

Creation of an innovative entrepreneurship project for a product with great nutritional value within the food pyramid "CAPPUCINO DE TRIGO", to be introduced in the market of the DM of Quito.

Creación de un proyecto de emprendimiento innovador de un producto con gran valor nutricional dentro de la pirámide alimenticia "CAPPUCINO DE TRIGO", para introducir en el mercado del DM de Quito.

Fernando Pérez¹, Jhony Fabián Pazmiño Linzán²

1.- Universidad Central del Ecuador; fjperez@uce.edu.ec

2.- Universidad Central del Ecuador; jpazmino@uce.edu.ec

RESUMEN

Un ingenioso proyecto de emprendimiento bajo mi dirección y asesoramiento, se encuentra desarrollado conjuntamente con estudiantes de la Universidad Central del Ecuador de la Facultad de Ciencias Administrativas que están por finalizar la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas, son los responsables de la elaboración y comercialización del "*CAPPUCCINO DE TRIGO*", una nutritiva alternativa para el café tradicional.

Hecho a base de granos maduros de trigo tostados, este producto es fabricado de forma artesanal y 100% Ecuatoriano aprovechando de nuestra basta agricultura, contiene altas concentraciones de las vitaminas B3, B5, B6 y B9, ayuda a la concentración, baja la tensión y al ser fabricado con trigo y no granos de café, no produce acidez, diferenciándose al mismo tiempo de otros productos similares presentes en el mercado, que prescinden de estas semillas, pero utilizan a cambio la cebada, que tiene menor calidad.

Pero más allá del producto en sí, un factor clave de la iniciativa, es que rescata una tradición ancestral del campo ecuatoriano, algo novedoso en el mercado de las bebidas calientes gourmet. El espíritu y la metodología que han logrado otorgarle a

su empresa, hacen que el emprendimiento de estos estudiantes centralinos siga el rumbo correcto para convertirse en un verdadero aporte, masificado en todas las cafeterías del país.

Esta iniciativa parte después haber observado el mercado laboral, permitirá que las personas de la tercera edad, que no están tomada en cuenta por el mercado laboral, siendo que poseen un importante capital cultural que se está perdiendo y no se está transmitiendo a nuevas generaciones”.

Se decidió dar inicio a un proyecto que rescata prácticas tradicionales ancestrales de su región de Imbabura, basándose en ellas para exportar un producto típico que no es conocido por las nuevas generaciones. Al mismo tiempo, este producto se convierte en una empresa que da trabajo a personas jubiladas de tercera edad, en una actividad que ellos con el tiempo, han aprendido de sus abuelos.

Palabras Clave: Cappuccino, trigo, producción, comercialización, emprendimiento, innovación, jubilados, ancestral.

ABSTRACT

An ingenious entrepreneurship project under my direction and advice, is developed jointly with students of the Central University of Ecuador of the Faculty of Administrative Sciences who are about to finish the degree in Engineering in Business Administration, are responsible for the development and marketing of "CAPUCCINO DE TRIGO", a nutritious alternative to traditional coffee.

Made from ripe roasted wheat grains, this product is manufactured by hand and 100% Ecuadorian taking advantage of our vast agriculture, contains high concentrations of vitamins B3, B5, B6 and B9, helps concentration, lowers tension and Being manufactured with wheat and not coffee beans, it does not produce acidity, while differentiating itself from other similar products present in the market, which dispense with these seeds, but use barley, which has a lower quality.

But beyond the product itself, a key factor of the initiative is that it rescues an ancestral tradition of the Ecuadorian countryside, something new in the gourmet hot drinks market. The spirit and the methodology that they have been able to grant to their company, make the entrepreneurship of these central students follow the correct course to become a true contribution, massified in all the coffee shops of the country.

This initiative starts after observing the labor market, will allow the elderly, who are not taken into account by the labor market, since they have an important cultural capital that is being lost and is not being transmitted to new generations".

It was decided to start a project that rescues traditional ancestral practices of its region of Imbabura, based on them to export a typical product that is not known by the new generations. At the same time, this product becomes a company that employs retired senior citizens, in an activity that they have learned over time from their grandparents.

Keywords: Cappuccino, wheat, production, marketing, entrepreneurship, innovation, retired, ancestral.

1.- INTRODUCCIÓN

Primeramente, revisaremos el Trigo como materia prima esencial para el desarrollo del producto. El trigo (*Triticum aestivum L.*), junto con el arroz, el maíz y la cebada, son los cereales de mayor importancia en el Ecuador. El consumo nacional de trigo supera las 500.000 Tm/año. Romero. Laura. (2018). Vanidades. Recuperado en:

<https://www.vanidades.com/estilo-de-vida/cuales-son-los-beneficios-salud-comer-germen-de-trigo/>

La agricultura desde tiempo memorable ha sido la herramienta más practicada desde los inicios de la humanidad, siendo así una fuente muy grande para el desarrollo de la vida del ser humano, a lo largo de los tiempos se han ejecutado modificaciones en los espacios agrícolas; cambios producidos en función de la adaptación a los factores naturales como también en función de los sistemas económicos y políticos hasta llegar a ser parte fundamental del desarrollo de un país.

La diversidad de climas envuelve al Ecuador en mágicos contrastes, su naturaleza rica y exótica da florecimiento a la gran variedad de cereales como la haba, soja, trigo, cebada, la producción de estos cereales se da en las provincias de Cotopaxi, Cañar, en la provincia de Loja tenemos una ciudad como es Saraguro que están en las estribaciones de la cordillera de los andes, permiten crear excelentes mezclas para combinar sabor y aroma, las tradiciones ancestrales han enseñado a los campesinos a cosechar los granos con la mano y a dejarlos secar al sol y al viento. Puertas, J. (2013). Diversidad Exotica. *Virtual Pro*, 51-54

El consumir cereales es habitualmente un estimulante, según un nuevo estudio nos dio el resultado que puede ayudar a prevenir gran variedad de enfermedades para el ser humano el gran líquido aromático tiene un excelente sabor, pero ahora nadie pone en duda que los cereales forman parte de nuestra vida, más como un ritual cotidiano que como un elemento de nuestra dieta alimenticia.

La propiedad del trigo es muy rica en sales y minerales, como planta medicinal se utiliza para tratar los estados de desmineralización, anemia, deficiencia de crecimiento, tuberculosis, además es recomendable para el tratamiento de la esterilidad en el embarazo

y mientras perdure el periodo de lactancia materna. Otra propiedad muy importante posee la capacidad para combatir el colesterol, ya que contiene ácidos grasos, reduciendo el colesterol malo, Cuenta con las propiedades de las vitaminas b3, b5, b6 y b9; retira los productos tóxicos del organismo favoreciendo la conservación y reproducción de todas las células de nuestro cuerpo, lo puede consumir cualquier persona (niños, jóvenes, adultos),

No contiene cafeína, ayuda al buen funcionamiento de nuestro aparato digestivo, muy recomendable en personas con anemia. Ayuda en caso de tener úlceras, Y también es recomendado para aumentar la elasticidad en la piel y tenga mejor tonificación. Encalada, E. (2019). La alimentación ‘fitness’ motivó su emprendimiento. *Lideres*, 15-16.

El propósito es determinar la factibilidad económica de producir un cappuccino hecho a base de trigo un producto saludable con propiedades nutritivas y ventajas sobre el cappuccino clásico, principalmente por no contener cafeína. Podrá ser consumido por todas las personas, ya sean niños, jóvenes o adultos sin restricción alguna, consumidores o no del café tradicional, ya que no genera ningún perjuicio para la salud.

Es por este motivo que considero necesario la creación de una empresa comercializadora de cappuccino de trigo con el fin de rescatar las tradiciones y dar una nueva alternativa ya que es un nuevo producto e innovador que brindara beneficios a los consumidores contribuyendo a mejorar la calidad de vida y disfrutar de las mismas bondades del café, pero de manera más natural. Villaseca Morales, D. (2014). *Innovación y Marketing de Servicios en la Era Digital*. Madrid: Esic.

Consciente de la importancia que tiene el uso de los cereales en la producción agrícola, esto con el objeto de contribuir tanto al desarrollo económico y productivo de las provincias productoras del trigo para los diversos productos.

2.- METODOLOGÍA

Se realizó varios métodos de investigación de campo, a continuación, las siguientes:

- Encuestas realizadas para recabar los datos directos que permitan obtener

información de primera mano.

- Observaciones realizadas en el mismo terreno donde opera el aspecto que va a estudiarse.

Para este proyecto se va a emplear la encuesta. El diseño de la encuesta cumple con las propiedades básicas de: claridad de lenguaje y respuestas fáciles que no provoquen incomodidad. Se puede utilizar varios tipos de preguntas:

- Abiertas y cerradas: abiertas son aquellas en que el entrevistado puede dar libremente su respuesta, en las cerradas el entrevistado debe elegir una o varias.
- Preguntas para ordenar: en ellas se pide al entrevistado que según su criterio coloque por orden los términos que se le indican.
- De opción múltiple: se ofrece una serie de respuestas y pide a los encuestados seleccionar una o más alternativas.

En los resultados de mercado se especificó el producto, se analizó la demanda en dónde se aplicó las encuestas a las Familias de Quito en base a una muestra de 396, también se analizó la oferta a través de una entrevista realizadas a los dueños de comerciales o distribuidoras de la ciudad, en dónde se pudo comprobar con que producto se compite, así mismo como comparar los precios y su comercialización.

Para determinar la factibilidad del producto se realizan cuatro estudios estructurales (*mercado, técnico, financiero y organizacional*), dónde se definió cada uno de los procedimientos para que la empresa se posicione en el mercado. En el estudio técnico se seleccionó el tamaño, se consolidó el flujo del proceso y se planteó los requerimientos de maquinaria, equipos y muebles de oficina los cuales se distribuyen teniendo en cuenta el tamaño de la planta. Salinas, P. J. (2014). Iniciación Práctica a la Investigación Científica. Mérida: 2da ed. Consejo de Publicaciones de la Universidad de los Andes.

El estudio financiero es dónde se convierte las variables del mercado y técnicas a valores monetarios, en este se consolidó el monto de la inversión, además se calculan otros indicadores como el análisis de sensibilidad, el período de recuperación de capital y la relación costo-beneficio que permiten reforzar la validez de la propuesta sin que ello dependa básicamente la aceptación o no del proyecto. Gomollon, F. A. (1996). Ejercicios de Investigaciones de Operaciones. Madrid: Esic.

En el estudio organizacional se planteó las bases legales para el funcionamiento de la empresa, se propone el organigrama estructural, funcional y posicional, en dónde se describe los niveles jerárquicos y las funciones de la misma, además se analizó las funciones administrativas como son: la previsión, planeación, organización, dirección y control. Rodriguez Mansilla, D. (1991). Gestión Organizacional. Santiago: Plaza y Valdez.

3.- RESULTADOS

En este punto trataremos los conceptos básicos para la producción y comercialización de Cappuccino de Trigo.

“El trigo es una de las materias primas que más requiere la industria. Se destina para la fabricación de harina, que es uno de los alimentos que más se consume en el país. Sin embargo, a pesar de que la demanda se incrementó, el número de productores ha estado disminuyendo”, nos manifiesta Danilo Basantes, Director Provincial del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en Chimborazo.

Muchas de las razones por las que los agricultores dejaron de sembrar trigo tienen que ver con los bajos precios que rondan el mercado. También, debido a un fuerte Movimiento migratorio en las principales provincias productoras, en busca de una mejor oportunidad produjo una escasez de mano de obra. Iniap. (25 de Noviembre de 2014). Iniap Tecnología. Recuperado el 22 de Enero de 2019, Iniap Tecnología. Recuperado en: <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mcereal/rtrigo>

Estudios muestran que la producción de este cereal ha estado en caída en los últimos 10 años por lo cual el País opta por incentivar a la producción local del cereal.

Ecuador - Trigo - Producción (Toneladas)



Fuente : FAO

Años : 2016

Creación : Actualitix.com - Todos los derechos reservados



Figura No. 1 Producción de trigo en Ecuador

En: FAO, 2016. Actualitix.com

Diego Córdoba, Presidente de la Asociación Ecuatoriana de Molineros (Asemol), explicó que actualmente el 90 % (500.000 toneladas) del trigo que consume la industria nacional es importado de Estados Unidos, Canadá y otros países, el 10% restante es producción local. Lo cual nos muestra que nuestro producto puede tener riesgos debido a que es un producto que en su mayor porcentaje se importa.

Márquez, C. (2016). Un plan para producir más trigo en el país. Líderes, 12-18.

A diferencia del café el trigo tiene algunos beneficios los cuales se detallan a continuación, con la finalidad de incentivar al mercado objetivo al consumo de nuestro cappuccino en relación con los que existe en el mercado actual.

1. Contiene proteína de origen vegetal, vitaminas del complejo B y E, ácido fólico, tiamina, minerales como fósforo, zinc, selenio, potasio, hierro, y bajo contenido de sodio.

2. El germen de trigo al no tener purinas, es un alimento dirigido a aquellas personas que tengan un nivel alto de ácido úrico. Por este motivo, ayuda a evitar ataques en pacientes de gota.
3. No contiene colesterol, lo cual beneficia el sistema circulatorio y nuestro corazón.
4. Dada su alta cantidad de proteínas, el germen de trigo es un alimento recomendado especialmente para el desarrollo muscular, y por su aporte en hierro beneficia a quienes practican entrenamientos intensos.
5. Al ser rico en potasio, ayuda a una buena circulación, regulando la presión arterial, incluso podría prevenir enfermedades reumáticas o artritis.
6. El alto contenido en zinc facilita a nuestro organismo la asimilación y el almacenamiento de la insulina, la cicatrización de heridas y a metabolizar las proteínas. Además, combate la fatiga e interviene en el transporte de la vitamina A en la retina.
7. Tomar germen de trigo, al estar entre los alimentos ricos en fibra, ayuda a favorecer el tránsito intestinal.
8. La vitamina B2 puede ayudar a combatir las migrañas, mantener una buena salud ocular y reducir problemas nerviosos como el insomnio, la ansiedad o el estrés. ’

COMERCIALIZACIÓN

Coffee Ecuador incursionará en el mercado de Cappuccino a través de casas abiertas y ferias de emprendimiento con el objetivo de que las personas puedan degustar el producto, se piensa también en pequeñas muestras instantáneas a través de Uber Go. Las presentaciones se realizan en pequeños sobres de 20g, otra opción es establecer un convenio con la Universidad Central para ofertar el cappuccino de trigo en las máquinas expendedoras de café, al ser una vía para la introducción del producto, se pensará en precios predatorios con el objetivo de incursionar en el mercado e informar y persuadir a nuestro nuevo mercado. Morles Matamoros, E., & Villalobos Flores, A. (1985). Comercialización de Productos Agropecuarios. San José:

Editorial Universidad Estatal a Distancia.

El logotipo de Coffe Ecuador se centra en los colores beige, café y crema, los cuales tienen una respectiva influencia en la tranquilidad, sabiduría y estabilidad. En cuanto al Marketing Digital se prevé la creación de un sitio web y redes sociales, se contratará publicidad a través de Facebook, Instagram, MercadoLibre, OLX. Etc. donde se tiene un mercado potencial.

Otro aspecto importante que se debe tomar en cuenta es el empaque que debe contar con toda la información nutricional, eso incluye al semáforo nutricional, además debe contar con los permisos sanitarios al ser un producto de consumo. Los empaques serán amigables con el medio ambiente ya que serán reciclables.

En cuanto al Mercado de cappuccino en la Región resulta muy restringido para impulsar Coffe Ecuador a través de máquinas expendedoras de cappuccino, a continuación, se muestra un gráfico en donde detalla la presencia de marcas ya existentes en la Región, no se muestra datos en cuanto a nuestro país, pero a simple vista el porcentaje en nuestro País puede ser semejante al de Colombia.



Figura No. 2 Negocios de máquinas de Café

En: Euromonitor Internacional

El mercado del Cappuccino en el Ecuador es de difícil acceso ya que una empresa se encuentra posicionada desde hace muchos años , como es Nescafé, con una variedad de opciones y sabores , las máquinas expendedoras de Cappuccino a través de venta directa al Cliente son propiedad de Nestlé en una proporción del 80% el restante son de otras marcas , en las cuales se podría incursionar el producto , ya que se podría tener acceso a ciertas máquinas y comercializar el producto en diferentes instituciones público privadas del País.

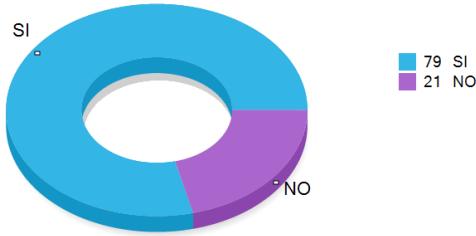
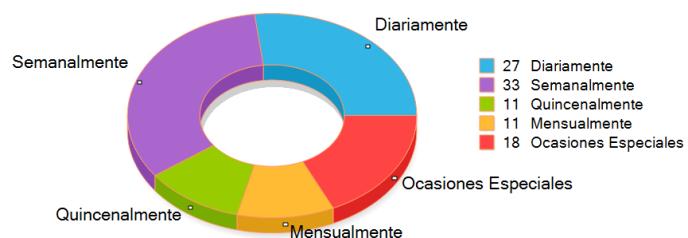
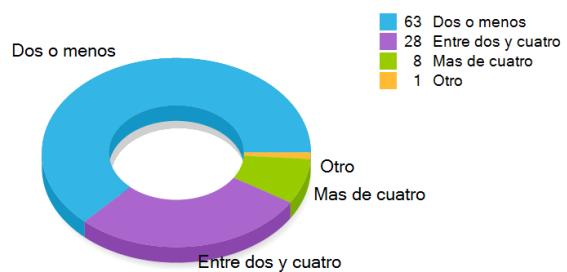
Coffe Ecuador debe buscar alternativas de comercialización a través de convenios y alianzas con otras empresas para incursionar en el mercado, por último, debe buscar financiamiento para ser una empresa competitiva en el mercado la cual se prevé a través de la adquisición de maquinaria para hacer frente a la competencia.

PROPIUESTA

La propuesta que nosotros como iniciadores de este proyecto es que es un producto que se puede consumir en cualquier circunstancia, ya que es un producto cien por ciento natural y que además nos aporta grandes beneficios a la salud.

Conociendo también que es un producto que se elabora en su cien por ciento naturalmente sin químico ni preservantes conociendo también que es un producto que se da mucho en nuestro país Ecuador y el cual deseamos que sea conocido a nivel mundial.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Consume usted productos hechos a base de trigo con regularidad?**3. ¿Con qué frecuencia consume usted productos hechos a base de trigo?****4. ¿Cuál es la cantidad aproximada de productos hechos a base de trigo que usted adquiere por cada compra?**

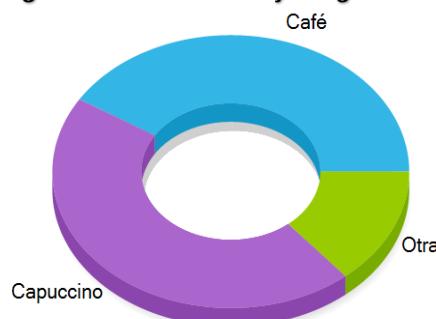
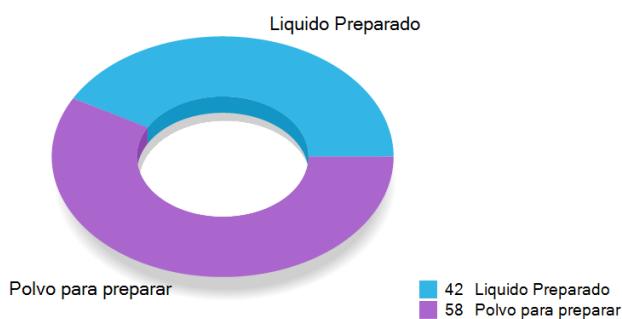
5. ¿De las siguientes características cual es la de su preferencia?

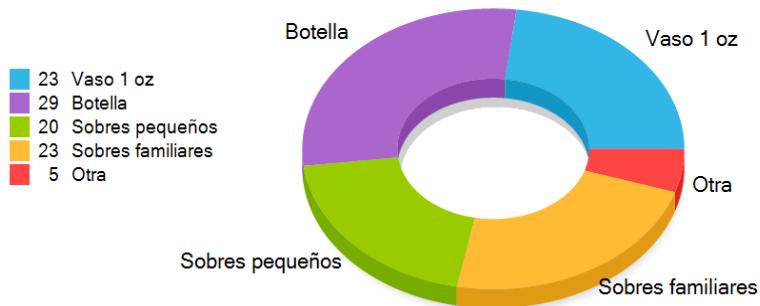
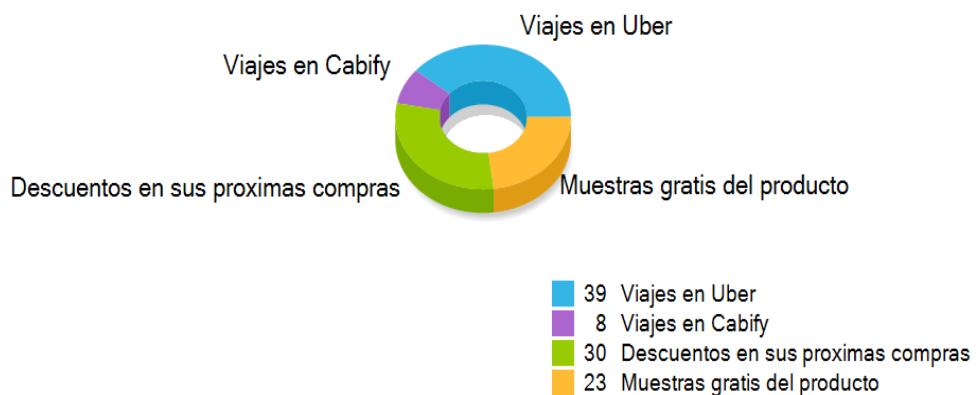
- 42 Café echo a base de trigo
- 44 Capuccino echo a base de trigo
- 14 Otra



**6. De los siguientes tipos de productos hechos a base de trigo
¿cuál es el de su mayor agrado?**

- 41 Café
- 45 Capuccino
- 14 Otra

**8. ¿Cómo prefiere los productos hechos a base de trigo?**

9. ¿En qué presentación prefiere adquirir el producto?**10. Mediante una aplicación creada de la empresa le gustaría recibir:**

En base a los resultados obtenidos en la encuesta nos podemos dar cuenta que nuestro innovador producto va a tener una acogida del 79% dándonos a conocer mediante una campaña publicitaria digital.

Se va a manejar todos los medios electrónicos para realizar la publicidad y se va a promocionar mediante las redes sociales como son Facebook, Twitter, Instagram y por medio de nuestro sitio web.

La presentación de nuestro producto es innovadora lo realiza mediante ingredientes netamente naturales como es el trigo por lo que nuestro producto es orgánico y eso atrajo a nuestra clientela.

Con los resultados de nuestra encuesta podemos visualizar que nuestros productos serían consumidos con una frecuencia del 55%, se realizaría cada semana, se sabe que

nuestro producto es consumido en los desayunos como en las tardes, o tal vez comprar mientras se disfruta de una conversación con un amigo en cualquier centro comercial o cafetería del país.

Por último, cabe recalcar que para poder promocionar y comercializar nuestros productos la empresa va a lanzar una campaña publicitaria, realizado una alianza estratégica con las empresas de Uber Go y Cabify, en el cual podamos hacer degustaciones de nuestro producto, o a su vez realizar promociones con viajes gratis en los medios manifestados.

4.- CONCLUSIONES

El producto es muy aceptado por el público en general, los cuales se convierten en posibles compradores y consumidores, por lo cual, se debe promocionar el producto en el mercado.

La aceptación del producto es mayor al 75% lo cual generaría para la empresa una ganancia mayor a la esperada siempre y cuando se cumpla con todos los estándares de calidad que se ofrece al consumidor.

La publicidad en medios electrónicos es lo que más se usa en estos tiempos y con esto nuestro producto va a poder tener una mayor cantidad de posibles clientes y consumidores, ya que como se menciona el producto es netamente orgánico y está hecho a base de trigo.

Se impulsa la mano de obra ecuatoriana, ya que la materia prima que se va a utilizar para fabricar los distintos productos es original de ecuador, con lo cual se implementara conseguir proveedores de trigo ecuatorianos y con esto se impulsa a la agricultura del país de una manera indirecta a la economía de Ecuador.

Estos sistemas de tratamiento del trigo en poscosecha, tanto en las asociaciones están marcadas en las regiones de producción que son beneficiosas como proveedores con un producto de alta calidad que garanticen la degustación del cappuccino en sabor, aroma, consistencia y se pueda satisfacer las necesidades de los clientes.

A partir del estudio realizado, los diagnósticos y estudios realizados se puede concluir que todos los procesos por mejorar la calidad del producto final están enmarcados en preservar la salud y estilo de vida, brindando oportunidad con fuentes laborales a personas de la tercera edad que tienen mucha experiencia y esto garantizaría los servicios en beneficio de los consumidores.

Al desarrollar la imagen, sitio web y publicidad en las redes sociales permitirá que se pueda dar a conocer sobre este innovador emprendimiento y esto permitirá que se incremente una significativa cantidad de clientes.

Referencias Bibliográficas

- Encalada, E. (2019). La alimentación 'fitness' motivó su emprendimiento. *Lideres*, 15-16.
- Gomollon, F. A. (1996). *Ejercicios de Investigaciones de Operaciones*. Madrid: Esic.
- Iniap. (25 de Noviembre de 2014). *Iniap Tecnología*. Recuperado el 22 de Enero de 2019, de Iniap Tecnología.: <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mcereal/trigo>
- Marquez, C. (2016). Un plan para producir más trigo en el país. *Lideres*, 12-18.
- Morles Matamoros, E., & Villalobos Flores, A. (1985). *Comercialización de Productos Agropecuarios*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Puertas, J. (2013). Diversidad Exotica. *Virtual Pro*, 51-54.
- Rodriguez Mansilla, D. (1991). *Gestión Organizacional*. Santiago: Plaza y Valdez.
- Romero, L. (13 de Junio de 2018). *Vanidades*. Recuperado el 22 de Enero de 2019, de Vanidades: <https://www.vanidades.com/estilo-de-vida/cuales-son-los-beneficios-salud-comer-germen-de-trigo/>
- Salinas, P. J. (2014). *Iniciación Práctica a la Investigación Científica*. Mérida: 2da ed. Consejo de Publicaciones de la Universidad de los Andes.
- Villaseca Morales, D. (2014). *Innovación y Marketing de Servicios en la Era Digital*. Madrid: Esic.