, estudio de mercado, segmentación, perfil del consumidor.**

---

<sup>1</sup> Adscrita a la Escuela de Contabilidad de la USS-Perú, Egresada del Instituto de Formación Bancaria-CEERTUX- Chiclayo, Especialidad Negocios Internacionales

<sup>2</sup> Adscrita a la Escuela de Contabilidad de la USS-Perú, Egresada del Instituto de Formación Bancaria-CEERTUX- Chiclayo, Especialidad Negocios Internacionales.

<sup>3</sup> Adscrita a la Escuela de Contabilidad de la USS-Perú, Egresada del Instituto de Formación Bancaria-CEERTUX- Chiclayo, Especialidad Negocios Internacionales.

<sup>4</sup> Adscrita a la Escuela de Contabilidad de la USS-Perú, Directora de la Escuela de Negocios Internacionales de la USS, Email. mpintado@crece.uss.edu.pe

## ABSTRAC

The main objective of this project is to offer the market an innovative product, 100% natural, the project is located in the city of Chiclayo - Lambayeque, in order to exploit natural resources such as sheet soursop, this project consists of processing and marketing of soursop leaf filter with Stevia, for export to Santiago de Chile - Chile offering a 100% natural with affordable market prices.

For the development of the aforementioned project a rigorous market study, which was just in order to determine the demand for filter, analyze and quantify the demand insatisfecha. Para support the market study was conducted, the method was used Cribaso creaming, as well as information from secondary sources.

Keyword: Innovation, market research, segmentation, consumer profile

## I. INTRODUCCION

El proyecto se desarrolla en la ciudad de Chiclayo – Lambayeque, con el objetivo de aprovechar los recursos naturales como es la hoja de guanábana, este proyecto consiste en la elaboración y comercialización de filtrante de hoja de guanábana con Stevia, con fines de exportación a Santiago de Chile - Chile, ofreciendo un producto 100% natural con precios accesibles al mercado.

### DEFINICION:

Actualmente ha cobrado una mayor importancia el cuidado de la salud, si bien es cierto siguen apareciendo nuevos estudios científicos que han permitido prolongar la esperanza de vida, entre ellos se define los estudios realizados a la hoja de la guanábana, llegando a la conclusión que dicha hoja tiene propiedades curativas de enfermedades como el asma, y previene todo tipo de cáncer e infecciones, asimismo la Stevia tiene propiedades curativas, recomendada en la dieta de los diabéticos, es un hipotensor suave, retarda la aparición de caries, etc.; es por ello que se ha elegido ésta idea de negocio, como una nueva alternativa, diferente de los productos similares en el mercado, siendo un producto que contribuirá en el mejoramiento de la salud del consumidor(Cancervg, 2014).

## **ANTECEDENTES:**

(BENITO, 2013) Indica en su PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE INFUSIONES DE GUAYUSA EN LA PARROQUIA DE BOMBOIZA DEL CANTON GUALAQUIZA, PROVINCIA MORONA SANTIAGO que se pretende comercializar Infusiones de Guayusa elaborado por los integrantes de la Parroquia de Bomboiza utilizando ingredientes naturales.

Del mercado objetivo se sabe que el uso de las infusiones en el país de Ecuador cada vez tiene más aceptación por la variedad y calidad de las mismas, también nos dice que el consumidor ecuatoriano busca productos exóticos y con sabores diferentes, que brinden beneficios exclusivos. Es importante mencionar que Ecuador cuenta con más de 150 plantas nativas e introducidas, la mayoría cuenta con certificación orgánica, lo cual hace que el producto (Filtrante de Guayusa) sea más atractivo para el consumidor, cabe recalcar que la Guayusa tiene una gran aceptación en el mercado extranjero y nacional.

Una vez concluido su estudio de mercado, identificación de su demanda y la factibilidad del proyecto se concluye que es viable ya que tiene una VANN de \$ 2.878.34 y una TIR del 17%, demostrándose que el dicho proyecto es sostenible a largo plazo y tiene un riesgo mínimo de generar pérdidas para la empresa.

Se recomienda a la Parroquia de Bomboiza que debe estar dispuesta a recibir capacitación técnica desde el cultivo hasta la cosecha de la Guayusa, para garantizar una excelente calidad en la principal materia prima del producto.

(CAMACHO, 2014) En su proyecto ESTUDIO DE VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA EXPORTACION DE REBAUDISIDO A DE STEVIA AL MERCADO DE EE.UU POR PARTE DE LA EMPRESA STEVIA ONE PERU S.A.C DE LA REGION DE SAN MARTIN dice que en el proyecto se realizó con la finalidad de ampliar la comercialización de la Stevia a otros mercados que son rentables y atractivos por su notable inclinación por los productos naturales, encontrando un mercado atractivo para dicho producto.

Las tendencias en el consumo de productos alimenticios en los últimos años han dado un gran giro, inclinándose hacia los productos naturales, actualmente los consumidores estadounidenses optan por productos que cuiden su salud y prevengan diversas enfermedades. Se dice que este tipo de consumidores se fijan en calidad y no en el precio. Es por ende que se propone al Rebaudicado A de Stevia como un producto nuevo en este mercado ofreciendo diversos beneficios para la salud y garantizando ser un producto 100% natural.

Después de conocer el mercado objetivo se llega a la conclusión que el mercado de EE.UU es un país con mayor demanda de edulcorantes artificiales, pero estos son seriamente criticados por sus efectos dañinos en la salud del consumidor, de esta forma la empresa Stevia One Peru S.A.C ah encontrado una oportunidad para introducirse de una manera más rápida en dicho mercado.

Debido al constante crecimiento del mercado de edulcorantes se recomienda a los productores peruanos masificar la siembra de Stevia.

(J.GOMEZ, 2010)En su PROYECTO PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CAFETE dice que se pretende introducir en el mercado Guayaquileño un nuevo producto como es el café pero no en forma tradicional si no en una nueva presentación, se sabe que en ecuador el 73% de la población consume café, por ende no será un mercado difícil de entrar.

Para la elaboración de este producto se llega a la conclusión que no seria demasiado costoso ya que en este país se cultiva la principal materia prima del producto, por ende resulta un proyecto rentable.

(ROMERO, 2015)En su proyecto PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TE DE INFUSION A BASE DE STEVIA REBAUDIANA, EN ECUADOR indica que la intención del proyecto es introducir un nuevo producto que consiste

en elaborar te con la hoja de Stevia, de esta forma el producto ofrecerá al cliente sus propiedades medicinales, ayudándoles en su salud y previniendo algunas enfermedades.

Como ya se mencionó antes el mercado objetivo para el té es el mercado ecuatoriano, para un público en general.

Del análisis de sensibilidad se obtuvo una VANN de \$28,901.14 y una TIR de 39% , es importante mencionar que dicho proyecto no será financiado por terceros o por banco, el cual viene a ser un proyecto rentable y viable.

## **JUSTIFICACION:**

El filtrante de hoja de guanábana con Stevia, genera un valor agregado por ser un producto innovador, además que se le atribuye las propiedades curativas a distintas enfermedades, mejorando la calidad de vida de las personas.

La hoja de guanábana, contiene grandes propiedades como son: anti-bacteriano, anticancerígeno, antiparasitario, antitumoral, estomático, antirreumático, entre otras; que actúan disminuyendo paulatinamente hasta desaparecer la enfermedad, lo que requiere tiempo, para mejorar y purificar cada sistema del cuerpo humano. (Cancervg, 2014).

Asimismo la Stevia tiene propiedades como: regulador de la insulina y de los niveles de glucosa en la sangre, por tal motivo es recomendado en la dietas de los diabéticos, tiene 0 calorías y es muy bueno para perder peso, es un diurético suave, retarda la aparición de caries, ayuda a desintoxicar del tabaco y el alcohol, etc. (ECOagricultor, 2014)

Estas propiedades medicinales están siendo muy reconocidas en el mercado internacional, ya que el consumidor tiene la oportunidad de curar sus enfermedades.

Por otro lado el filtrante de guanábana contiene un valor agregado como es la Stevia, un edulcorante natural, esta es 15 veces más dulce que la azúcar de mesa, es un hipotensor suave, es recomendada en la dieta de los diabéticos por ser reguladora de los niveles de glucosa e insulina, contiene 0 calorías, etc., por tal motivo los consumidores de este producto serán beneficiados con todos estas propiedades del producto y sobre todo por ser un producto natural sin químicos.

## **OBJETIVOS:**

También se infiere que mediante el estudio de mercado realizado, utilizando los distintos instrumentos de investigación, ya antes mencionados se conoce los objetivos principales como: Identificar la demanda potencial para el filtrante de hoja de Guanábana con Stevia, la estacionalidad y frecuencia de compra de filtrantes, investigar el precio que el mercado está acostumbrado a pagar, identificar la competencia directa en el mercado de destino, analizar el volumen de compra, Identificar la existencia de los precios mayores al promedio del producto.

## **DELIMITACION Y ALCANCES:**

Asimismo se pretende beneficiar a los productores de guanábana, por el motivo que habrá mayor demanda del producto, generara más puestos de trabajo y un aumento en la economía de la región.

La empresa Filtrantes Perú SAC buscará abastecer a sus consumidores mediante las exportaciones de este producto, ya que dicha actividad generará el ingreso de mayores divisas, incentivando el desarrollo económico del país, ofreciendo puestos de trabajo y por consiguiente mayores ingresos salariales, mejorando así la calidad de vida de los ciudadanos, además aumentará los ingresos de impuestos para la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria-SUNAT.

## **II. METODOLOGIA**

**MATERIAL:** para la realización del proyecto se extrajo la información de las siguientes fuentes secundarias, obteniendo información verídica y precisa para determinar el mercado, perfil del consumidor, demanda, frecuencia y estacionalidad del producto, precios promedios, entre otros datos importantes.

*Fuentes Secundarias.*

<b>Fuente</b>	<b>Información Extraída</b>
<b>CANCERVG</b>	Beneficios y la sustentación del proyecto
<b>SUNAT</b>	Principales comercializadores de productos filtrantes
<b>GOBIERNO DE CHILE</b>	Tipo de moneda, proyección de la economía, la balanza comercial y las legislaciones de mercado de Chile
<b>DATOSMACRO</b>	
<b>BANCO MUNDIAL</b>	Variables escogidas para el cribas
<b>INE</b>	Demanda, Estacionalidad, Demografía, etc.
<b>UnComtrade</b>	Datos para el estudio de mercado.
<b>Himmera</b>	Ubicaciones geográficas de los países estudiados.
<b>ITC Mac Map</b>	Tratados de Libre Comercio.
<b>Siixec</b>	Precios FOB de Filtrantes.
<b>Directorio Indualimentos</b>	Proveedores de hoja de guanábana con Stevia.
<b>Maquinaria para la industria de plástico</b>	Proveedores de productos de envases y embalajes.

### **Métodos:**

Los métodos utilizados en este proyecto son descriptivos, cuantitativos y plan de negocio. Por otro lado el método que se utilizó para encontrar el mercado y público objetivo es el método del Cribas el cual nos permitió conocer el mercado de Santiago de Chile (Chile) y el método del Embudo o Descreme el cual nos permitió observar que la población total de Chile es 17,

819,054 personas, de las cuales el 39.28% pertenecen a Santiago de Chile (6, 685,685); el cual el 50.54% son mujeres (3, 378,945) y el mercado objetivo al que se enfoca la empresa son mujeres con principios de diabetes siendo el 9.5% del total de mujeres en Santiago de Chile, así mismo representa el 1.89% del total de la población de Chile

Asimismo también se utilizó instrumentos de investigación como entrevistas a 3 empresas del ámbito nacional que son competencia directa para la empresa Filtrantes del Perú S.A.C, además cabe recalcar que una de las empresas entrevistadas ocupa más un gran % en el mercado, pero este no es su rubro principal. También se utilizó las fuentes secundarias ya antes mencionadas de las cuales obtuvimos gran cantidad de información fundamental para determinar la demanda del producto en la actualidad y una demanda futura dentro de los 5 años siguientes.

### ENTREVISTA

OBJETIVO: Recopilar información de las empresas establecidas del mismo rubro con experiencia en el mercado, para la continuidad de la investigación y conseguir el mayor beneficio para la empresa AROMA PERU SAC.

#### Demanda

1. ¿Cuáles son los periodos con mayor demanda de su producto?
2. ¿Qué criterios ha tomado en cuenta para segmentar su mercado?
3. Del total de su producción, ¿Cuánto es la destinada a exportación?

#### Producto

4. ¿Cuál es la característica principal que hace diferente su producto frente a la competencia?
5. ¿Qué requisitos tuvo que considerar en su producto para ingresar a este mercado?

#### Canales de Distribución

6. ¿Qué criterios considera importantes al momento de la negociación?
7. ¿Qué canales emplea para hacer que el producto llegue a sus clientes?

#### Proveedores

8. ¿Sus proveedores son nacionales o extranjeros? ¿Qué criterios tuvo en cuenta para escoger a sus proveedores?

#### Competencia

9. ¿Qué factores lo hacen competitivo frente a otras empresas del mismo rubro?

#### Marketing

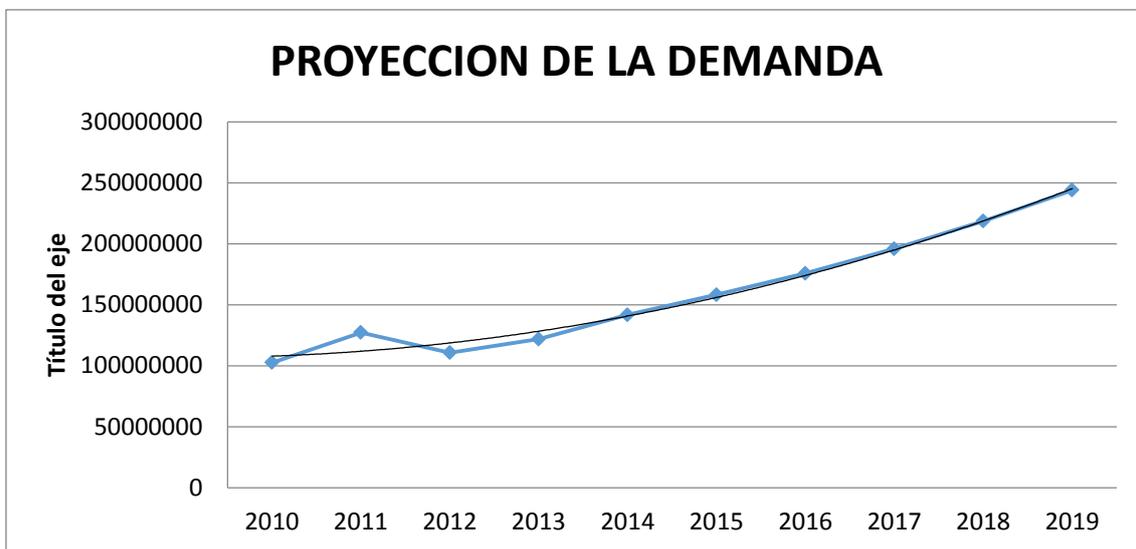
10. ¿Han participado de ferias Nacionales o Internacionales? ¿Cuáles fueron los beneficios? ¿De qué manera promociona su producto?



### III. RESULTADOS:

Basándose en el estudio realizado se llega a la conclusión, que el mercado Chileno es el más favorable para la empresa, ya que al utilizar herramientas de evaluación se determinó que la demanda de filtrantes irá en aumento en los próximos 5 años.

Además se pudo identificar quienes son los competidores directos de FILTRANTES PERU S.A.C a nivel nacional e internacional, teniendo en cuenta que la ciudad de Santiago de Chile es considerada una zona comercial por ende es un mercado factible para comercializar el filtrante de hoja de Guanábana con Stevia.



*Cuadro de proyección de demanda futura*

#### **IV. DISCUSIÓN**

Después de conocer que a demanda futura es ascendente y saber que al realizar el análisis de sensibilidad se concluyó que dicho proyecto es viable y factible ya que se obtuvo una VANN de \$ 22,673, una TIR de 30% y un B/C de 1.07, el cual se refiere que por cada sol invertido se ganara 0.07 céntimos de sol.

#### **V. CONCLUSION**

Después de haber realizado el estudio del perfil del consumidor chileno se concluyó que la empresa está en la capacidad de satisfacer las diferentes necesidades y exigencias del mercado.

Se demuestra que el negocio propuesto bajo los lineamientos detallados dentro del presente estudio es viable, no únicamente por el valor agregado del producto que es la Stevia, sino que también favorecerá directamente los productores de Guanábana de la región.

Finalmente en la evaluación financiera y económica se obtiene resultados rentables, positivos que demuestran la viabilidad y factibilidad del proyecto.

#### **Referencias Bibliográficas**

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3254/1/UPS-GT000342.pdf>

[http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/465/1/TL\\_GomezCamachoJessica\\_NeiraCarrionMarely.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/465/1/TL_GomezCamachoJessica_NeiraCarrionMarely.pdf)

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis17.pdf>

<http://biblio.uabcs.mx/tesis/TE%20176.pdf>

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10073/1/Proyecto%20Producci%C3%B3n%20y%20Comercializaci%C3%B3n%20de%20Cafet%C3%A9%20.pdf>