

“Proyecto de factibilidad para la elaboración y comercialización de bocaditos de la médula de coco (cocada) en la provincia del Guayas”

Ninoska González Pineda

Paola Mosquera Fierro

Karina Flor Pintado

Víctor Hugo González

MAE (Magister en Administración de Empresas)

MSc. (Master of Science in Management)

MASC (Magister en Administración de Sistemas de Calidad)

Facultad de Economía y Negocios FEN

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

nimagonz@espol.edu.ec, kflor@espol.edu.ec, vgonzal@espol.edu.ec, dopamosq@espol.edu.ec

Resumen

El siguiente proyecto de grado se basa en el análisis de factibilidad para la elaboración y comercialización de bocaditos de la médula de coco (cocada) en la provincia del Guayas.

En el capítulo uno se detallará los antecedentes, los objetivos para llevar la correcta ejecución del proyecto. Además de la justificación de porque es importante cambiar la elaboración convencional por una tecnificada de la cocada.

En el capítulo dos se realizará el respectivo análisis e investigación de mercado para definir correctamente nuestro mercado objetivo y la respectiva demanda potencial.

En el capítulo tres se definirá el debido proceso de producción ajustándose a los requisitos sanitarios que se exige para asegurar la salud de los consumidores finales, se detallará en dicho capítulo elaboración, envasado, etiquetado y distribución.

En el capítulo cuatro se detallará los requerimientos del proyecto para el análisis de factibilidad como lo son los activos, capital de trabajo, financiamiento. Además estimación de los ingresos y gastos, flujo de caja y balances proyectados.

En el capítulo cinco una vez proyectado en el capítulo cuatro se basará en el análisis financiero del proyecto, para determinar si el proyecto es rentable, de acuerdo al análisis de sensibilidad.

Palabras Claves: coco, cocada, bocadito, Guayas, Esmeraldas

Abstract

The following project of degree is based on the analysis of feasibility for the production and commercialization of morsels of the marrow of coconut (coconut sweet) on the province of the Guayas.

In the chapter one the precedents, the aims will be detailed to take the correct execution of the project. Besides the justification of because it is important to change the conventional production into a technology of the coconut sweet.

In the chapter two there will be realized the respective analysis and investigation of market to define correctly our target market and the respective potential demand.

In the chapter three the due process of production will be defined adjusting to the sanitary requirements that it is required to assure the health of the final consumers, there will be detailed in the above mentioned chapter production, packaging, labelling and distribution.

In the chapter four the requirements of the project will be detailed for the analysis of feasibility like it are the assets, the capital of work, financing. In addition estimation of the income and expenses, cash flow and projected balance sheets.

In the chapter five once projected in the chapter four it will be based on the financial analysis of the project, to determine if the project is profitable, in agreement to the analysis of sensibility.

Keywords: coconut, coconut sweet, morsel, Guayas, Esmeraldas

1. Antecedentes

Los pocos esmeraldeños que vivían en Guayaquil se dedicaban a la elaboración de cocada natural -de color café-, y las de tono blanco, amarillo y rosado que se volvían así por el uso de tintes vegetales. Quienes las preparaban les daban diversas formas. Ya listo el producto, salían a ofrecerlo en las calles céntricas porteñas, puertas de escuelas y colegios, estadios, centros de diversión, parques, mercados y más lugares de asistencia masiva.

1.1 Objetivo General

Analizar la factibilidad económica-financiera, de pasar de la elaboración artesanal a la elaboración tecnificada de la cocada y su comercialización en el mercado local (provincia del Guayas), ofreciendo una nueva imagen de presentación, calidad e higiene.

1.1.1 Objetivos Específicos

- Analizar las diferentes estrategias de mercado para contribuir al fuerte posicionamiento de la marca.
- Analizar el mercado de la provincia del Guayas con respecto a la demanda del producto, identificando las oportunidades y amenazas, además de frecuencia, y factores que influyen en la decisión de compra del cliente.
- Investigar los debidos procesos que debe cumplir la elaboración de los bocaditos de cocos, cumpliendo con los controles sanitarios requeridos.
- Definir los beneficios económicos que generarán en el corto y largo plazo la producción de bocaditos de coco.

- Realizar un estudio financiero para medir la rentabilidad de implementar en la elaboración de cocadas tecnología y normas de calidad.

1.2 Justificación

Al momento de visitar los locales de supermercados y tiendas de barrio nos podemos dar cuenta que el producto no cuenta con una imagen proveniente de una marca que brinde seguridad al cliente de que el producto que consume está estandarizado y aprobado higiénicamente. Es por esto que consideramos importante realizar un debido estudio de cómo llevar lo que hasta ahora ha sido una elaboración artesanal, a una producción tecnificada de los bocaditos de coco.

2. Análisis e Investigación del Mercado de Bocaditos de Coco.

2.1 Marco general

2.1.1 Marco general del país. Guayas que contiene a la ciudad de Guayaquil considerada la capital comercial del Ecuador según las estadísticas de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, al ser una capital económica atrae a los habitantes de otras provincias a establecerse en la provincia ya sea en las zonas rurales o urbanas, entre ellos encontramos a los afroamericanos en Guayaquil es la ciudad donde más afro ecuatorianos hay (cerca de 175.000) siendo estos parte importante en el movimiento de la economía con su aporte en los diferentes productos artesanales que aprendieron tradicionalmente en su tierra.

2.1.2 Marco general del sector. En Ecuador circulan dos tipos de golosinas o como en este caso hemos denominado confecciones de dulce:

- **Confecciones de chocolate.** Son las preparaciones que emplean cacao o chocolate en su elaboración, y
 - **Confecciones de azúcar,** donde éste es el principal ingrediente y no emplean cacao en su elaboración.
 - Su necesidad de consumo viene dada por tentación o simple deseo de adquirir un dulce con empaques llamativos.
 - Al momento de analizar sobre los principales fabricantes de golosinas podemos distinguir La Universal, además Nestlé y Confiteca.
 - Según investigaciones realizadas en diferentes proyectos la demanda de golosinas tiende a ser elástica respecto al poder adquisitivo debido a que son alimentos básicos de la dieta y no se consumen en grandes cantidades.

2.2 Propuesta de valor

2.2.1 Valor = Beneficio Costo. La cocada o bocadito de la médula de coco, es un producto que proviene de una fruta exótica que crece en nuestro país, muchas personas reconocen este producto por ser étnico y parte de nuestra cultura pero no identifican una marca. Con un proceso tecnificado se garantizará un producto de calidad y se aportará a fuentes de trabajo para los afroamericanos que habitan en Guayaquil.

2.2.2 Solución del problema. El bocadito de coco (cocada) patrimonio cultural del Ecuador, que se ha mantenido siempre en la venta informal en calles, avenidas y buses tendrá la oportunidad de mejorar su

forma de elaboración, presentarse con una imagen respaldada por su buena calidad y certificación de higiene.

2.2.3 Estado de desarrollo. El proyecto de factibilidad para el producto analizado realiza la etapa primaria, ya que va desde el proceso de recepción de la materia prima, su transformación, distribución con garantía de calidad y cumpliendo con los requerimientos sanitarios indispensables para que el producto este acto para su consumo.

2.3 Marketing Mix

2.3.1 Característica del producto. Cocada oscura.- Es un dulce propio de la ralladura de coco, leche condensada y con especias esenciales para su buen sabor como canela, anís y vainilla. El color lo toma gracias a que se derrite el azúcar.

Cocada blanca.- Es similar a la oscura pero lleva como ingrediente adicional harina, lo que hace que se diferencie de la cocada oscura.

Presentaciones

- Envase Cilíndrico Vi-trolero Galón Tableado Tipo Jarra. Envase (botella) plástico PET (polietileno Tereftalato) ideal como contenedor para dulces x 50 unidades 1890 grs.
- Cajas x 6 unidades 241grs. y Cajas x 12 unidades 466 grs.

2.3.2 Precio. El precio por unidad de las cocadas será de \$0.125 centavos. Así según nuestras presentaciones de ente 6 y hasta 50 unidades los precios van desde \$0.75 centavos hasta \$6.25 centavos. Teniendo en cuenta el presupuesto con el que cuentan nuestros clientes y el sector al que vamos a llegar.

2.3.3 Plaza y distribución. El lugar donde serán comercializados los bocaditos de coco es en todo el territorio de la provincia del Guayas, empezando con venta directa a los diferentes supermercados e hipermercados reconocidos y visitados por las familias que residen en las diferentes ciudades de la provincia.

La distribución se hará por medio de la contratación o alquiler de furgones pequeños, para que el producto sea transportado de forma segura luego que esté listo para su consumo.

2.3.4 Promoción

- Dar a probar en pequeñas porciones el producto.
- Mediante una página web, se establecerán nuevos contactos que estén interesados en comenzar un vínculo comercial con la empresa.
- Se atenderá pedidos vía telefónica además de sugerencias e inquietudes por lo que se establecerá un call center para atención continua y eficiente.

2.4 Ciclo de vida y segmentación del producto

Según el análisis realizado de las fases de vida de un producto, se puede determinar que el producto está en la fase de desarrollo debido a que recién se ha encontrado la idea y se la está desarrollando para después introducir el producto al mercado. Se puede determinar que este producto (cocadas) tendrá muy buena aceptación por parte de los niños, jóvenes y adultos ya que tienen acceso a los principales lugares donde se distribuirá el producto.

2.5 Posicionamiento

2.5.1 Variables de Posicionamiento. Precio: El precio de las cocadas que se venden en las calles de la ciudad

de Guayaquil no pasa de 0.25 centavos, en el cual ya está considerado los costos de producción. Por lo que el precio por unidad de las cocadas será de \$0.125 centavos.

Calidad: Un factor muy importante para la aceptación de las cocadas será la calidad debido a que tendrá certificaciones sanitarias.

2.6. Análisis de la situación de mercado 5 C'S

Contexto: La empresa cumplirá con todos los requerimientos necesarios para su constitución para obtener la aprobación de la Superintendencia de Compañías y los requerimientos necesarios para su funcionamiento.

Compañía: Una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de Cocadas de excelente calidad y con certificaciones sanitarias.

Consumidores: Nuestro público meta son los consumidores finales de cualquier edad.

Colaboradores: Las haciendas y productores de coco de Esmeraldas, también lo serán las personas encargadas de la preparación y los proveedores de transporte para su distribución.

Competidores: Nuestro producto no tiene competidores directo pues no existe una empresa que se produzca cocadas o bocaditos de coco de manera industrial, pero si tenemos como competidores indirectos a los vendedores informales que elaboran de manera artesanal las cocadas.

2.7 Mercado potencial

Según las estadísticas analizadas dentro de la investigación del entorno del país, Guayas cuenta con 3.070.145 habitantes dentro de ellos la población

económicamente activa de la provincia del guayas es de 1.220.389 por lo tanto es este nuestro mercado potencial.

2.8 Análisis de oportunidades y amenazas

Oportunidades:

- Empresa nueva en el mercado de dulces.
- Apoyo del gobierno por lo nuestro.
- Producto elaborado bajo requerimiento sanitario

lo que permite entrar en los supermercados.

Amenazas:

- Trabajadores informales que ofrecen el producto a menor precio.
- Problemas ambientales que produzcan el agotamiento de la materia prima (coco).

2.9 Plan de comercialización

Nuestro plan de comercialización se basaría en crear una marca y un empaque a nuestro producto y hacerlo conocer por medio de publicidad, esto es por medio de anuncios en creación de un blogspot con la imagen diseñada previamente para el producto, gigantografías en tiendas en la zona sur y norte donde existe mayor mercado; además de cña radial en uno de las emisoras más sintonizada.

2.10 Desarrollo del proceso de investigación

2.10.1 Objetivo de la investigación

- Analizar el mercado de la provincia del Guayas con respecto a la demanda del producto, identificando las oportunidades y amenazas, además de frecuencia, y factores que influyen en la decisión de compra del cliente.

2.10.2 Fases del diseño. Para la investigación se hará la respectiva recolección de datos cuantitativos por medio de la Encuesta, además de grupo focal.

2.10.3 Fuentes de información

Secundarias:

- Páginas Web del Internet, información propia de prensa escrita tales como revista, periódicos locales, libros entre otros.

Primarias:

- Grupo focal para las entrevistas informales y encuestas personales.

2.10.4 Diseño de la muestra. Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza un método aleatorio simple irrestricto, donde se sabrá la muestra necesaria sometida a investigación de la población de la provincia del Guayas.

$$n = \frac{1,96^2 (0,7 \times 0,3)}{0,0025} = 322,69$$

2.10.5 Estimación de la demanda. Según el estudio obtuvimos como resultado que las personas que consumen las cocadas se encuentran entre los 15 años hasta los 64 años los de la tercera no son considerados en nuestro mercado ya que son los que más sufren de enfermedades donde deben disminuir azúcares en su dieta, por lo tanto demanda mensual es de 461.456 personas.

3. Proceso de producción

3.1 Descripción del proceso de producción

Gráfico 3.1 Descripción del Proceso



Elaborada por las autoras

La materia es previamente revisada, ingresan a la planta y se almacenan en un área totalmente esterilizada, para pasar a la máquina de rallado del coco, mientras en la amasadora térmica especial para cocadas se disuelve a velocidad media y temperatura 80 °C los ingredientes adicionales para darle sabor al coco rallado, una vez que se adjunta el coco se mezcla a alta velocidad con una temperatura de 380 °C por una hora, una vez que este solidificado el producto se deja enfriar en las mesas donde la masa compactada pasa al respectivo corte según la presentación, empaquetado y después se realiza la debida inspección para su posterior distribución.

3.2. Distribución de planta

Se necesita un local de aproximadamente 302.65 metros cuadrados donde se puedan distribuir los diferentes insumos.

Tabla 3.1: Distribución de la planta

AREAS	DIMENSIONES METROS CUADRADOS
Área administrativa	55,5
Área suministro y almacenamiento	61,53
Área de preparación del producto (rallado, procesado, enfriado, cortado)	35,00
Área de empaque	30,09
Área de servicios generales	84,49
Área común o pasillos	34,04

Elaborado por las autoras

3.3. Normas de Calidad y Requerimientos sanitarios del producto

Normas de calidad

Para conseguir que el producto obtenga la calidad deseada, tiene que adoptar y aprobar una serie de especificaciones técnicas y de uso que a nivel internacional se conocen con el nombre de Normas ISO 9000.

Requerimientos sanitarios del producto

Las personas encargadas de manipular las cocadas si poseen alguna enfermedad contagiosa no podrán proceder a la elaboración.

Las personas deben lavarse las manos antes de la elaboración de la cocadas, usar gorro y guantes. Además de ropa muy limpia y mascarilla.

El lugar donde se elaboran y almacenan las cocadas debe estar muy limpio y libre de insectos.

La distribución y almacenamiento de los bocaditos se realizará en equipos apropiados y condiciones sanitarias adecuadas.

4. Requerimientos para el proyecto de factibilidad

El horizonte de planeación para el análisis de factibilidad es de 10 años, en la que se establecerá una tasa de rentabilidad acorde con el mercado.

TOTAL INVERSIÓN

ACTIVOS FIJOS \$ 46.754,93

ACTIVOS DIFERIDOS \$ 3.305,10

CAPITAL DE TRABAJOS \$ 44.814,07

TOTAL ACTIVOS FIJOS \$ 46.754,93

TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS \$ 3.305,10

El financiamiento estará dividido el 60% que lo aportarán los socios de la empresa y el 40% se solicitará un crédito a la Corporación Financiera Nacional.

Los costos variables de producción son:

- Materia prima
- Mano de obra directa
- Materiales indirectos de producción.
- Materiales de promoción

Los costos fijos son:

- Mantenimiento y reparación
- Depreciación
- Amortización

5. Evaluación financiera

La TIR del proyecto es de 45% la misma que comparada con la TMAR 21.62%.

Con el flujo de caja del inversionista y siendo descontados a la TMAR calculada se obtiene un valor actual positivo neto de \$ 185.815,84 por lo que con este valor se puede concluir que es viable

Análisis de sensibilidad

Tabla 5.2 Análisis de sensibilidad

VARIABLE	CAMBIO	VAN	TIR
PRECIO	AUMENTA 5%	\$246.195,59	50%
	DISMINUYE 5%	\$64.509,34	30%
INFLACIÓN	AUMENTA 5%	\$168.857,48	41%
DEFLACIÓN	DISMINUYE 5%	\$141.847,44	39%
TASA DE INTERES DE LA DEUDA	AUMENTA 5%	\$154.994,96	40%
	DISMINUYE 5%	\$155.541,89	40%

Elaborado por las autoras

Conclusiones y Recomendaciones

El proyecto cubrirá las necesidades del consumidor al otorgar un producto con elaboración tecnificada que brindará beneficios en el corto y largo plazo pues a través de las proyecciones realizadas mostraron utilidades que reflejan un proyecto económicamente estable.

Según el análisis de la muestra obtenida existe una importante demanda de personas dispuestas a consumir cocadas, ellos exigen un producto de calidad con sus respectivos requerimientos sanitarios y que mantengan su sabor tradicional. Es por esto que el proyecto desarrolla un importante proceso que garantiza esta exigencia de consumidores participantes.

Además se generará fuentes importantes de trabajo para las personas que participan de la realización del proyecto.

Referencias

(1) Nassir & Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos, IV Edición.

(2) Bibliografía electrónica

- La cocada quiere viajar por el mundo, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-cocada-quiere-viajar-por-el-mundo-320232.html>, 24/Noviembre/2008; 00:15.
- La cocada esmeraldeña, http://www.hispaniamagazine.com/hispano/index.php?option=com_content&task=view&id=189&Itemid=50, sábado 17 enero del 2009.
- Estampas porteñas: Vendedores de cocadas José María Egas, <http://www.eluniverso.com/2009/07/19/1/1445/1D280B0C936A4506B910827F7B0BFFCB.html>, domingo 19 de julio del 2009.
- EN EL TERCER TRIMESTRE DEL 2010: Comercio y Manufactura crearon, en conjunto, 140 mil puestos de trabajo.

<http://www.elfinanciero.com/economia/economia.html>, 18 de octubre del 2010.

- Las normas de la serie 9000 y su certificación en Ecuador. www.derechoecuador.com/index2.php?option=com...do, 16/10/10.
- Ciclo de vida de un producto. es.wikipedia.org/wiki/Ciclo_de_vida_del_producto, 20/11/10.

MSc. Víctor Hugo González
Director de Tesis.