

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

FACULTAD DE INGENIERIA



**“ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA EL  
LANZAMIENTO DEL PRODUCTO TORTILLA-NACHO, EN EL  
MERCADO DE LOS CINES Y TIENDAS DE CONVENIENCIA DE  
LA CIUDAD CAPITAL”**

*Excelencia que trasciende*

Trabajo de investigación presentado  
por Christian Rodrigo López Rodríguez  
para optar al grado de  
Licenciado en Ingeniería Industrial

Guatemala  
2006

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

FACULTAD DE INGENIERIA

**“ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA EL  
LANZAMIENTO DEL PRODUCTO TORTILLA-NACHO, EN EL  
MERCADO DE LOS CINES Y TIENDAS DE CONVENIENCIA DE  
LA CIUDAD CAPITAL”**

Guatemala  
2006



**“ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA EL  
LANZAMIENTO DEL PRODUCTO TORTILLA-NACHO, EN EL  
MERCADO DE LOS CINES Y TIENDAS DE CONVENIENCIA DE  
LA CIUDAD CAPITAL”**

Vo.Bo.

(f) \_\_\_\_\_  
Ingeniero Manuel Hernández

Tribunal

(f) \_\_\_\_\_  
Ingeniero Carlos Paredes

(f) \_\_\_\_\_  
Ingeniero Pablo Mansilla

(f) \_\_\_\_\_  
Ingeniero Manuel Hernández

Fecha de aprobación:

Guatemala 18 de enero de 2,006.

## CONTENIDO

	Página
LISTA DE GRÁFICOS	vii
RESUMEN	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. OBJETIVOS	2
III. MARCO TEÓRICO	3
IV. METODOLOGÍA PARA LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	22
V. ASPECTOS DE MANUFACTURA Y LOGÍSTICA	32
VI. EL PLAN DE NEGOCIO	40
VII. CONCLUSIONES	44
VIII. RECOMENDACIONES	46
IX. BIBLIOGRAFÍA	47
X. ANEXOS	48

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico	Página
1. Receta del producto tortilla-nacho	32
2. Polipropileno biorientado	33
3. Polipropileno sin orientación	33
4. Historial de porcentaje de hojuelas enteras tortilla-nacho	34
5. Panel utilizada para realizar las pruebas de manejo	35
6. Criterios de clasificación de producto tortilla-nacho	35
7. Dummie de 810 y 910 gramos	38
8. Dummie de 1,010 gramos	38
9. Costeo de producto (en porcentajes)	39
10. Dispensador visible para nachos con publicidad de Frito Lay	41
11. Presentación de una porción de nachos con queso	41

## RESUMEN

Frito Lay Guatemala, es una empresa que a lo largo de los años ha sufrido transformaciones importantes. En 1961 el Señor René Méndez, junto con tres socios, inician la empresa, ubicada en la zona 1 de la ciudad capital, cuyos principales productos eran papalinas fritas y arroz inflado. El año siguiente, el Señor Isidoro Filler's, autoriza el uso de la marca FILLER'S y otorga las franquicias para fabricar los primeros productos de: CHEEZ-TRIX, BACON CRISPS y TORTRIX.

En 1965 se inicia la empresa Productos Alimenticios René, S.A., razón social que mantiene a la fecha. Los distintos inversionistas y propietarios que han estado a cargo de la empresa, la han hecho crecer hasta ocupar el liderazgo en el mercado guatemalteco de "snacks", ofreciendo a los consumidores calidad, innovación, sabor, diversión y un precio adecuado de sus productos. Hoy por hoy, luego de sufrir muchas transformaciones debido a los cambios de marcas (Filler's, Sabritas, Lay's etc.) la empresa finalmente lleva el nombre Frito Lay, el cual es reconocido a nivel mundial. Frito Lay pertenece a su vez al Grupo PEPSICO, dentro del cual se encuentran marcas de prestigio como Quaker Oats, Gatorade y Pepsi, principalmente.

Buscando siempre aumentar sus ventas y aprovechar las oportunidades que presenta el mercado, Frito Lay ha visto oportuno su ingreso al mercado de tortilla-nacho, conformado principalmente por tiendas de conveniencia y cines. Este es un mercado en el que aún no ha incursionado Frito Lay Guatemala, por lo cual es necesario investigarlo para conocer las necesidades de los clientes y de los consumidores, analizar a la competencia y establecer la capacidad técnica de la empresa para así desarrollar una propuesta de negocio que pueda ser competitiva en el mercado y genere mayor presencia en el mercado a Frito Lay. El proyecto se desarrollará aplicando Técnicas de Investigación de Mercados, para cuantificar y caracterizar el mercado. De dicha investigación, se obtendrá información valiosa para desarrollar la presentación del producto, estructura de costos, pronósticos de ventas, determinación del precio de venta y otros aspectos de carácter mercadológico.

Este estudio, tiene como fin entregar un producto ganador a la Gerencia de Mercadeo y Ventas de Frito Lay Guatemala, del cual se servirá para desarrollar una interesante propuesta de negocio a todos los virtuales clientes de compra de tortilla-nacho y marcar así un precedente innovador en el mercado de los cines y tiendas de conveniencia de la ciudad capital.

A su vez, el estudio intentará ser el punto de partida para poder ambicionar un proyecto más grande en el futuro, como será la venta institucional del tortilla-nacho (en restaurantes, hoteles, cafeterías, etc.) y con el tiempo extenderse por toda la República de Guatemala y el resto de Centro América.