



PROYECTO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉTÉ

J. Gómez¹, G. Franco², N. Ordoñez³

Facultad de Economía y Negocios

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Km.30.5 Vía Perimetral, Guayaquil

jgomez@espol.edu.ec¹, giosfran@espol.edu.ec², guenordo@espol.edu.ec³

Resumen

Este trabajo de investigación busca introducir al mercado guayaquileño un producto nuevo denominado "CAFETE", utilizando una estrategia que permita determinar los requerimientos del consumidor, para así ofrecerle una bebida tradicional que llene todas sus expectativas con un enfoque moderno e innovador. El valor agregado de este producto está en su presentación, brindando un delicioso café pasado en prácticas funditas listas para ser degustado donde además se preservara el aroma, sabor, valores nutricionales y de igual forma satisfaga la necesidad de tenerlo en cualquier lugar y sin pérdida de tiempo. Se realizo encuestas tomamos en cuenta la población en general de la ciudad de Guayaquil, esto quiere decir sin distinción de edad, estado civil, género, de todos los sectores de la ciudad y con la principal característica de que sus estilos de vida sean personas con poco tiempo disponible debido a sus actividades diarias. Se determino que el lanzamiento del producto tendría mucha acogida y éxito, al determinar que un gran porcentaje de personas es consumidora de café pasado, que es un producto de consumo masivo y frecuente, que los supermercados son los principales puntos donde los consumidores potenciales están gustosos de adquirirlo, y que el precio que se le ofreció al público tuvo mucha aceptación. También se pudo determinar mediante el estudio financiero que el producto es muy rentable y que el producto tiene grandes posibilidades de ser aceptado dentro del mercado, lo cual se ve reflejado en el nivel de ventas proyectadas y en el significativo TIR que se obtuvo.

Palabras Claves: TIR, Sensibilidad, mercado, estrategias, moderno, innovador, ventas proyectadas.

Abstract

This work of investigation research to introduce to the market of Guayaquil a new product named "CAFETE", using a strategy that allows to determine the requirements of the consumer, this way to offer a traditional drink that fills all their expectations with a modern and innovative approach. The value added of this product is in his presentation, offering a delicious coffee passed in practices bags ready to be tasted where in addition the aroma, flavor was preserved, nutritional values and of equal form satisfy the need to have it in any place and without loss of time. We realize surveys bearing in mind the population in general of the city of Guayaquil, this wants to say without distinction of age, marital status, genre, of all the sectors of the city and with the principal characteristic of their ways of life are persons with a little available time due to their daily activities. We determine that the throwing of the product would have a great reception and success, on having determined that a great percentage of persons is consuming coffee passed, which is a product of massive and frequent consumption, that the supermarkets are the principal points where the potential consumers are tasty of acquiring it, and which the price that offered to the public had a great acceptance. Also it was possible to determine by means of the financial study that the product is very profitable and that the product has big possibilities of being accepted inside the market, which meets reflected in the level of projected sales and in the significant TIR that was obtained.

Key words: TIR, Sensibility, market, strategies, modern, innovator, projected sales.

1. Introducción

Hace muchos años atrás, nuestra gente aprendieron a elaborar una bebida producto de filtrar los granos de café de manera artesanal. Con el paso del tiempo, la costumbre de preparar el café pasado se propagó, hasta que actualmente se han creado maquinas especiales para facilitar su preparación y se convirtió en toda una tradición para los ecuatorianos. Actualmente en los hogares no es muy común observar la preparación tradicional de esta bebida, debido a que demanda mucho tiempo y esfuerzo físico, por lo que ha tenido que ser reemplazada por otras bebidas en presentaciones prácticas como las aguas de infusión, avenas, jugos, o simplemente consumir las típicas presentaciones de café soluble que se ofrece en el mercado.

Es por esta razón que nuestro proyecto plantea una forma innovadora de consumir el café pasado, sin perder su valor tradicional, listo para beber, facilitando su consumo y con el objetivo de determinar si tendrá una aceptación importante en el mercado.

2. Planteamiento del problema

El crecimiento progresivo del sector cafetero es una realidad económica y social en el país, sin embargo las necesidades del mejoramiento del producto en este mercado no han sido satisfechas, es por eso que nuestra compañía nace para suplir aquellas necesidades gracias a la innovación que hemos realizado, donde nos preocupamos de la calidad del producto, su practicidad y rapidez en el uso, dejando en el paladar del consumidor el exquisito sabor del café pasado ecuatoriano.

En la actualidad el café ecuatoriano se encuentra en una etapa de alta competencia con mercados exteriores, e incluso internamente, siendo una preocupación la presencia del café del país vecino Colombia en distintas presentaciones y que es de gran acogida. Este producto es una nueva presentación para comercializar el café pasado ecuatoriano, de fácil preparación, muy práctico para transportar y con un módico precio; ideal para personas amantes del buen café pero con poco tiempo disponible. Antes era necesario tener la coladora, colocar el café dentro de

ella y esperar para obtener la esencia; pero con Cafété se agiliza este proceso porque solo se necesita una taza de agua caliente. Además no se puede llevar la coladora a la oficina o universidad, pero nuestro producto ofrece la oportunidad de degustar el café en cualquier lugar.

Nuestra meta es posicionarnos en nuestro país, analizando las necesidades que los consumidores tienen y buscando soluciones que sean muy bien valoradas por ellos, además se sabe que en Ecuador el 73% de la población consume café (según estudio de Diario Expreso), lo cual es un buen factor para llevar adelante este proyecto y de esta manera nace nuestro producto” Cafété”.

3. Características del producto

Cafété es una caja con bolsitas de infusión que contiene una cantidad medida de café, esta al ser introducida en una taza de agua caliente empezará a filtrar la esencia emanando un aroma en su estado natural a café listo para servirse, siendo esta una manera distinta y práctica de preparar café pasado. Se piensa que en este producto venga inicialmente 20 sobres de Cafété en una caja, cada sobre contiene 5.5 gr de café, y el logo que representará a nuestro producto es el que se muestra.



Figura 1.- Logo del producto

La necesidad que mitiga se encuentra en que el consumidor busca satisfacer su necesidad con un producto que sea rápido de preparar, que tenga exquisito sabor, buena presentación y un precio accesible.

Este producto es una opción fácil e instantánea de preparar café ya que el cliente va ahorrar tiempo al no demorar en la preparación del café de manera casera

sino que lo hará de una manera práctica utilizando los sobres de CAFETE, además existe la facilidad de llevar estos sobres a todos lados debido a su pequeño empaque.

4. Análisis de investigación

Después de los análisis correspondientes se pudo obtener los siguientes resultados:

- Los consumidores de café y a la vez nuestra posible demanda no dependen de características como la edad, el sexo o estado civil de las personas, según los resultados obtenidos estas son variables indiferentes para este análisis.

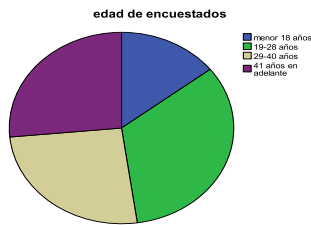


Figura 2.- Edad de encuestados.

- Como nuestra selección de la muestra fue aleatoria, la información obtenida no tuvo ningún sesgo a obtener información únicamente relacionada a consumidores de café sino en general, y nos podemos dar cuenta que el 86.7% consumen café, es decir a partir de este hecho nuestra posible demanda esta abarcando gran parte del mercado, y aun aquella que gusta del café pasado.

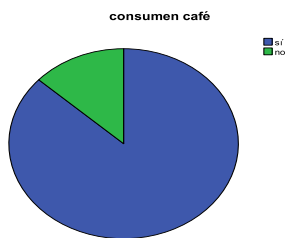


Figura 3.- Consumidores de café.

- Se puede concluir que este es un producto de consumo masivo y frecuente. Lo que hace atractivo continuar con el proyecto.



Figura 4.- Frecuencia de consumo de café.

- Respecto a la competencia, podemos ver que la empresa líder es Nescafé. Además la presentación que compete con la nuestra es la de frasco.



Figura 5.- Marcas preferidas.

- Los lugares principales de adquisición del café son los supermercados.



Figura 6.- Lugar preferido de compra.

- No podemos fijar la cantidad de sobres con los resultados de esta encuesta ya que no existe una cifra determinante que se diferencie entre las otras opciones.

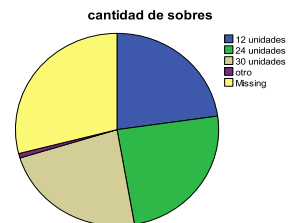


Figura 7.- Cantidad de sobres propuestos.

- El precio individual sugerido tuvo una alta aceptación por lo que lo podemos considerar como precio inicial para nuestro producto.

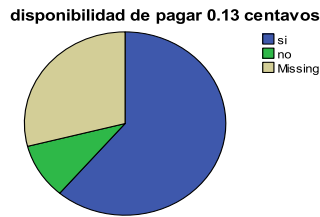


Figura 8.- Precio sugerido para los sobres de Café.

5. Estudio técnico de ingeniería

En cuanto a las especificaciones del producto podemos determinar que para la producción en serie se seguirán las mismas características para todos los productos.

El empaque cumplirá con todos los requerimientos de la ley: registro sanitario, información nutricional, información de la empresa, precio, fecha de fabricación y expiración, modo de uso.

Aquí se detallan las medidas exactas de cada sobre y caja del producto.

- Peso x sobre: 5.5gr
- Peso x Caja: 110.5gr
- Tamaño de c/sobre: 6cm x 6cm
- Tamaño de c/caja: 7cm x 15cm

Para la producción de los respectivos sobres de Café se utilizarán los siguientes insumos presentados y sus detalles:



Figura 9.- Papel de filtro termosellable 16,5 g m².

- Tiempo de entrega: 10días en Guayaquil
- Ciudad de origen: Lima, Perú
- Bobinas de: 16,5 g m².
- Peso aproximado de c/ Bobina: 6 Kg (+ - 200g.)
- Ancho: 125mm
- Temperatura de sellado: menor de 100°C
- Diámetro interno de bobina: 76mm.
- Diámetro externo de bobina: 440mm.



Figura 10.- Piola de Nylon

- Tiempo de entrega: 8 horas en Guayaquil
- Ciudad de origen: Quito, Ecuador.
- Piola Nylon: N° 36
- Mts x Kg. : 1106
- Diámetro: 1.5mm
- Conos de: 500gr.



Figura 11.- Rollo Papel Bond Plotter Plano Premier

- Tiempo de entrega: 8 horas en Guayaquil
- Ciudad de origen: Quito, Ecuador.
- Rollo Papel: Bond Plotter Plano Premier
- Rollos: 90 Cm X140 Mts

6. Análisis de maquinaria utilizada

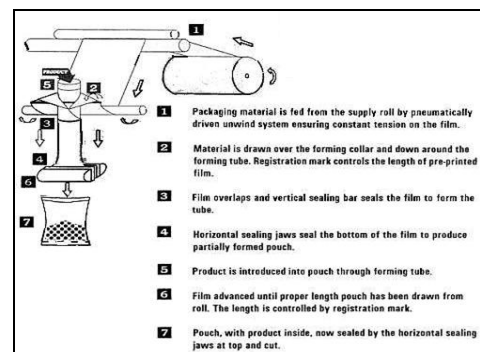


Figura 12.- Máquina HLWP-1300.

Esta máquina traída directamente desde China produce 50 bolsitas por minuto. (3.000 bolsitas x hora).

Descripción del proceso de producción.

- **Abastecimiento de materia prima:**

La empresa se abastecerá del café molido a través de negociaciones directamente con nuestros proveedores que se encuentran ubicados en Machala.

El papel filtrante se lo obtendrá de la ciudad de Lima-Perú.

Se necesitara de papel bond que se lo traerá desde la ciudad capital, Quito.

El hilo nylon también se lo traerá desde Quito ya que contamos con un buen proveedor y productos a buen precio.

También se necesitaran cajas de cartón para guardar las bolsitas de té, las cuales se las adquirirá aquí en la ciudad de Guayaquil.

- **Almacenamiento:** La materia prima se la guardara en las respectivas bodegas ubicadas en la fábrica.

- **Dotación a la máquina de recursos necesarios para la fabricación:** La maquina HLWP-300 será proporcionada de los siguientes elementos.

- o café molido
- o rollos de papel filtrante
- o papel bond
- o hilo de nylon

- Posteriormente, la **máquina HLWP-1300** realizara los siguientes procesos:

- Primero la parte de embalaje de la maquina será alimentada neumáticamente del suministro de papel la cual desarrollara la tensión en el sistema constante sobre la película.

- Posteriormente se dibujara sobre el material un cuello, y la señal de registro controlara la longitud de la película pre impresa.

- La película se superpone y la barra de focas vertical sellara las películas para formar el tubo del empaque.

- Luego las mandíbulas de las barras de focas horizontales sellaran el inferior para producir la bolsa parcialmente formada.

- La maquina ira colocando el producto a la medida programada dentro de la bolsa que se había formado.

- Para finalizar la bolsa, con el producto dentro, ahora será sellado y cortado. Para así continuar con la secuencia.

Es decir esta fantástica maquina se encarga del proceso que va desde la medición, formación de bolsas, llenado, adjuntado del hilo, etiquetado, sellado, corte, y ensobrado, realizándolo automáticamente.

Luego ya corre por cuenta de los operarios colocar manualmente los 20 sobres dentro de las cajas finalizando el proceso de producción.

7. Análisis para la localización del proyecto

Para la localización del proyecto es importante analizar algunos factores que puedan afectar al desarrollo del mismo. Entre ellos podemos mencionar:

- **Medios y Costos de Transporte:** Se debe buscar un lugar cercano y accesible para llegar a la ciudad de Guayaquil, es decir donde no se tenga que incurrir en mayores costos de combustible y tiempo.

- **Disponibilidad y Costo de mano de obra:** Como nuestro mercado se encuentra en la ciudad de Guayaquil, y tenemos que localizarnos cerca de ellos, se deberá utilizar mano de obra guayaquileña en especial de los alrededores.

- **Cercanía de fuentes de abastecimiento:** Este factor es muy difícil de satisfacer, ya que nuestros proveedores son del exterior, pero como Guayaquil es una zona comercial, existe la ventaja de que nuestro puerto marítimo es apto de recibir cualquier tipo de mercancía sin importar su procedencia, siempre y cuando se cumpla con los requerimientos legales.

- **Disponibilidad de agua, energía, teléfono y otros suministros:** Por el uso de maquinaria es necesario un lugar que cuente a tiempo completo con acceso a energía eléctrica y otros servicios básicos. Además es importante para realizar los contactos de negocio tener acceso a los medios de comunicación como el teléfono e internet, ya que existen proveedores locales y extranjeros.

- **Estructura Impositiva y Legal:** Asentarnos en un lugar donde nos sea permitido por el Municipio de la ciudad para realizar nuestras actividades

- **Costos de Arriendo:** Como recién estamos empezando necesitamos un lugar que no incurra con muchos gastos, y que así mismo nos permita realizar todas las actividades necesarias.

Tomando en cuenta todos los factores que influyen para la localización de nuestro negocio hemos decidido que los lugares más convenientes para ubicarnos podrían ser:

A. **Vía Daule:** En ella se concentra la mayoría de las industrias de Guayaquil.

B. **Avenida Juan Tanca Marengo:** Permite el acceso rápido dentro de la ciudad.

C. **Durán:** Existen lotes disponibles para asentar un negocio y a bajos costos

Luego, concluimos, que la opción más conveniente es localizarnos en la Vía Daule, puesto que los distintos factores mostrados en la tabla favorecen su instalación.

Tabla 1.- Método para determinar el mejor lugar para establecer el negocio.

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS							
Factor	Peso	ZONA A		ZONA B		ZONA C	
		Calif.	Pomd.	Calif.	Pomd.	Calif.	Pomd.
Medios y Costos de Transporte	18%	8	1,44	10	1,8	9	1,62
Disponibilidad y Costo de mano de obra	17%	7	1,19	9	1,53	8	1,36
Cercanía de fuentes de abastecimiento	16%	6	0,96	8	1,28	6	0,96
Disponibilidad de agua, energía, teléfono, etc.	19%	9	1,71	9	1,71	7	1,33
Estructura Impositiva y Legal	12%	9	1,08	6	0,72	8	0,96
Costos de Arriendo	18%	10	1,8	6	1,08	7	1,26
Total	100%		8,18		11,32		7,48

8. Conclusiones y recomendaciones

De acuerdo a nuestro estudio de mercado, en Guayaquil, el café es muy apetecido por los ciudadanos. Existe una gran variedad de presentaciones del producto, pero principalmente lo podemos dividir en café soluble y café de pasar o pasado; siendo el segundo según la mayoría de la gente, el más delicioso en cuestión de sabor y aroma. Se pudo determinar que el mercado potencial es amplio, las oportunidades de distribución son viables, la infraestructura no es tan complicada, sin embargo se requiere una gran inversión en maquinaria, para cual es necesario un capital que cubra con ese costo además de los ya anteriormente mencionados, para esto se necesitará solicitar un préstamo. La inversión se recupera en un aproximado de no más de seis años durante la ejecución del producto.

Aunque la inversión en la maquinaria necesaria para elaborar las bolsitas de Café es alta, es preciso

señalar que la máquina es muy completa y que realiza casi todo el trabajo. Los operarios a contratar, por lo tanto, son pocos, lo que permite ahorrar en mano de obra. Con un precio ya establecido de \$2.60, el proyecto resulta ser muy atractivo al dar como resultado una TIR elevada en el flujo con financiamiento: aunque este también presente un periodo de recuperación un poco largo (cinco años y ocho meses). Pero se debe tener en consideración que el préstamo al banco, con sus respectivos intereses, se terminará de pagar en 5 años.

Respecto a la competencia que ha aparecido durante la elaboración de este proyecto, no representa una gran amenaza, como ya habíamos mencionado, el mercado potencial es amplio. Además podríamos ver la “amenaza” de nuestros competidores como una “oportunidad”. Ellos están comenzando a mostrar este nuevo producto a los posibles consumidores, esto se podría ver como una publicidad indirecta.

El consumidor tendrá curiosidad por este innovador producto y querrá comprarlo. Cuando se acerque a los supermercados, nuestras impulsadoras le permitirá degustar nuestro Café y el consumidor elegirá nuestro producto por calidad, sabor, presentación y precio. Así podremos sacar ventaja de nuestra competencia, y tener publicidad indirecta “gratis”. Ese es el fin de los análisis realizados, convertir las amenazas en oportunidades.

Ningún proyecto tiene comprado el éxito, todos traen consigo el riesgo de fracasar, pero gracias a los análisis realizados a lo largo de éste que muestran la rentabilidad del proyecto y el estudio de mercado, la gran demanda potencial que existe en la ciudad de Guayaquil, se puede disminuir grandemente ese riesgo.

Por lo tanto al hacer una evaluación global de los resultados, podemos concluir que el producto tiene grandes posibilidades de ser aceptado dentro del mercado, lo cual se ve reflejado en el nivel de ventas proyectadas y en el significativo TIR que se obtuvo.

Sin embargo, aunque el proyecto se muestre muy rentable, hay que considerar la fuerte competencia en el mercado específicamente del café; la misma que viene determinada por marcas bien posicionadas en la mente del consumidor, quienes fácilmente pueden lanzar un producto como el nuestro y aún mejorado. Y considerando nuestra matriz swot, podemos recomendar ciertos puntos para ir alcanzando el éxito total y un crecimiento global de nuestro producto.

Considerando nuestras debilidades respecto a nuestras amenazas, podemos determinar que una buena opción sería realizar Joint Venture con empresas como Nestlé, Don Café, y así aumentar el capital. Sacando provecho de nuestras oportunidades podemos recomendar expandir el negocio a otros lugares como Machala, Quito y Cuenca. Es decir siempre buscar satisfacer las necesidades de las personas en todas las zonas del país. También se podría realizar alianzas con supermercados para aumentar la producción del producto.

Otra opción podría ser la creación de nuevas líneas de producto: Café con azúcar, con leche y descafeinado. Como última recomendación se podría exportar el producto a otros lugares como EEUU, es decir hacer negociaciones con países que no son productores de café. Con el negocio en marcha se debe realizar un mayor gasto en publicidad, para así atraer a más consumidores e incrementar los márgenes de utilidad.

9. Referencias

[1] Nassir Sapag Chain-2007, Proyectos De Inversión, Formulación y Evaluación. Editorial: Pearson Educación, México.

- [2] <http://www.Inec.gob.ec>
- [3] <http://bce.fin.ec>
- [4] <http://www.lacamara.org>
- [5] <http://www.anecafe.org.ec>
- [6] www.fda.gov
- [7] <http://www.cofenac.org>
- [8] <http://www.corpei.org>
- [9] http://www.nuestrocafe.com/buscar/1_1_15
- [10] www.cafevallecuzco.webs.com
- [11] comercial@cafesgranell.es
- [12] <http://www.cafecom-sa.com/contacto>
- [13] www.juanvaldezcafe.com/procafecol/trabaja
- [14] <http://www.kompass-usa.com/anuario-producto-empresa/produccion/bolsas-sacos-materiales-envasado-532101.html>
- [15] www.anunciosclasificados.pe/.../papel-de-filtro-termosellable-1_LIMA
- [16] www.engormix.com/cordon_piola_poliester_p_olipropileno_s_products6755-24144.htm
- [17] *Artículo* "La industria nacional del café se arma frente a la colombiana". Publicado el 17/Abril/2006 | 00:00 Diario Expreso.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**PROYECTO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CAFÉTÉ**

Tesis de Grado

Previa la obtención del Título de:

Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional

Ingeniería Comercial y Empresarial Marketing

Presentado por:

Giovanna Franco Naranjo

Jennifer Gómez Ponce

Nataly Ordoñez Lino

Guayaquil-Ecuador

2010