Proyecto de creación de una empresa exportadora de dulces típicos provenientes de la provincia de Manabí hacia Madrid - España

María de Fátima Avendaño Goya
María Julia Burneo Núñez
Viviana Paola Zambrano Farías
MSc. Constantino Tobalina Dito
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
maravend@espol.edu.ec, mburneo@espol.edu.ec, vizambra@espol.edu.ec, ctobalin@espol.edu.ec

Resumen

El siguiente proyecto de grado se basa en la creación de una empresa exportadora de dulces tradicionales provenientes de la provincia de Manabí hacia el mercado español.

En el capítulo uno se analizará factores claves como las relaciones comerciales entre Ecuador y España, además de la estabilidad económica, social y política del país ibérico para conocer la viabilidad de la exportación del producto a dicho país. Otras variables importantes que serán analizadas son el marketing mix, la propuesta de valor, el FODA, demanda, precio, mercado potencial, entre otros. Finalmente gracias al estudio de mercado se podrá determinar los gustos y preferencias de los posibles consumidores y el grado de aceptación del producto.

En el capítulo dos se realizará el estudio técnico y organizacional, en donde se describirá puntualmente el proceso que utiliza el proveedor para la elaboración de los productos que se comercializarán, en este caso serán alfajores, dulces de membrillo, bolitas de manjar y cocadas, además se detallará los requerimientos higiénicos que serán necesarios para su elaboración, envasado etiquetado y distribución. Con respecto al estudio organizacional se conocerá el número de empleados y operarios necesarios para el correcto funcionamiento de la compañía.

El capítulo tres se basará en el análisis financiero conociendo la factibilidad del proyecto desarrollando un flujo de caja proyectado a un periodo de 5 años y posteriormente determinar si dicho proyecto es rentable de acuerdo al análisis de sensibilidad desarrollado en un software llamado @Risk.

Palabras Claves: *distribución de dulces, exportación, acuerdos internacionales, proceso logístico*

Abstract

The following grade project will be based on the creation of a company which exports traditional sweetmeats coming from Rocafuerte – Manabí to Spain.

In chapter one it will analyze important topics such us commercial relations between Ecuador and Spain, its economy, social issues and politics, in that way it will be easy to know if it is viable to export the product to that country.

Some other important variables will be analyzed like marketing mix, value proposal, SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), demand, price, potential market, etc. It's important to know that market investigation will determine consumer preferences and how much acceptation the product will have.

Chapter two will contain the technical and organizational study, some preparation processes of the products that the company is going to sell, in this case it will be "alfajores", "cocadas", a kind of confectionary made of quince and "bolitas de manjar".

It will also contain some hygienic requirements, they will be important in order to make an excellent preparation, packaging, tagging and distribution. On the other hand it will analyze how many employees and operators will be needed.

Finally chapter three will be based on the financial analysis to know project's feasibility. In order to discover if the project can be true, it will be necessary to do the cash flow with an average period of five years and the sensitivity analysis done by an special software called @RISK, this will be used to know how profitable the project will be.

Key words*: international candy distribution, export, agreements, logistic process*

1. Introducción

En los últimos años se ha detectado un nuevo nicho de comercio, "el comercio de la nostalgia", que podría cambiar la importancia de las relaciones comerciales, sobre todo para Ecuador. La creciente importación de productos autóctonos ecuatorianos, de alimentación, hace que éstos vayan diversificándose y que su penetración en España sea más profunda.

2. Estudio de Mercado

2.1. Entorno Económico

En la década de los 90's, los flujos comerciales entre Ecuador y España eran relativamente bajos, ya que existían muchas barreras de intercambio comercial.

En el año 2001 se firmó el acuerdo bilateral migratorio, éste fue firmado para gestionar los flujos, la integración y la lucha contra la migración irregular, además busca maximizar el potencial económico de la migración para el desarrollo de Ecuador.

Desde el 2003 Ecuador comenzó a ser para España el décimo primer socio mientras que España fue el sexto cliente para Ecuador, lo que es realmente positivo porque si se analiza este factor significa que el país ibérico tiene gran demanda hacia el producto ecuatoriano en sus diversas formas.

2.2. Relaciones comerciales entre Ecuador y España

Principales productos que España le vende a Ecuador

- Máquinas y aparatos mecánicos
- Aparatos y material eléctrico
- Libros
- Colorantes
- Maquinaria agrícola
- Plásticos
- Vinos
- Productos de confitería

Principales productos que Ecuador le vende a España

- Pescado, atún
- Camarón
- Flores
- Frutas
- Manufacturas diversas

2.3. Acuerdos Bilaterales

1. Acuerdo migratorio

En el año 2001 se firmó el acuerdo bilateral migratorio, éste fue firmado para gestionar los flujos, la integración y la lucha contra la migración irregular, además busca maximizar el potencial económico de la migración para el desarrollo de Ecuador.

2. Programa financiero bilateral

Las relaciones económicas, son reguladas por el Programa Financiero Bilateral de 1997 cuya vigencia se ha prorrogado hasta diciembre de este año; donde se han realizado proyectos tales como el trolebús en Quito, el de agua potable en Loja y la Reforma a la educación técnica gracias a créditos españoles con resultados muy favorables.

3. Situación actual de la Empresa

3.1 Descripción

Con el propósito de satisfacer las necesidades de consumo de alimentos en lo relativo a dulces dirigido a emigrantes ecuatorianos en España, nace ECUADULCES S.A, con su marca "Dulces de mi Tierra", la cual tendrá como principal objetivo la comercialización de dulces típicos procedentes del cantón Rocafuerte de la Provincia de Manabí y su distribución a mayoristas en España.

3.2 Modelo de Negocio

El modelo de negocio escogido para la comercialización de los dulces es por medio de ventas al mayoreo, ya que la rentabilidad de muchas operaciones de distribución al por mayor superan las ventas al detalle de los productos, es decir que vender en cantidades pequeñas muchas veces no tiene la rentabilidad necesaria en el caso de las exportaciones.

3.3 Investigación de mercado

3.3.1. Objetivos. Determinar las características del mercado al cual vamos a introducir productos de la marca "Dulces de mi Tierra" de ECUADULCES S.A.

3.3.2. Población objetivo. Compatriotas que viven en España.

3.3.3. Técnica de muestreo. Muestreo no Probabilístico: Por conveniencia
Debido a que este proyecto tiene un objetivo académico y no se dispone de los recursos necesarios para contratar personal para las investigaciones; se optó que los miembros del grupo desarrollen roles tanto de investigadores como de encuestadores por lo que resulta fácil un estudio por conveniencia.

3.3.4. Tamaño de la muestra. La población son los 415,415 ecuatorianos residentes en España, el tamaño final de la muestra, según la fórmula estadística sería de 400 personas; pero cabe recalcar que por contar con poco tiempo para este minucioso estudio y por la gran dificultad que se encontró al realizar las encuestas vía telefónica a España no se llegó a encuestar a las 400 personas, sin embargo se goza con un número considerable de encuestados.

3.3.5. Conclusiones. Entre los hallazgos más importantes del estudio se destacan:

Hay un mayor número de compatriotas residiendo en la ciudad de Barcelona-España.

Un considerado porcentaje de los encuestados afirman que desean consumir los dulces típicos de la provincia de Manabí.

No existe mucha competencia en el sector de dulces en España específicamente en Barcelona.

La calidad y el precio son aspectos importantes al momento de adquirir dulces.

4. Mix de Marketing

4.1 Producto

Dulces de mi Tierra incluye 4 productos a exportar, los cuales son:

1. Alfajores,
2. Cocadas,
3. Dulces de membrillo y
4. Bolitas de manjar.

Para la elaboración de los productos antes mencionados los expertos en repostería de origen manabita utilizan los mejores ingredientes seleccionados como leche condensada, azúcar refinada, frutas como coco y membrillo, además de harina, huevos y otros ingredientes más que son inspeccionados por el Ingeniero en Alimentos para certificar a los consumidores productos de excelente calidad, lo que facilitará sobrellevar las barreras de importación que aplica el país ibérico.

4.2 Precio

El precio de los productos será de 1.18 dólares para los envases de 250gr. de 8 unidades y de 2.22 dólares para los envases de 500 gr. de 16 unidades, cabe recalcar que productos con similares características en España tienen precio aproximados a 2 Euros y que según el estudio realizado los ecuatorianos estarían dispuestos a pagar hasta 4 Euros por el envase de 8 unidades.

4.3 Plaza y Distribución

Se exportarán los dulces que vendrán del Cantón Rocafuerte hacia las oficinas en Guayaquil, donde se procederá a envasarlos en sus dos presentaciones de 250 y 500 gramos.

Las cajas, que en su interior contienen 8 y 16 unidades de dulces respectivamente, serán transportadas en un furgón hacia el aeropuerto José Joaquín de Olmedo, es ahí cuando se debe presentar todos los documentos necesarios para la exportación, todo el proceso de transporte internacional se realizará por medio del courrier DHL que se encargará de embarcar la mercadería en un avión tipo COMBI perteneciente a la aerolínea Iberia con destino a Madrid – España.

4.4 Promoción

La empresa a través de su call center realizará llamadas continuas a la base de datos de los migrantes ecuatorianos en España, esto será un medio para promocionar los productos e incentivar su consumo y que visiten los centros de distribución entre ellos supermercados y tiendas locales.

5. Proceso Logístico

5.1 Embalaje y Transporte de Rocafuerte-Guayaquil

El embalaje del producto se realizará de acuerdo a los requerimientos de Ecuadulces S.A previamente acordados con el proveedor y estos son:

1. Los dulces serán despachados en envases plásticos de PVC Y Poliestireno, cada envase contendrá un máximo de 8 unidades.
2. Los envases deberán estar firmemente sellados para que no exista ningún tipo de filtración de humedad, de esta forma el producto tendrá mínimas posibilidades de malograrse.
3. Cada envase contendrá el mismo tipo de dulces, esto evitará que en el trayecto a Guayaquil dulces de diferentes tipos se mezclen, dificultando el proceso de envasado y etiquetado que se realizará en una pequeña bodega.
4. Una vez envasados los dulces serán colocados en cajas de cartón, cuidando su preservación.
5. Las cajas ya selladas serán enviadas por medio del transporte de carga pesada Ecuatoriana de Transporte S.A. hacia Guayaquil, en esta ciudad serán recibidas por el personal de la empresa.

5.2 Envasado y Etiquetado (oficinas Guayaquil)

El proceso de envasado comienza por el arribo de las mercancías desde la Provincia de Manabí y su respectiva entrega en las oficinas de Guayaquil.

Desde que se recibe la mercadería (129,600 dulces por semana) los operarios deben estar cubiertos con guantes, mascarillas, mandiles, mallas protectoras y botas de caucho para la manipulación del producto y preservar la buena higiene. Esto se lo realizará en áreas totalmente desinfectadas y en mesones especiales.

Luego, los operarios proceden a sacarlas de los cartones y de sus respectivos envases plásticos, en este proceso se verificará que los dulces estén en perfecto estado y que lleguen en las condiciones en que se le indicó al proveedor, caso contrario serán devueltos al mismo.

Los productos son clasificados de acuerdo a su tipo para agilizar el proceso de empaquetado.

Una vez que son clasificados, se procede a colocarlos en un tipo de papel especial protector llamado pirotina, que recubrirá cada una de las unidades, en el caso de los dulces de membrillo, por su consistencia, estarán directamente cubiertos con una fina película protectora de plástico transparente.

Ya ingresados los dulces, se procederá a guardar una pequeña postal mostrando un lugar típico de Ecuador y en la parte posterior estará una pequeña leyenda de ese lugar.

Antes de que los productos sean guardados en las cajas respectivas, otro operario colocará las etiquetas en los envases plásticos.

Finalmente los envases son sellados, guardados en cajas de cartón y colocados en pilas. Los dos tipos de cajas de cartón que se exportarán estarán compuestas de la siguiente forma:

84 envases plásticos de 250 gr en cajas de 0.4x0.27x0.42 metros.

40 envases plásticos de 500 gr en cajas de 0.36x0.3x0.35 metros.

Se realizarán cuatro envíos mensuales, cada envío estará conformado por 198 cajas, entre ellas 90 para los envases plásticos de 250 gr y 108 para los de 500 gr.

Los cartones serán sellados con cinta de embalaje especial que tendrá impreso el logo de Ecuadulces S.A. y las palabras Guayaquil – Ecuador.

5.2.1 Especificaciones de Envases

Los empaques estarán elaborados con materias primas de la mejor calidad cuyo componente mayoritario es el PVC y el Poliestireno que son polímeros totalmente atóxicos, estos están diseñados para estar en contacto directo con alimentos para el consumo humano, al igual que los restantes aditivos de la formulación garantizando que no represente ningún tipo de contaminación y que al contrario preserve y proteja a los alimentos y productos de contaminantes externos.

Los empaques transparentes y brillantes de PVC, ofrecen el mejor balance en cuanto a propiedades físicas ya su aplicación final, siendo estas razones por las cuales hoy en día son los más utilizados en el sector alimenticio.

5.2.2 Especificaciones de Etiquetas

Las etiquetas contendrán todas las especificaciones necesarias para que no exista ningún tipo de inconveniente si faltare información, es por ello que se investigó todos los requisitos que debe tener la etiqueta del producto y son los siguientes:

1. Nombre del producto.
2. Denominación comercial.
3. Nombre, dirección del fabricante y del envasador.
4. Relación de ingredientes, peso neto, fecha de elaboración y de caducidad.
5. También se expresan los contenidos en calorías, nutrientes y otros datos (Tabla nutricional).

6. Condiciones especiales de conservación.
7. Registro sanitario.
8. Código de barras para llevar un mejor control de las mercancías.
9. Logo de hecho en Ecuador.

5.3 Embalaje para despacho a España

Las cajas serán selladas con una cinta de embalaje especial la cual tendrá impreso el logo de la empresa y el origen de la misma.

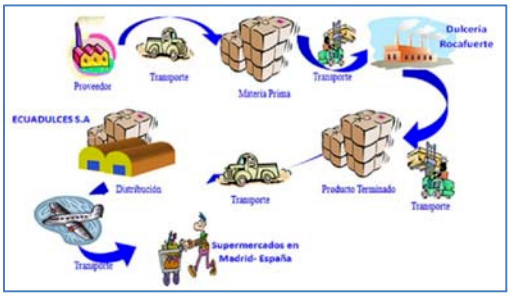
Las cajas de cartón serán embarcadas en un camión con furgón listas para ser trasladadas al aeropuerto, este proceso se repetirá una vez por semana.

5.4 Transporte Interno hacia el Aeropuerto

Se alquilará un camión con furgón para las exportaciones. Considerando que la empresa está iniciando sus operaciones, no contará con un servicio de transporte propio, una vez que la mercancía esté en el aeropuerto la asistente del área administrativa estará a cargo de hacer todos los trámites de exportación respectivos para un traslado a tiempo y sin complicaciones.

Las empresas que prestan el servicio de transporte de mercancías hacia Madrid – España son Iberia y Lan Ecuador, cada una con diferentes tarifas de acuerdo al peso y volumen del producto.

Gráfico 1.- Cadena Logística Proveedor-Cliente



El proveedor transporta y entrega la materia prima a Dulcería Rocafuerte.
Dulcería Rocafuerte realiza el proceso de producción para entregar el producto terminado.
La mercancía es transportada a las oficinas de Ecuadulces S.A en la ciudad de Guayaquil para iniciar los procesos de envasado, etiquetado y embalaje de los dulces.
Finalmente la mercancía es embarcada en los aviones cargueros, lista para ser distribuida en Madrid – España.

5.5 Plan de Higiene

El procesamiento de alimentos ha avanzado mucho con los años y gran parte de la comida actual se prepara y procesa en fábricas. Los avances tecnológicos de los siglos XIX y XX han permitido la identificación de bacterias y virus que producen enfermedades a través de los alimentos, y este conocimiento ha ayudado a desarrollar reglamentos para la higiene de los alimentos y guías para las empresas manipuladoras, es por ello que Ecuadulces S.A. junto con un grupo de especialistas efectuará una guía con todos los procedimientos higiénicos necesarios para que el producto esté elaborado (control a proveedores) con todos los estándares de higiene y que a su vez cumpla con todos estos requisitos en sus diferentes procesos como , producción, envasado, embalaje y el transporte del producto.

A continuación se detallarán los requerimientos:

El asesoramiento para la higiene alimentaria se aplica a tres áreas principales: higiene personal, limpieza de la zona donde se encuentran los alimentos y práctica de normas de higiene para los mismos.

5.5.1 Higiene personal. Las bacterias se pueden encontrar en la piel humana, cabello, ropa, oídos, nariz, boca y heces. Si los operarios se tocan estas partes afectadas mientras envasan el producto, pueden transmitir las bacterias a los alimentos. Es por eso que siempre deben lavarse las manos antes de iniciar el proceso.

Las personas que manipulen los dulces no deberán tocarlos si padecen infecciones, ya que accidentalmente pueden contaminar lo que tocan. Por lo tanto ellos deberán taparse el cabello y las vías respiratorias con gorros y mallas protectoras.

5.5.2 Limpieza de la zona de procesamiento. Las zonas en que se preparan, envasan o almacenan los dulces deberán estar limpias y libres de insectos o animales domésticos.

Se añadirá detergente al agua caliente y empleará soluciones para limpiar y aclarar superficies, utensilios, mesones de preparación y envasado, suelos y paredes. La basura se retirará cada cierto tiempo de la zona de preparación.

5.5.3 Práctica de normas de higiene. Durante la manipulación de los dulces se evitará que estos entren en contacto directo con sustancias ajenas a los mismos, o que sufran daños físicos o de otra índole capaces de contaminarlos o deteriorarlos.

6. Proceso de Exportación

6.1 Pasos para exportar

1. Declaración de Exportación

Todas las exportaciones deben presentar la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho de Exportaciones en el distrito aduanero correspondiente.

2. Documentos a presentar

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:
- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Documento de Transporte

3. Trámite.

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

Fase de Pre-embarque

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o el Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Fase Post-Embarque

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera Única de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.
Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI.

Gráfico 2.- Pasos para exportar

7. La propuesta en cifras.

Para llevar a cabo el proyecto propuesto se requiere de una inversión inicial de $143.957,32, y de un desembolso anual promedio de $200.000,00 (publicidad, promoción en ventas y activos relacionados). Los recursos para financiar el proyecto provendrán del capital de la empresa.

Asimismo se proyectaron las ventas superiores a $800.000, las cantidades demandadas acordes en un periodo de 5 años.

Con el propósito de determinar la factibilidad del proyecto se tomó la TMAR (tasa mínima atractiva de retorno). La tasa sugerida fue de 30,00%.

Descontando los flujos de efectivo proyectados (desarrollados con cotizaciones y costos a valor de mercado) el VAN alcanzado es de $ $58.591,01 lo que muestra que el proyecto descrito es rentable. Además, la TIR calculada de 44,00% refuerza nuestra última afirmación.

8. Conclusiones

- A pesar de que en estos últimos tiempos, la situación mundial está cada vez más difícil hace que los países disminuyan la inversión extranjera directa para evitar posibles fracasos a futuro.

- Muchas empresas tratan de buscar nuevas formas de mejorar el aparato productivo de sus respectivos países. Sin embargo, existen factores exógenos que surgen como barrera de nuevas alternativas de inversión.

- El mercado de dulces es muy competitivo, lo que hace que muchas empresas tengan la oportunidad de brindar un excelente servicio ofreciendo un agregado de valor que las diferencie a las demás. Por lo que siempre están en contacto con nuevas maneras se posicionarse en dicho mercado.

- La calidad y el precio son variables que siempre serán puntos de importancia para lograr un posicionamiento, no está de más mencionar que existen otras variables significativas como la innovación y la tecnología.

- El proyecto de creación de una empresa exportadora de dulces tradicionales provenientes de la provincia de Manabí hacia el mercado español puede ser viable ya que según el estudio de mercado, estudio técnico-organizacional y el estudio financiero determinan condiciones favorables para ejecutar dicho proyecto.

Agradecimientos

A nuestros padres y hermanos, a nuestro Director MSc. Constantino Tobalina y a todas las personas que de uno u otro modo nos brindaron su apoyo y colaboración.

Referencias

[1] Moreno, José Eladio; Guía Teórica y Práctica del Comercio Exterior; octava edición; Dykinson; 2008
[2] Ley Orgánica de Aduanas
[3] Nassir Sapag Chain, 2001. Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación, Primera Edición. Editorial Pearson Prentice Hall.
[4] Ronald H. Ballou, 2005. Logística: Administración de la cadena de suministro, Segunda Edición. Editorial McGraw-Hill.
[5] Sullivan Daniel, 2004. Negocios Internacionales; Décima Edición, Editorial Pearson Prentice Hall.
[6] Bibliografía electrónica, páginas webs:
http://www. twentydur.bytez.org
http://www.google.com
http://198.66.220.208/FrameCenter.asp?Ln=SP&Opcion=11_1
http://www.monografias.com

____

MSc. Constantino Tobalina Dito
Director de Tesis

12 de Marzo del 2009