Creación de una empresa exportadora de bombones artesanales dirigidos al mercado de New York

María José Cueva Orna (1), María del Carmen Rodríguez Cercado (2), Constantino Tobalina Dito (3).
Ing. Comercial especialización Comercio Exterior, mcueva@espol.edu.ec (1)
Ing. Comercial especialización Comercio Exterior, madrodri@espol.edu.ec (2)
Director de Tesis, Ing. En Electricidad ctobalin@espol.edu.ec (3)
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral, Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador

Resumen

El Cacao es sinónimo de chocolate, sin embargo hay todo un mundo detrás de la industria y los derivados de este producto. La industria de los cacaos finos está en crecimiento, ha desarrollado un saber especializado al igual que la cultura de los buenos vinos y el café, que sabe distinguir las diferencias sutiles en aroma, cuerpo, sabor de cada región. La base de un buen chocolate es el mejor cacao y esto depende de los tipos, las condiciones agras ecológicas y el tratamiento que se hace después de la cosecha.
El cacao es un cultivo originario de América, se ha mantenido por milenios en la región andina en condiciones naturales, mejorando el material genético en el que se destacan los cacaos criollos que tienen las características que la chocolatería fina aprecia.
En base a esta importante apreciación que distingue a nuestro cacao Ecuatoriano, se proyecta la creación de una empresa (Ecuachoc S.A.), que se dedica a la exportación de bombones 100% artesanales, elaborados de chocolate Ecuatoriano y basado en mano de obra calificada, con el valor agregado de ser un producto a exportarse en cajas reciclables enfocando conciencia al poder contribuir de alguna manera al no deterioro de nuestro medio ambiente.
Un estudio que permite el análisis del papel importante que puede ocupar nuestro cacao Ecuatoriano en la elaboración de bombones, como un producto comercializado en el mercado Internacional (Mercado objetivo: New York) en el avance de la exportación, que hoy en día está aumentando cada vez más para ciertos productos que solamente se comercializaban de manera nacional; una idea en la que se basa en que Ecuador no solo se merece el nombramiento por ser un país de exportación de cacao (materia prima), sino que puede dar más de que hablar si se exporta directamente el cacao pero como un producto final; es decir, exportando bombones hacia el mercado internacional.

Palabras Claves: *Cacao, Exportación, Bombones, Artesanal, Mercado Internacional, New York.*

Abstract

The Cacao is synonymous of chocolate, nevertheless a world behind the industry and the derivatives of this product is everything. The industry of the fine cacaos is in growth, has developed a specialized knowledge like the culture of good wines and the coffee that knows how to distinguish the subtle differences in aroma, body, flavor of each region. The base of a good chocolate is the best cacao and this depends on the types, the ecological conditions land and the treatment that becomes after the harvest.
The cacao is an original culture of America, has stayed per millenia in the Andean region in natural conditions, improving the genetic matter in which the Creole cacaos stand out that they have the characteristics that the fine chocolate factory appreciates. On the basis of this important appreciation that distinguishes to our Ecuadorian cacao, the creation of a company projects (Ecuachoc S.A.), that is dedicated to the export of artisan chocolates 100%, elaborated of chocolate Ecuadorian and based on described manpower, with the added value to be a product to export itself in recyclable boxes focusing brings back to consciousness to the power to contribute somehow to the nondeterioration of our environment. A study that allows the analysis of the important paper that it can occupy our Ecuadorian cacao in the elaboration of chocolates, like a product commercialized in the market the International (objective Market: New York) in the advance of the export, that nowadays is increasing more and more for certain products that were only commercialized of national way; an idea on which one is based on which Ecuador not only deserves the appointment for being a country of cacao export (raw material), but can give more of than to speak if the cacao but like an end item is exported directly; that is to say, exporting chocolates towards the international market.

1. Introducción

Se presenta un análisis general sobre el estudio del chocolate y exportación de este, como producto un terminado (bombón), constatando sus antecedentes históricos, variedades, análisis de mercado y hoja técnica.

Se establece la manera de cómo se va a presentar el producto, características de presentación, distribución, estudio técnico, estudio organizacional y por último estudio financiero que se llevará a cabo para llevar el producto a dicho mercado.

Se plantea el conocimiento general acerca de lo que conlleva una exportación desde sus generalidades hasta los pasos necesarios para internacionalizar la empresa y el producto a ofrecer.

Se analiza también el caso de los factores a determinar para el estudio de mercado, fijando objetivos y estrategias necesarias para lograrlos.

Finalmente se presenta todo lo necesario para que la producción salga en óptimas condiciones desde la planta y pueda llegar al consumidor final en el extranjero con la misma calidad que se conserva en su país de origen.

El trabajo se presenta de una manera teórica y práctica donde se detallan las metodologías utilizadas para saber cómo proyectar los mercados, como evaluar nuestro potencial de exportación, como seleccionar nuestro mercado objetivo, los consumidores, el segmento de mercado a dirigirse y finalmente como se plantea un plan de exportación de un producto de calidad Ecuatoriana, que ingresa al mercado por primera vez con una gran propuesta de innovación y crecimiento cultural.

2. Antecedentes

Con el crecimiento sostenido del mercado de especialidades encontramos que existe un enorme potencial para desarrollar y consolidar la oferta de cacaos finos.

La producción de chocolates finos en la región andina fue liderada por Venezuela, luego es Ecuador quien se pone al frente, siendo el "cacao arriba" que por su calidad prestigia al trabajo cacaotero en este país.

Debe mencionarse asimismo que la industria del volumen y el pago de precios bajos ha favorecido el desarrollo de tecnología para la obtención de líneas (clones, tipos) altamente productivos, en desmedro de la calidad. Se está perdiendo parte del germoplasma valioso con que cuenta la región andina.

Esta región tiene cacaos de excepcionales cualidades, por su parte los mercados internacionales necesitan granos de alta calidad. Algunos de los retos importantes para los países productores son apostar por la conservación y/o la recuperación de los cultivos nativos o criollos, mejorar los procesos post cosecha, la trazabilidad y desarrollar la producción con certificados de origen y con aceptación en el mercado; hacerlos realidad necesita el aporte de los gobiernos y el trabajo de las organizaciones de productores.

2.1. Historia y origen del chocolate

El chocolate tiene una historia de varios siglos, es proveniente de América. Desde ya hace mucho tiempo ya era conocido por los mexicanos en la época de conquista de México. Estos preparaban el chocolate de un modo análogo a lo que todavía se hace hoy para tomar el chocolate.

La palabra chocolate según los diccionarios significa "pasta comestible, compuesta de cacao, azúcar y canela" o como..."la mezcla homogénea de cacao y azúcar a la que eventualmente se incorporan especias (vainilla, canela), que tiene la propiedad de formar con agua caliente una masa fluida uniforme como una emulsión". Esto nos sirve para saber cómo esta conocido el chocolate alrededor del mundo.

El chocolate es un alimento nutritivo, ejerce en el organismo una acción estimulante parecida a la del café o té aunque en menor grado. Es considerado como alimento enérgico por las cantidades de manteca, azúcar y sustancias nutritivas que contiene, así como vitaminas adicionales durante su proceso.

Figura 1. Chocolates negro y blanco de Nestlé

La composición del chocolate lo ubica entre los alimentos de mayor contenido calórico, convirtiéndolo en un gran aliado para deportistas y personas que son sometidas a grandes esfuerzos físicos. Entre los principales componentes de este producto tenemos carbohidratos, azúcares, fibra, proteínas y grasas, guardando el orden respectivo en que han sido nombrados. Además, el chocolate moderno se encuentra adicionado con las principales vitaminas que el ser humano necesita; como por ejemplo, la vitamina A, la vitamina B1, la vitamina B2, la vitamina C, la vitamina D, y en algunas ocasiones minerales, como el hierro o el calcio. El chocolate también estimula la producción de la feniletilamina, una sustancia que posee efectos psicoactivos, la cual ha sido asociada últimamente con el sentimiento del amor, tras una teoría propuesta por los médicos Donald F. Klein y Michael Lebowitz, del Instituto Psiquiátrico del Estado de Nueva York (Estados Unidos).

Por todas estas razones es útil como un restaurador muscular y reparador de fuerzas, particularmente en los anémicos, debilitados o convalecientes, aunque no es recomendable en ciertas ocasiones como la diabetes debido a su alto contenido de azúcares y grasa.

2.2. En la actualidad

La producción mundial del cacao se concentra esencialmente a 10 grados en el Norte y 10 grados en el Sur del Ecuador. Encontrando sus orígenes en América del Sur, el cacao aparece primero en España gracias a Hernán Cortes en 1528. Con el fin de satisfacer la demanda de las clases españolas, las primeras tentativas de plantaciones son emprendidas en los Caribes, sin éxito, luego particularmente en Ecuador hacia 1635 por los hermanos Capuchinos.

A finales del siglo XVII ve a las otras naciones europeas al acecho de territorios favorables para la cultura del cacao, siempre en los Caribes y en América del Sur: Curazao (Países Bajos), Jamaica (Gran Bretaña), la Martinica y Sta. Lucie, República Dominicana, Brasil, Guayana, Granada (Francia).

Europa consume primero el chocolate en forma de bebida. Poco a poco, las innovaciones vinculadas al desarrollo de la industria reducen sensiblemente los costes de producción y ven aparecer el chocolate bajo forma sólida. El chocolate se vuelve entonces accesible al número más grande, y es, a finales del siglo XIX, un alimento de base para la familia francesa.

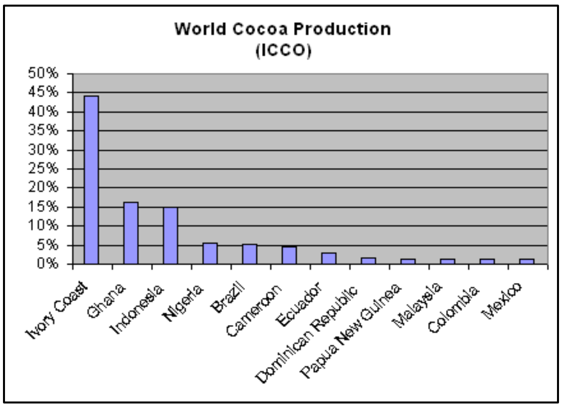

Figura 2. Producción de cacao a nivel Mundial

La producción mundial de chocolate ascendió a aproximadamente 5,8 millones de toneladas en 1998 según fuente de CAOBISCO. Los principales países productores de chocolate son: Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia y Brasil, situándose España en décima posición. En el año 2000, mundialmente se consumieron 1,7 millones más de toneladas, lo que indica que cada vez son más las personas que sienten fascinación por este manjar.

El consumidor puede degustar un amplio surtido de bombones de chocolate, entre las que se distinguen el chocolate negro, chocolate con leche, el chocolate blanco, el chocolate con frutos secos y chocolates rellenos (café, licor, etc.).

3. Objetivos

Los objetivos para poner en pie el proyecto son:

* Determinar si los mecanismos a emplear para la creación del proyecto a aplicarse son viables económicamente en el mercado en el que estamos ofertando.
* Analizar el mercado objetivo.
* Presentar una nueva opción con una mayor diversidad y con un enfoque artesanal.
* Determinar los factores necesarios para saber si se puede competir con un producto a menor precio.
* Mostrar nuestra identidad.
* Incentivar la exportación de cacao en el Ecuador generando fuentes de trabajo y aceptación en mercados Internacionales.
* Impulsar el producto 100% ecuatoriano al mercado Internacional facilitando las barreras de comercialización.

4. Mercado Objetivo

El mercado objetivo a seleccionar para el estudio de la creación de la empresa exportadora es el mercado de Nueva York, en Estados Unidos.

Estados Unidos constituye en la actualidad la nación más desarrollada y más rica de la comunidad internacional, de allí, el interés de la mayoría de los países por poder participar de las ventajas y beneficios ofrecidos por el mercado más potente y grande del mundo.

En la actualidad la población Norteamericana asciende a casi 283 millones y se estima que crecerá en 50% en los próximos 50 años.
Por esta razón es que se escogió este proyecto, que centra sus esfuerzos y atención en el Mercado de New York, ya que su influencia por el consumo de alimentos (entre ellos el chocolate en sus diversas formas), tal como lo comenta el New York Times (3 de agosto del 2001), ha impactado a todos los sectores de la sociedad y cultura estadounidense, generándose como un producto de consumo de primera necesidad.

Queda evidente que los bombones son un producto muy conocido en este mercado, principalmente orientado a los niños y la juventud. Sin embargo, es sumamente competido por la presencia de grandes empresas internacionales, lo que se traduce en la necesidad de realizar esfuerzos adicionales y constantes en varios frentes, para lograr introducir un nuevo producto en esta zona con una marca nueva.

Así mismo, ante la gran variedad de productos puestos a disposición del público americano, se requieren precios promocionales y constancia en la labor promocional para dar a conocer y ubicar el nuevo producto en el gusto del consumidor.

5. Creación del proyecto

El proyecto a estudiar enfoca la creación y exportación de un producto comestible elaborado de manera tradicional, con mano de obra y materia prima 100% ecuatoriana, dirigido hacia el país de Estados Unidos, estableciéndose como mercado objetivo de estudio a la ciudad de New York; la misma que fue escogida por la cultura gastronómica que tiene acerca del chocolate y el alto consumo considerado por habitante, la que cuenta con 8,2 millones de neoyorquinos en una área urbana de 830 km².

En base a lo descrito, nace la creación del proyecto de una exportadora de bombones artesanales, con el fin de de otorgar una idea innovadora más precisa de las posibilidades que pueden tener los bombones Ecuatorianos para poder penetrar y alcanzar éxito en este mercado.

La composición y estructura del producto potencial a exportarse posee una innovación netamente Ecuatoriana, basada en nuestras costumbres y creencias, en la implementación y elaboración de cajas ecológicas con el fin de mantener, preservar y llevar una cultura ambientalista basada en principios del reciclaje.

5.1. Descripción del producto

Se trata de ofrecer al público, un bombón artesanal a partir de la materia prima 100% cacao Ecuatoriano libre de químicos y elementos industriales en su elaboración, con una presentación novedosa, en el cuál se presenta en cajas totalmente recicladas hechas a base de mano de obra ecuatoriana con estilos novedosos y étnicos, propios de nuestras costumbres, el cuál el mercado objetivo a exportar será el mercado de New York, en Estados Unidos.

La siguiente tabla muestra las características del producto a exportarse:

Tabla 1. Descripción del producto

Fabricante	:		**Ecuachoc S.A.**
Tipo de Producto	:		**Bombón Artesanal**
Nombre del Producto	:		**Chocolate Lovers**
Uso del producto	:		**Golosina**
Contenido	:		**Según presentación**
Envase	:		**Cajas recicladas**
Piezas por caja	:		**Según presentación**
Sector consumidor	:		**Público en general**

Tabla 2. Presentación de cajas de bombón

Presentación	Unidades	Precios
Caja 1-Fig 9	9 piezas	$ 6,00
Caja 2-Fig 10	16 piezas	$ 12.00
Caja 3-Fig 11	24 piezas	$ 24.00

5.2. Descripción del Financiamiento

Desde el punto de vista financiero, donde se toma finalmente la decisión de poner o no en marcha la ejecución del proyecto, para ello se escogerá un horizonte de vida adecuado con el fin de poder efectuar los análisis respectivos. Este horizonte es considerado generalmente como un período de 10 años, por tratarse de un proyecto de exportación.

El estudio incluye un análisis de costos de materia prima, maquinaria y de producción; igualmente se contemplan las proyecciones de los estados financieros buscando encontrar la rentabilidad del proyecto que permite tomar la decisión de llevar a cabo el proyecto.

Para el estudio financiero, partimos entre el sistema de producción a analizar, las proyecciones tanto para la elaboración del bombón negro como para la elaboración del bombón blanco, ya que tanto su proceso, precio y ventas varían para cada producción del tipo de bombón.
Este análisis se enfoca debido a que el bombón blanco es un poco más difícil en la consistencia de producción a diferencia del bombón negro que posee una consistencia más suave para elaborarlo

5.3 Conclusiones

- Gracias al estudio de mercado y por tratarse de un producto aceptado por todos y de gran consumo en el mercado objetivo, existe un nivel alto de aceptación producto por parte del cliente, en el cual podemos constatar que obtenemos ventaja competitiva por tratarse de un producto que recién se inicia en el mercado de New York, con una competencia mínima.

- De acuerdo al análisis previo estudiado para la creación del proyecto que se vio reflejado en el análisis financiero y sensibilidad, podemos constatar que el mismo resultó económicamente factible, al ser la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), mayor que la mínima rentabilidad ofrecida por el proyecto (TMAR), resultado que lo podemos ver reflejado en el valor neta actual (VAN), siendo una cantidad positiva.

- La cantidad del producto a exportarse siempre varía de acuerdo a la demanda que se genere en el estado de New York, es decir nuestra factibilidad y disponibilidad hacia el mercado vendrán ligados de los factores externos, económicos, políticos, sociales que se generen en el país de destino de exportación.

5.4 Recomendaciones

- Debido a la gran aceptación del consumo de chocolate en el mercado objetivo, en sus diferentes tipos de consumo, se puede recomendar que luego de la aceptación del producto artesanal, se pueda realizar otro análisis para considerar otro producto tradicional de nuestro país que se piense que sea necesario que se dé a conocer a nivel internacional.

- Se recomienda que antes de implementar el proyecto, hay que estructurar las bases de planta, definir objetivos de producción, aumentar diversificación, implementar estrategias de marketing y sobre todo basarse todos los fundamentos de mercadeo en brindar un producto sano y de ingenio Ecuatoriano a los futuros consumidores.

- En la medida que el proyecto transcurra, sería propicio permitir la personalización de los aspectos de los diseños de la producción para diversificar la cartera y proyectar innovación

5.5 Bibliografía

- Cámara de Comercio de Guayaquil www.lacamara.org/
- Servicio de Información y Censo Agropecuario www.sica.gov.ec
- Elaboración de Chocolate www.valor.es
- Servicios Botánicos www.botanical-online.com
- Servicios de Gastronomía www.food-info.net/
- Servicios de Repostería www.delbuen.com.ar
- Recetas de la Abuela www.abuelacata.com
- Recetas de Bombones www.lepetitbombon.es.tl/